

tuercas y tornillos

TYT

LA REVISTA FERRETERA

Especial eléctrico **P.11**

Una empresa muy eléctrica **P.18**

¿Por qué cerraron temporalmente Masaca? **P.22**

Jorcel se reinventa **P.28**

FERRETEROS DE 11,400 M2

Gerardo Ulate y Miguel, su señor padre, forman parte del crecimiento que hoy ostenta Materiales San Miguel, con una atención promedio de 500 clientes diarios.

p.32



 /Revista TYT

Suscríbese en:
www.tytenlinea.com/suscripcion
FEBRERO 2016 año 19 / No. 236

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios
06 al 08 Mayo 2016

CORREOS
DE COSTA RICA

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

REPELLE
CON LOS MEJORES MORTEROS

REPEMAX[®]

INTACO
en México para Construir



- ✓ Acabado más liso.
- ✓ Excelente adherencia. No descuelga.
- ✓ Evita agrietamientos y fisuras.
- ✓ Excelente trabajabilidad.



Tablilla para Cielo de PVC

Un producto más de **CANET**

www.persianascanet.com • Oficinas Centrales: 2280-1050, ext:127



Entregamos en
TODO el País **TAC**



En tableros de 12 a 42 espacios monofásico, se incluye la barra de tierra a diferencia de otras marcas. P.17



8

PINCELADAS

22

PERFIL

¿Por qué cerraron Masaca?

24 Canet pasó de tablilla a súper tablilla

28 Jorcel no teme al cambio...

10

MERCADEO

Ejecutar: clave en la empresa

En una gran cantidad de casos, los gerentes están convencidos que sus funciones se limitan a supervisar y delegar.

25

EXPOFERRETERA

¡Empresas van con todo!

Aditec que participará por primera vez en Expoferretera no quiere guardarse nada y llegará a la feria con todo un arsenal de novedades ferreteras.

11

EN CONCRETO

12 Best Value llegó para quedarse

14 ¡Águila tiene Plata para sus clientes!

16 ¡Adiós a los mitos de los productos eléctricos!

17 Diferenciación en centros de carga

18 Una empresa muy eléctrica

30

PRODUCTOS FERRETEROS

32

EL FERRETERO

Cuando el amo está, el negocio funciona...

Si no lo tiene claro, mejor frene y "eche para atrás", si le da miedo, no se arriesgue... Son condiciones que no pasan por Materiales San Miguel, porque aquí todos los días mueven sus fichas basados en una claridad ganadora.



Lea TyT en digital:

www.tytenlinea.com/digital

4.517 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
iranias@ekaconsultores.com

Fotografía de portada

Randall Rodríguez

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



Marzo / TYT 237

Especial: Madera y productos sustitutos

Tintes y tratamientos, barnices, herramientas de corte, lijas, sierras de mesa, herramientas para madera, madera decorativa para jardinería, enrejado de madera para jardín, postes para jardín, vigas de madera para jardín, madera dimensionada, madera de pino de primera, madera de pino selecta, madera de segunda, madera dimensionada especial, melamina, madera aglomerada, sustitutos de la madera como sistema constructivo.

Especial Productos electrónicos

Cierre comercial: 15 de febrero, 2016

Anúnciense en TYT Y exponga en Expoferretera y Expoautomotriz

Marco Verdesia
marco@ekaconsultores.com



Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:





¿CÓMO SE COME ESO DEL SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES?

Cuando un cliente llega casi sin tiempo, por ejemplo, para visitar otro competidor y le urge arrancar su proyecto, se hace muy fácil venderle...

O bien, cuando el comprador observa que en el local tienen de todo, y que no requeriría visitar más locales para completar su pedido, es prácticamente una venta hecha, una transacción que casi se realiza sola, solo es cuestión de facturar y “poner” la mano.

Siempre hemos dicho que vender la primera vez, es fácil, hacerlo la segunda, al mismo cliente, es todo un reto. Y para lograrlo, es cuando viene esa palabra casi mágica que muy pocos aplican en su gestión: seguimiento, o lo que es lo mismo, mostrar interés por el cliente, por sus proyectos.

Juan Emilio tiene 8 meses de haber arrancado con su proyecto, primero hizo una compra cercana a los 500 mil colones, pero como suele pasar, su esposa (quien debe estar feliz con la remodelación, pues convive a tiempo completo con ella) no quedó muy contenta, su esposo, en menos de 1 mes, tuvo que modificar los planes.

Esta modificación lo llevó a hacer una nueva compra por casi 2 millones, más otras “menudencias” que nunca faltan y que se llaman imprevistos. Al final, la transacción fue de casi 3 millones para la misma ferretería.

Aunque no se trata de una transacción tan fuerte, ¿a cuál negocio no le gustaría tener al menos, 20 transacciones diarias de este calibre? Muchos “peces” pequeños terminan superando las compras de los gordos. Con esto no estoy diciendo que este número de ventas no es posible en los negocios, es un ejemplo, pues sabemos que muchas tiendas tienen hasta más.

Hasta donde quiero llegar es a cuestionar ¿por qué después de 6 meses que Juan Emilio terminó su proyecto, no ha recibido, al menos una llamada de seguimiento? Igual me pregunto si en el negocio sabían qué estaba construyendo este comprador...

Las necesidades de los compradores son infinitas, y a veces, ellos mismos ni lo saben, hay que despertarlas o ayudarles a crearlas.

Dar seguimiento es una de las tareas más difíciles porque implica recordación, búsqueda de los datos del comprador, pero también es una forma muy fácil de vender. Quien ya compró y confió, le es más fácil comprar y confiar la segunda vez.

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

simon

Simon25plus
Su modularidad permite combinaciones de 1,2 y 3 mecanismos.

Simon25plus
Extensa gama de colores para decorar ambientes a tu estilo.

Distribuidor autorizado para Costa Rica

ADITEC
SOLUCIONES FERRETERAS

Tel: (506) 2296-1980 • aditec@aditec.com

Optimice

SU INVENTARIO

“ Con los sistemas
y soluciones de
almacenamiento ”

VERTICEcr.com

LLÁMENOS

2256-6070

NOTICIA “BOMBA”

Vender bombas no tiene por qué ser complicado, y para los que así piensen, la empresa Zebol simplificó no solo la forma de comercializar estos equipos, aumentando la asesoría en los puntos de venta, sino que lanzará en el mercado ferretero, bombas para agua de fácil aplicación e implementación.

Shimge es la marca que empezará a comercializar con fuerza en el canal ferretero, y según comenta Hugo Aguilar, Gerente de Ventas Indirectas de Zebol, se trata de una línea muy completa, con bombas que se adaptan para casas de habitación o sector agrícola.

Como introducción al mercado cuentan ya con una bomba periférica y bomba tipo Jet, con todos los accesorios que se requieren para su instalación.

“Nuestros precios son similares o mejores a los de la competencia, y además incluimos algunas ventajas, como que ambos modelos son adaptables a 110 ó 220 V”, dice Aguilar.

Estas bombas son aptas para trabajar en residencias, lecherías, autolavados, y todo lo que tenga que ver con agricultura, y son traídas de China.

Aguilar dice que las bombas no se venden solas, pues detrás de ellas, hay todo un equipo en Zebol que trabaja para promover su venta en ferreterías. “El ferretero puede contar con capacitaciones, les suministramos brochures explicativos para los usuarios, además que la empresa puede ayudarles en la instalación cuando algún cliente lo requiera”.

Zebol tiene casi 30 años en el mercado, reconocidos como expertos en sistemas de bombeo.

“Nos gustaría crear en conjunto con los ferreteros un cubículo o un departamento de bombeo, y junto con las capacitaciones, podrían tener muchos beneficios”.



Hugo Aguilar, Gerente de Ventas Indirectas de Zebol, muestra los equipos de bombeo que están introduciendo en el canal ferretero.



Aquí Marvin Vega (derecha) que trabaja en la ferretería, Diego Abou (centro), Propietario, en compañía de Esteban González.

LA CEIBA NO TEME A LA “SELVA DE COMPETENCIA”

Apenas al inicio del trayecto, carretera a Sabanilla de Alajuela, a mano izquierda, se tiende casi sobre la carretera, y de hecho, muy llamativa, Ferretería La Ceiba o Construeléctrico, y según cuentan, no temen a la selva de competencia que se tiende sobre el centro de Alajuela.

Su propietario Diego Abou, de origen árabe, pero con buena experiencia en ferretería, pues hace tiempo posee un negocio en Venezuela, asegura que estar un poco alejado del centro y tener muy buenas condiciones de parqueo “nos ha dado un fuerte crecimiento en solo 6 meses que tenemos de apertura”. Claro está que Abou no está solo, pues también llenó su ferretería de experiencia y marcha de la mano de Marvin Vega, un amplio conocedor del negocio y que tiene más de 30 años de andar en estas faenas.

“Es una ferretería con mucho potencial. Vamos a buscar aprovechar toda la gente que baja hacia el centro en busca de productos”, dice Vega.

Abou agrega que siempre es duro, pero todo se logra con trabajo y esfuerzo. “Nuestra ventaja es que estamos en las afueras de la ciudad, en un sitio más tranquilo y tenemos de todo”.

Vega dice que poco a poco se han ido llenando de inventario, y que en poco tiempo van a incluir con fuerza materiales para la construcción. “La idea es consolidarnos, luego revisaremos las posibilidades de crecimiento”.

La ferretería tiene un área de 500 m² y atienden cerca de 150 clientes diarios.

Marvin dice que desde el punto de vista de competencia no sienten que se le “metieron al toro”, y que más bien van con todo, en procura de ganar participación de mercado.

Lléname de Luz


IRADI

Plafones con
tecnología LED


Distribuido por

TaiKé



 Sin bombillos

 Ahorro de energía

 No calienta

 20.000 horas


 825 lumen

 110-220V multivoltaje

 15W de consumo

 Luz blanca

 (506) 2231-7307

 www.taikocr.com

Zwaluw High Tack



Den Braven

Adhesivo de alto agarre inicial
Alta resistencia mecánica
Flexible, durable, sin olor
Pega materiales pesados sin fijación
Sin isocianatos, solventes y silicona

Especialistas en Selladores y Adhesivos Profesionales

Importa:



San Rafael De Alajuela, Costa Rica
Tel. (506) 2239-2767

Distribuyen:



www.denbraven.com

 Intrepsa

Better Results Through Knowledge

www.tytenlinea.com • Febrero 2016 **TYT** 9

Ejecutar:

CLAVE EN LA EMPRESA

Por Jorge Pereira

En una gran cantidad de casos, los gerentes están convencidos que sus funciones se limitan a supervisar y delegar. Cuando les menciono la frase de Harold Geneen “los gerentes deben gerenciar”, esto es ejecutar, lo toman como algo inconsistente con sus principios y arraigadas creencias.



Los gerentes de las organizaciones creen positivamente – como le enseñaron en escuela de negocios que se graduaron – que su función principal es planificar y lanzar ideas, muchas veces totalmente insostenibles y alejadas de la realidad. Esto les ayuda a conseguir excelentes notas con los profesores teóricos, que nunca trabajaron en la empresa privada. Pero, en la vida real los propietarios, accionistas y juntas directivas de las empresas privadas piden resultados, esto es ejecutar, cumplir, consumir, llevar a efecto los planes e ideas.

La palabra “ejecutivo” – con que se denomina a los diferentes gerentes de una empresa – significa “ejecutor”. La actividad y función única de un ejecutivo es: “ejecutar”, lo que requiere de enorme coraje y estar dispuesto a reconocer equivocaciones y aceptar críticas.

Ejecución: disciplina de hacer que las cosas se hagan

Estas son algunas frases del libro, “EXECUTION”, de Ram Charan y Larry Bossidy:

Este es el problema fundamental: la gente piensa en la ejecución como el aspecto táctico de negocios, los líderes delegan algo mientras se enfocan en los problemas percibidos “más grandes”. Esta idea es completamente errónea.

La ejecución no es sólo táctica, es una disciplina y un sistema. La ejecución tiene que estar integrada en la estrategia de una organización, sus objetivos y

su cultura, y el líder de la organización debe estar profundamente involucrado en ella.

Hablamos con muchos líderes que son víctimas de la brecha entre las promesas que han hecho y los resultados que sus organizaciones entregan. Con frecuencia nos dicen que tienen un problema con rendición de cuentas, personas no están haciendo las cosas para poner en práctica un plan. Ellos quieren desesperadamente hacer cambios pero desconocen cuáles.

La ejecución es un conjunto específico de comportamientos y técnicas que las empresas necesitan dominar en para tener una ventaja competitiva

Brecha desconocida

Cuando las empresas no logran cumplir sus promesas, la explicación más frecuente es que la estrategia del Gerente General estaba equivocada. Pero la estrategia en sí misma no es a menudo la causa.

Las estrategias fracasan porque no se ejecutan o no se ejecutan bien.

La brecha entre las promesas y los resultados es clara y se ha generalizado.

Todo el mundo habla de cambio

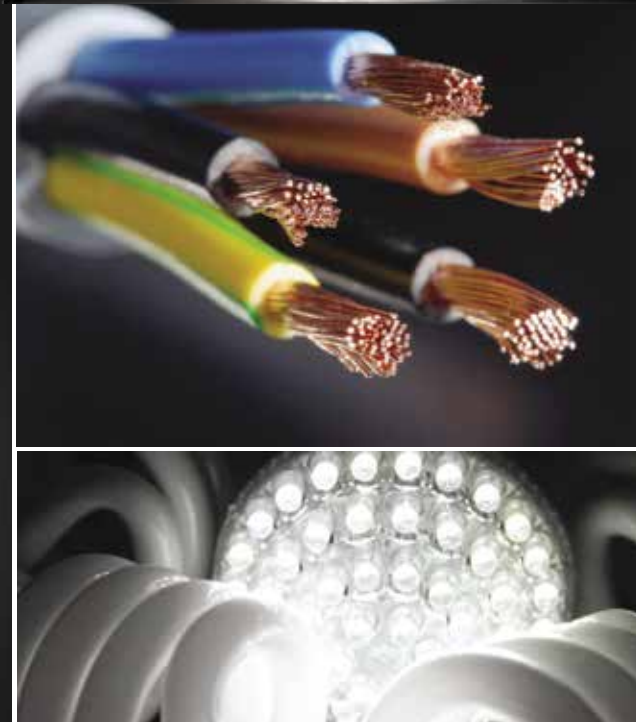
En los últimos años, una pequeña industria de maestros agentes del cambio predica la revolución, reinención, cambio cuántico, organizaciones que aprenden y similares. Pero, a menos que usted traduzca los grandes pensamientos en pasos concretos para la acción, los pensamientos de cambios son inútiles.

Si las personas no cumplen con sus objetivos todo se detiene en seco. Y lo que se consigue es cambiar para empeorar.

Para entender la ejecución, usted tiene que tener en mente tres puntos clave:

1. La ejecución es una disciplina, y parte integral de la estrategia.
2. La ejecución es la principal tarea del líder empresarial.
3. La ejecución debe ser un elemento central de la cultura de una organización.

Fuente: www.mercadeo.com



¡UN ELECTRIZANTE 40%!

Actualmente, el inventario para cualquier ferretería en todo lo que tiene que ver con iluminación y materiales eléctricos, oscila entre un 40%, y ha tomado más auge, gracias a que las empresas proveedoras le tienden la mano a la tecnología en combinación con el valor estético.

Sin embargo, las falsificaciones, productos de procedencia dudosa y la falta de capacitación de los ferreteros, sigue acechando el mercado.

“Cuando alguien va a una ferretería, busca asesoría, y es clave lo que reciba de quien lo atienda, prácticamente sagrado”, dice Federico Calderón, Gerente General, de Bticino.

Y dice que muy sobre todo en la parte eléctrica, debe reinar calidad en los productos y calidad en la asesoría, primero porque está en juego la vida de las personas y los costos que podría implicar para ese cliente tener que hacer un cambio.

“Debe ser responsabilidad de todas las empresas que comercializan o fabrican productos eléctricos capacitar a todas las ferreterías”.

¿Y qué pasa con los productos que se dicen certificados, pero no es cierto? En este sentido, Calderón analiza que si nos damos cuenta, en los últimos años ingresaron muchos productos que posteriormente “tuvieron” que salir del mercado. “Es cierto que el ferretero requiere de variedad para suplir las necesidades de sus clientes, pero en productos eléctricos se tiene que tener algo confiable. Certificaciones cualquiera puede ponerlas, pero que sean válidas, es otra cosa”.

Actualmente, se da el caso de productos que se venden con el sello “CE”, “y eso no certifica ningún tipo de producto, es un sello de origen de Comunidad Europea que no significa nada”.

¡Ojo a la clonación!

Para Mario Leiva, Gerente General de El Eléctrico Ferretero, dice que lo eléctrico ahora tiene mucho más auge en las ferreterías, y que ya no es sólo oferta de los negocios especializados.

“Así como hay departamentos de pinturas, las ferreterías van encaminadas a tener áreas con oferta eléctrica”, dice Mario.

Sin embargo, asegura que las incorporaciones que se le han hecho al Código Eléctrico han tendido a crear confusiones en el mercado.

“Hay que entender que el Código habla que los materiales eléctricos deben cumplir con una norma y que no tiene que ser necesariamente, solo UL”.

Señala que en esto ha habido un mal manejo y aprovechamiento de algunos que ya tenían UL, para promocionar sus productos, “pero hay otras certificaciones que son igualmente válidas”.

Dispositivos como los centros de carga han experimentado falsificaciones constantes, y quizás se da porque al ser cajas que van empotradas y metidas donde no se ven, a los consumidores no les preocupa cuestionar o no la calidad, “pero quien vende productos de este tipo, está arriesgando su negocio”.

Leiva dice que para el ferretero vender productos clonados cumple con la parte de precio, al vender más barato, pero “qué podría pasar cuando uno de los clientes regresa al negocio a reclamar una garantía”.

Best Value

LLEGÓ PARA QUEDARSE

Para Best Value, Costa Rica es el país de Centroamérica en el que son más fuertes en ventas y los productos tienen una aceptación amplia.

Por Importaciones Vega

“Es difícil observar una ferretería en la que no estemos”, fueron las primeras palabras que indicó Joel Abbo, Presidente de Caco Abbo Internacional, casa matriz de los productos Best Value.

Abbo dice que también el posicionamiento de la marca está respaldado por una relación de más de 25 años con Importaciones Vega.

“Nuestra promesa de garantía, así como la profundidad de línea con más de 3000 categorías, nos ha fortalecido, incluso por encima de otras marcas que hay en el mercado”, dice Abbo.

Todos estos beneficios que “nosotros aportamos, sumado a la consistencia, y el trabajo que hace Vega, hace que estemos muy por encima de otras marcas del mercado”.

Casualmente, al consultarle a Abbo sobre cómo hacían para no desenfocarse, teniendo tantas líneas de producto, indica que se han apoyado en la estrategia de hacer diferenciaciones por categoría, creando marcas, pero siempre muy claros en que todo es Best Value.

Expertos

Quisimos ahondar un poco en los detalles que identifican a Importaciones Vega con los bombillos ahorradores y LED en el mercado, y esto fue lo que Rafael Vargas, Gerente General de la empresa indicó:

- ¿Cómo se identifica un ahorrador y luminaria LED de calidad, con qué características cumplen los de marca Best Value?

- En ambas categorías es fundamental que las características de lúmenes y horas de vida sean reales. En el mercado, hay muchos productos que no cumplen con estas características y estas marcan la calidad e incluso el precio. Nos hemos encontrado de todo en el mercado, como productos que en su empaque hablan de luminosidad y cuando les hacemos las pruebas con un luxómetro, no generan ni la mitad de la luz que dice el empaque. Best Value cumple con todas las especificaciones, pues la marca es experta en el tema y pionera en el mercado en estas categorías.

- ¿Cuál es la diferencia de Best Value frente a otras marcas como Westinghouse, Philips, Sylvania, entre otros?

- Best Value tiene un liderazgo en el mercado costarricense logrado por la constancia en el tiempo y la innovación permanente de la línea, la garantía, variedad, stock, capacidad de respuesta y respaldo, tanto de la marca y de un distribuidor como Importaciones Vega. Esto nos ha dado el liderazgo y la diferenciación con que cuenta Best Value en el país.

- ¿Cuál es la profundidad de línea que se maneja para este rubro en Best Value?

- Tenemos más de 200 tipos de ahorradores, prácticamente para sustituir cualquier tipo de incandescente o similar y en LED, contamos con un surtido impresionante que cada día va en aumento, según la velocidad a la que va la tecnología, produciendo cada día productos más eficientes.

- ¿Cuál es la garantía real que comprende Best Value para sus ahorradores y bombillería LED?


- En cuanto a los ahorradores tenemos 2 años de garantía real, según fecha de fabricación. Esto ha permitido que nuestros clientes tengan mayor rentabilidad en cuanto a la marca y sobre todo, ofrecer a sus clientes una garantía real y justa.

- ¿Cuántas unidades comercializa Importaciones Vega, por mes, en el canal ferretero, en estos productos?

- Entre ambas categorías aproximadamente 52.000 unidades mensuales.



Recientemente, Joel Abbo (de sexto), Presidente de Caco Abbo Internacional, casa matriz de los productos Best Value, estuvo en el país y premió al equipo de ventas de Vega, que han tenido una labor destacada con la marca.



MÁS DE 500 TIPOS DISTINTOS
DE AHORRADORES Y LEDS
CON 2 AÑOS DE GARANTÍA
MÁS DE 30 AÑOS
OFRECIENDO RESPALDO
POR ESO SOMOS
#1 EN ILUMINACIÓN



Best Value[®]

USA PRODUCTOS DE CALIDAD

Más de 3000 productos, más de 3000 soluciones distribuidos exclusivamente por

Más info al 2494-9600 | facebook.com/importacionesvega

VEGA

¡Águila tiene Plata PARA SUS CLIENTES!

En Eagle Centroamericana innovan con su línea de plaquería Plata, que además del valor estético, otorga seguridad a sus usuarios.

Por Eagle Centroamericana

En Eagle Centroamericana saben y tienen muy presente que para llegar al corazón de los clientes, se logra con productos de calidad, pero si además se le puede otros valores como sobriedad y estilo, prácticamente se logra conquistarlos.

Es por ello, que Eagle puso en el mercado su línea de plaquería Plata. Una línea que como todas en la empresa, cuida cada detalle: desde su diseño, hasta la entrega del producto.

Plata cuenta con teclas grandes y tornillos ocultos para mayor comodidad del usuario y cuenta con una variedad amplia de aplicaciones para complementar las necesidades más diversas del sector residencial. De fácil instalación y cuenta con certificaciones internacionales. Una de las ventajas, por ejemplo, en los tomacorrientes es que cuentan con sistema de cableado automático, lo que brinda mayor facilidad y rapidez en la instalación.

También están los tomas TR o Tamper Resistant que tienen una especie de cortina que cierra las aberturas.

Esta cortina se abre cuando se inserta de forma uniforme en ambas ranuras. Por lo que si un niño ingresa un objeto en uno de los agujeros del toma no se activará el circuito eléctrico y por tanto, evitará una descarga eléctrica.



En la fabricación de la línea Plata, Águila cuida minuciosamente cada detalle, desde el diseño, confección de los moldes, fabricación, control de calidad, ensamble, empaque, bodegaje y despacho, para entregar un producto de muy alta calidad.

EXIJA PRODUCTO ORIGINAL



Línea

Plata

⚠ RESPALDO DE CALIDAD

Fabricada en Costa Rica con materias primas certificadas y los más altos estándares de producción.

⚠ EXPERIENCIA DE EAGLE

En el desarrollo, diseño y manufactura de soluciones eléctricas para el hogar, industria y comercio por más de 35 años.

⚠ CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

Bajo lineamientos que cumplen con el Código Eléctrico Nacional para garantizar la seguridad de usuarios e instaladores.



Asegúrese de garantizar CALIDAD a sus clientes.
¡Exija Plata la ORIGINAL!

Tel: (506) 2261-1515 / Fax: (506) 2237-8759
Zona Industrial Z, La Valencia
Heredia, Costa Rica
▶ www.eaglecentroamericana.com
f Eagle Centroamericana

EAGLE

CENTROAMERICANA

¡Adiós a los mitos de LOS PRODUCTOS ELÉCTRICOS!



Por Carlos Carlos Castillo
Representante de Sir

Existen muchas marcas eléctricas en el mercado nacional de alto reconocimiento por sus estándares de calidad y cumplimiento de normas internacionales.

Sin embargo, la lucha por el mercado de las casas comerciales, con la entrada del código eléctrico, no ha logrado educar a la cadena de abastecimiento en forma satisfactoria (ferreterías y clientes finales) sobre el uso correcto del bien adquirido para la solución esperada.

Esto deja un mar de confusiones que se convierte en la oportunidad de mercado para consolidar un derecho de piso comercial, para aquellos que basan su estrategia en una relación de largo plazo de servicios pre y post venta.

En SIR S.A., junto con General Electric, hemos logrado aprovechar esta oportunidad de mejora, esforzándonos por educar al ferretero y a sus clientes finales, bajo una formación básica de nivelación de conocimiento, que le permita asesorar a su cliente en la selección e instalación correcta de los productos adquiridos en forma segura.

Por años

Con un simple ejercicio, logramos nivelar el conocimiento de los participantes en lo referente a selección de la acometida eléctrica, circuitos ramales y las protecciones termomagnéticas para cada uno de los circuitos analizados.

Sumado a esto, desarrollamos la práctica de instalación en sitio, sin carga de los componentes, lo que permite romper la barrera entre el asesor de ventas del almacén ferretero y el producto, que en nuestro caso es la familia de componentes General Electric y otras marcas de plaquería que estaremos presentando en Expoferretera 2016.

Esta estrategia nos ha creado una relación de confianza que permite a los participantes aclarar las dudas que han mantenido por años y cambiar las recetas aprendidas desde que ingresaron al negocio de almacenes ferreteros.

Como conclusión, en estos casi 5 años de estar en el mercado ferretero, hemos visto que no se

REGLAS BÁSICAS DEL NEC 2008

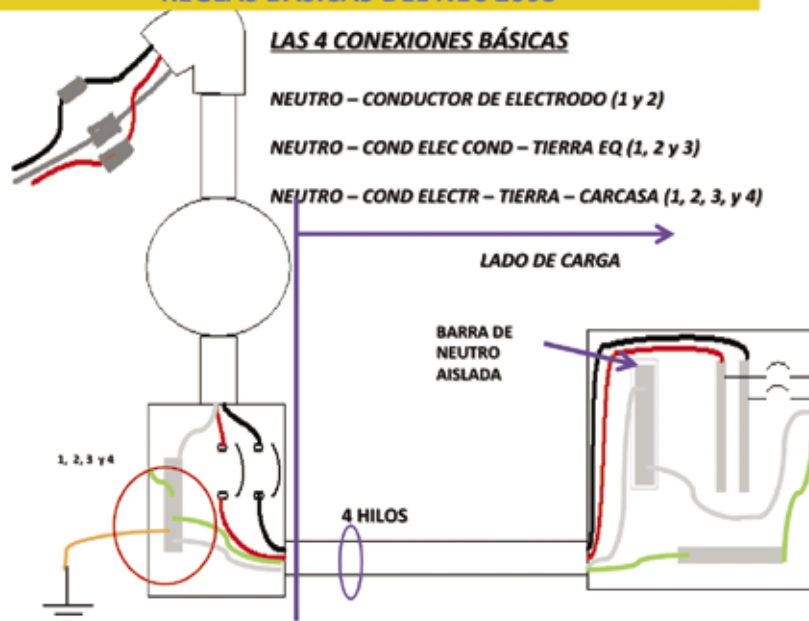


Diagrama de instalación de una acometida eléctrica subterránea para una casa de habitación.

trata de hablar bien o mal de la competencia, sino más bien aprovechar las fortalezas de una buena marca como General Electric y darla a conocer mediante una formación a la medida (nivelación) para quienes deben asesorar a los clientes finales.

¿Qué dicen los clientes?

Mauricio Rodríguez, Proveedor Coope Palmares

"Hemos recibido asesoría, respaldo diferenciado, de una empresa seria que vino a hacer las cosas diferentes".

Vinicio Hernández, Propietario de HR Santa Clara

"Un producto excelente, servicio ágil en tiempos de entrega y muy buena asesoría técnica".

Enrique Reynolds, Proveedor de Ferresparza

"Nos han dado un buen servicio, innovación con productos de calidad y buen respaldo técnico".

Schneider Electric™

conoce de centros de carga

Life Is On



Por Schneider Electric™

Schneider Electric™ demuestra su capacidad en la fabricación de centros de carga, y ofrece al mercado soluciones eficientes.



Luis Alfaro, Gerente de Mercadeo para Schneider Electric Centroamérica, asegura que “nuestros centros de carga y “breakers” son normalizados con los más altos estándares de la industria eléctrica”.

Y comenta que certificaciones como UL o NOM son algunas de las avaladas en la región para este tipo de equipos, y en cumplimiento con el código eléctrico nacional, hace que Square D by Schneider Electric™ sea altamente reconocida como referente en el mercado.

Alfaro agrega otras ventajas como:

- Mayor espacio interno disponible, lo que permite realizar un mejor cableado de los interruptores.
- Neutro distribuido a ambos lados del tablero, lo que permite menor consumo de cable.
- Barras de cobre recubiertas con plata o estaño protegidas con aislante para evitar el contacto accidental del electricista o usuario final.
- En tableros de 12 a 42 espacios monofásico, se incluye la barra de tierra a diferencia de otras marcas.
- Knockouts tangenciales o excéntricos, lo que permite no tener que hacer dobleces a la tubería, permitiendo ahorro y tiempo de instalación.
- Interruptores con indicador de disparo al que también se suma el interruptor dual (falla tierra + fallo arco en un solo interruptor).

Sobre la presencia de la marca en el sector ferretero, Alfaro comenta que “año con año hemos venido trabajando en el fortalecimiento de nuestra red de canales, a fin de incrementar el nivel de servicio al segmento ferretero”.

Schneider Electric™, dueña de la marca Square D, tiene servicio y presencia local como fabricante, que sumado a su red de canales, asegura el respaldo de este tipo de productos. Alfaro argumenta que otro factor de suma importancia es la

seguridad la cual es prioridad a la hora del diseño y fabricación de nuestras soluciones. Las barras protegidas con un polímero evitan el contacto accidental del electricista o cliente final, disminuyendo el riesgo de una descarga eléctrica. “De igual forma nuestros “breakers” son los más rápidos en disparo por cortocircuito (16 milisegundos) y el “visitrip” (indicador de disparo) está disponible en toda la gama de interruptores de tipo QO”.

“Otra característica de los interruptores QO es la de disparo libre, lo que significa que el interruptor siempre estará protegiendo el circuito, aún si este tiene la palanca bloqueada. Igualmente, el lanzamiento de nuestro interruptor DUAL complementa la oferta con la incorporación de falla a tierra y falla arco en una sola unidad, disminuyendo la instalación de dispositivos adicionales cuando se necesite la implementación de ambas protecciones”, agrega Alfaro.

En el tema de tableros de distribución inteligente, Luis Alfaro, apunta que consiste en tableros que se conforman de procesadores electrónicos, que permiten la operación autónoma de circuitos por medio de interruptores motorizados. Esto hace que por medio de programación se utilice la energía de forma eficiente y garantizando la seguridad y ahorro del usuario final. Y, hoy, va más ligado a lo que se conoce también como el IOT (internet of things), lo que permite la conectividad de estos tableros a través de dispositivos móviles.

La falsificación, un problema que ataca a los fabricantes de materiales eléctricos, sin embargo, en Schneider Electric™, según comenta Alfaro, se han preparado para enfrentar estas situaciones.

“Cada día es más preocupante el ingreso de materiales tipo copia o que no cuentan con los estándares que garantizan la seguridad de los activos y las personas. Tanto por iniciativa propia como de la mano de organizaciones, ejecutamos la tarea de capacitar a nuestros canales y puntos de venta para que asesoren al usuario final en equipos originales y también en el factor precio, que en la mayoría de las veces es lo que orienta a los clientes a verse tentados a utilizar equipos no aptos”, concluye Alfaro.

schneider-electric.co.cr





Mario Leiva, Gerente General de Eléctrico Ferretero, asegura que para este mes introdujeron varias líneas exclusivas.

Una empresa MUY ELÉCTRICA

Por: El Eléctrico Ferretero

Ser expertos en materiales eléctricos, durante casi 20 años, los ha llevado a ganarse la confianza de la red de distribución ferretera.

Eléctrico Ferretero es un distribuidor que conoce de materiales eléctricos, y con las marcas que representa lleva alta calidad al mercado ferretero. Desde 1997, Eléctrico Ferretero se ha convertido en un fuerte aliado comercial en el mercado eléctrico.

“Nos hemos esforzado en ofrecer innovación en soluciones eléctricas con una amplia gama de productos con marcas nacionales de trayectoria y calidad, tales como: Schneider Electric, General Cable, 3M, Sylvania, Eagle, Durman, Bticino y Eaton, además de contar con una oferta de productos única en el mercado, ya que son Distribuidores Master de la marca Philips, en Costa Rica”, dice Mario Leiva, Gerente General de Eléctrico Ferretero.

Actualmente, las líneas de importación directa son de las más cotizadas principalmente las novedades como las herramientas pelacables de la marca Alemana Weicon, productos para conectividad y fibra óptica entre otros.

Novedad

Este año Eléctrico Ferretero trae a su portafolio de productos una línea de distribución mayorista exclusiva de la marca Schneider Eléctric, que pueden solicitar nuestros clientes a partir de este mes, con productos como: Envoltentes (Gabinetes) y sus accesorios.

Canaletas de superficie DEXSON
Ducto Cuadrado

Sistema de canasta portacables

“Constantemente, nos encontramos en la búsqueda de novedades de productos eléctricos que como distribuidor mayorista podamos ofrecer. La idea es que nuestros clientes puedan encontrar en Eléctrico Ferretero un aliado en su negocio”, agrega Leiva

Eléctrico Ferretero tiene su sucursal en San José, San Francisco de dos Ríos, 500 metros este y 450 sur, de la iglesia católica.

Teléfono: 4055-1777

Sucursal Guanacaste, Liberia 500 metros oeste de la estación de tránsito.

Teléfono: 4055-1755

www.electricoferretero.com

info@electricoferretero.com

Facebook:

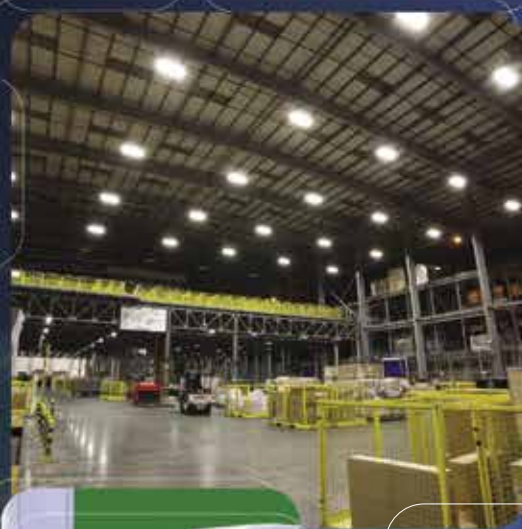
EléctricoFerreteroDistribuidorMayorista

ELÉCTRICO



FERRETERO S.A.

SU DISTRIBUIDOR MAYORISTA
EN MATERIAL ELÉCTRICO



Ahora
**DISTRIBUIDOR
MAYORISTA**

Life Is On

Schneider
Electric

- Canaletas DEXSON
- Ducto Cuadrado
- Canasta tipo Rejilla
- Envolvertes Universales (Gabinetes)

Sucursal Guanacaste
Liberia, 500 m oeste de la
Estación de Tránsito.

☎ 4055-1755

Sucursal San José
San Francisco de Dos Ríos, 500 este
y 450 metros sur de la iglesia católica

☎ 4055-1777

Cemaco TOMA FUERZA

Guatemala. - Cemaco, la tienda de venta al detalle de artículos para el hogar y ferretería, abrió su tienda número 17 en el país, en el centro comercial Naranjo Mall.

La apertura responde al plan de expansión de Grupo Cemaco, que busca acercarse cada vez más y de manera estratégica a sus consumidores. “Nos sentimos complacidos de abrir una tienda más en la zona céntrica de Guatemala. Sabemos la importancia que tiene acercarnos a nuestros clientes, y ubicarnos en un centro comercial, se convierte en la mejor estrategia de mercadeo para alcanzar nuestro objetivo”, dijo Mario

Nathusius, Presidente de Grupo Cemaco.

El gerente de la nueva tienda, Denis Recinos, expresó: “venimos trabajando desde septiembre para abrir Cemaco Naranjo y Cayalá. El trabajo de nuestros colaboradores ha sido vital para la inauguración de ambas. Ha sido un gran logro para el grupo abrir dos tiendas casi de manera simultánea”.

Sector ferretero planea MÁS INVERSIONES

Representantes del sector ferretero reconocen que han realizado fuertes inversiones, producto de la dinámica de la economía nicaragüense, que está creciendo por encima del resto de los países de la región. Además, señalan que este año seguirán abriendo nuevas sucursales en varios departamentos del país.

“Hay un excelente clima de inversión y esto lo percibimos por todos lados, por donde andamos y no es solo la visión de nosotros en Fetesa, sino que se ve desde el extranjero donde hay muchas empresas interesadas en invertir en Nicaragua.

Desde ahora estamos analizando un nuevo proyecto de inversión que consiste en abrir una nueva sucursal fuera de Managua, hay tantos departamentos que están en auge económico, podría ser San Juan del Sur, Jinotega o Matagalpa”, indicó Luis Fried, Gerente General de Fetesa.

En Nicaragua existen más de 1,000 ferreterías, que brindan empleos a 10 mil personas.

“El sector ferretero está en auge, es innegable que el sector construcción le está imprimiendo un mayor dinamismo al crecimiento económico, hay un ambiente propicio de negocio para seguir invirtiendo y nosotros este año inauguramos nuestras nuevas instalaciones, esto nos ha permitido



Diagrama de instalación de una acometida eléctrica subterránea para una casa de habitación.

crecer un 15% en capacidad de almacenaje de productos”, explicó Alfonso Martínez Rocha, Gerente General de Durman Esquivel.

Fuente: <http://www.elnuevodiario.com.ni>

TOK
PUERTAS MODULARES

ARKIPLAST
Ceboplast
LA BUENA!

(506) 2475-5111
www.arkiplastcr.com

Ya se abrieron las
PUERTAS
Abre la tuya también!

Fácil/Limpio/Elegante

PARA USO EN INTERIORES

f /puertastok

Ventas de materiales de CONSTRUCCIÓN SE REDUCEN EN CHINA

China.- La producción de cemento subió un 1.9% interanual, hasta situarse en 2,300 millones de toneladas en los primeros 11 meses.

El sector de los materiales de construcción de China continuó su ralentización mientras el mercado inmobiliario del país, se mantenía débil a pesar de las menores restricciones del gobierno, según las últimas cifras publicadas por la Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma en su página web.

La producción de cemento subió un 1.9% interanual, hasta situarse en 2,300 millones de toneladas en los primeros 11 meses, lo que representa una reducción de 7.3 puntos porcentuales respecto a la tasa registrada en el mismo periodo del año pasado, de acuerdo con el máximo planificador económico del país.

La producción de vidrio plano subió un 2.4%, lo que supone un retroceso de 9.2 puntos porcentuales respecto al año anterior. Entretanto, los precios del cemento y el vidrio plano disminuyeron en noviembre. En comparación con el mes anterior, el precio de fábrica del cemento bajó un 0.5% y el del vidrio plano se redujo en un 4.2% en noviembre.

Fuente: <http://laestrella.com.pa>

Suben PRECIOS

Nicaragua.- Los precios de los materiales de construcción se habían elevado un 3% hasta noviembre pasado, según datos publicados por el Banco Central de Nicaragua (BCN).

El Índice de Precios de Materiales de Construcción (IPMC) se ubicó en el mes número 11 de 2015 en 210.7 puntos, mientras que en el mismo mes de 2014 se situaba en 204.6 puntos.

Para Mario Zelaya, Expresidente de la Cámara de la Construcción de Nicaragua, el aumento que ese índice ha experimentado no es tan significativo y obedece principalmente al deslizamiento de la moneda frente al dólar y la importación de muchos componentes para la elaboración de productos como el cemento.

“Muchas de esas empresas tienen que importar parte de la materia prima y el costo del transporte en la región es otro de los aspectos que influye, ya que ese sector no ajusta el precio”, manifestó Zelaya.

Los sanitarios y pisos son los materiales que registraron un aumento de 10.4 puntos, mientras que los de iluminación y electricidad subieron 9.9 puntos.

También el capítulo de maderas y techos en noviembre su índice se ubicó en 169.6 puntos, frente a los 161.6 del mismo mes en 2014.

Mientras que los metales y derivados fueron los únicos que registraron una merma, al pasar de 196.2 puntos en noviembre de 2014 a 193.8 puntos en el mismo mes de 2015.

Fuente: www.laprensa.com.ni

El que sabe... exige

Tu marca **confiable**
de accesorios para **Plomería**

<p>Trampas Flexibles</p>	<p>Bridas Flexibles</p>
<p>Cuello Flexible</p>	<p>Llaves de Control para Agua y Gas</p>
<p>Contras</p>	<p>Coflex Gas Acero</p>
<p>Coflex Agua Acero</p>	<p>Herrajes para Sanitario</p>

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

Líder en el mercado de Tubos de Abasto

¿Por qué cerraron MASACA?

¿Cuál es la verdad que hay detrás del cierre de Masaca? La versión oficial aclara que no tuvo que ver ni con problemas con Hacienda ni con clavos de acero, como se ha dicho en los corrillos ferreteros.

La falta de un debido proceso, la altanería y prepotencia de funcionarios del Ministerio de Salud, así como ni siquiera dejar reaccionar o explicar a la empresa, ante la denuncia vecinal por el ruido que producía la fabricación de los distintos productos, dieron al traste con el cierre de operaciones de Masaca, por 12 días.

Como un “atropello y un abuso”, así lo calificó Mario Salazar, Presidente de Masaca, quien afirma que nunca entenderá cómo en este país muchas veces se prefiere cortar los procesos productivos a empresas que aportan divisas y contribuyen con la economía del país.

“Lo más irónico es que primero nos cerraron, y después nos llegaron las advertencias”, dice Salazar.

La empresa en el proceso demostró que no estaba fallando en nada. “Si en realidad hubiéramos estado fallando en algo, debieron cerrar el departamento donde se generaba el problema, pero nunca la totalidad de la empresa”.

La empresa se encuentra ubicada y amparada bajo una zona industrial, por lo que la queja de los vecinos no fructificó, sin embargo, el Presidente dice que por esta mala ejecución de la entidad del gobierno, se quedaron sin trabajo cerca de 200 personas.

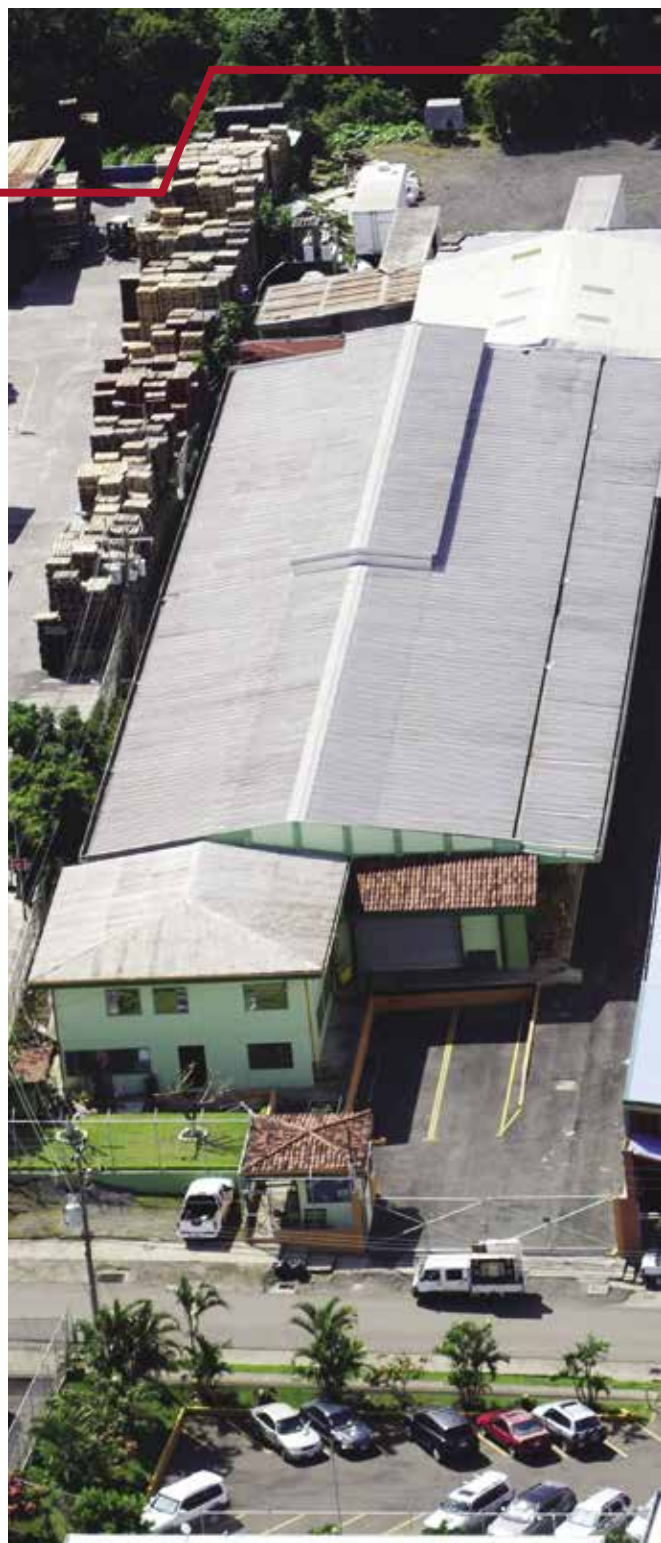
Salazar estima las pérdidas por el cierre, en un rubro cercano a los 400 millones de colones, ya que se frenaron todos los procesos productivos de la empresa: tuvieron que dejar de fabricar sus productos, dejar de comprar productos en otros países, dejar de vender, y hasta dejar de lado sus cuentas por cobrar.

“Una empresa como esta tiene obligaciones con los bancos, y que solo para dar un ejemplo, pagamos una línea de crédito mensual por ₡65 millones y otras cuentas por “leasing” por nuestros camiones. Imagínese la responsabilidad que llevamos sobre nuestras espaldas, la responsabilidad social para con las familias que trabajan con nosotros”.

Respetuosos

Esto borra, según Salazar, las especulaciones que se han dado en el mercado, porque afirma que hasta se dijo que estaban lavando dinero, que estaban involucrados en falsificación de clavos de acero, que no pagaban a Tributación, y que incluso habían llegado agentes de la policía fiscal.

“Aquí no hubo ni habrá nada de eso. El cierre se dio, gracias al proceso indebido de un par de señoras “cabezas calientes” del Ministerio de Seguridad”.



“Masaca siempre ha sido una compañía respetuosa de la ley, y por eso permitimos ese cierre sin oponernos, pero haciendo las investigaciones, ahora estamos mayormente preparados, por si en el futuro tuviéramos que enfrentar un abuso como este”.

Salazar dice que quisieron “manchar” el nombre y la imagen de una empresa nacional que ha sido y demostrado ser responsable.



Agrega que haber pasado por esta situación, hizo que la empresa se fortalezca más. “Para aquellos que quisieron hacerle daño a Masaca, les decimos que aquí estamos y más fuertes que nunca y con muchas ganas de seguir dando atención a los más de 1200 clientes que tenemos”. Dice que mucha gente, entre clientes y amigos los llamaron para ofrecer el apoyo, y entre ellos Luis Fernando Arguedas, Gerente General de Distribuidora Arsa, “quien se puso a disposición para cualquier ayuda que necesitáramos, y le estoy sumamente agradecido a él y a todos los que nos dieron su voto de apoyo”.

En Masaca afirman que los días que obligaron a la empresa a cerrar, sirvieron para fortalecerse más, y por ello, agradecen el apoyo de clientes, colegas y amigos.

Canet pasó de tablilla

A SÚPER TABLILLA

En esto de la tablilla para cielorraso, Canet decidió jugar en el mercado de las grandes ligas, porque aumentó a lo grande, las ventajas de TAC.



Daniel Urbina, Gerente de Mercadeo y Ventas de Canet, muestra la flexibilidad de TAC, uno de los nuevos beneficios que presenta la nueva tablilla para cielorraso.

Más colores, flexibilidad, lo que hace más fácil su transporte y almacenamiento, resistencia y además TAC cuenta con la ventaja, gracias a su formulación también es retardante del fuego.

Así nos lo contó Daniel Urbina, Gerente de Mercadeo y Ventas de Canet, quien agrega que todo es parte del objetivo de llegar al mercado con productos de alta calidad. “Desde 1999, decidimos importar la tablilla e incorporarla en el portafolio de productos”.

Afirma que la introducción del producto fue fácil para la empresa, ya que conocían muy bien las capacidades del PVC, al comercializar persianas, molduras y rodapiés con este material.

Al usuario siempre le gustó la tablilla porque no debía incurrir en grandes inversiones de mano de obra, además es fácil de limpiar y de instalar.

“Desde hace 3 años, decidimos convertirnos en más líderes con la tablilla, por eso ahora contamos con la Tablilla TAC S6”.

Asegura que intensificaron sus investigaciones de mercado tanto con el usuario como con el ferretero, para dar con un producto ganador.

Canet no fabrica este producto en Costa Rica, por los problemas de humedad y cambios climáticos y de temperatura que posee el país, lo que podría afectar los procesos de extrusión, sobre todo en la parte del color, por ser un producto decorativo, “pero eso no quita que podamos dar un precio muy competitivo”.

Única

Esta tablilla, según Urbina, es la única en el mercado que se puede arrollar completamente sin que se quiebre, lo que facilita el transporte y el almacenamiento.

“TAC tiene un grosor de 6 mm, que es el ideal para que se pueda doblar y transportar, pero gracias a la composición del PVC, el producto es sumamente resistente y no se quiebra con facilidad”, asegura Urbina.

“TAC está respaldada por una flotilla amplia de camiones, y con ello hemos apostado a tener un servicio de entregas más eficientes, más rápidas, lo que hace que el ferretero la pueda pedir y vender sin incurrir en lapsos muy largos de almacenamiento”.

Así las cosas, Urbina recalca que en estos momentos TAC es la tablilla más flexible que hay en el mercado, se puede doblar, es más resistente por su composición y no se marca tan fácil, aguanta más de 65 libras de peso, es retardante del fuego.

Urbina asegura que todas estas mejoras las hacen pensando principalmente en los distribuidores, a quienes dicen apoyar con todo. “Ellos tienen los mejores precios, incluso, nosotros mismos, aquí en Canet, manejamos precios más altos para que los clientes vayan directamente a las ferreterías”.

TAC viene en 11 colores diferentes.

¡Empresas VAN CON TODO!

Aditec que participará por primera vez en Expoferretera no quiere guardarse nada y llegará a la feria con todo un arsenal de novedades ferreteras.

La empresa sumó a su oferta de productos para la construcción, otras líneas ferreteras como plaquería, bombillos, herramientas manuales, cable eléctrico, molduras, entre otras, y que presentará en Expoferretera.

Precisamente, toda esta diversificación de productos hacen de Aditec una empresa con una oferta más variada y que según José Miguel Arias, Gerente Comercial de la compañía, se trata de líneas de calidad, pero con precios que son muy accesibles para las empresas ferreteras.

“Escogimos la feria, precisamente pensando en que el ferretero pueda conocer más a fondo nuestra propuesta. En realidad, se trata de productos muy innovadores”, dice Arias.

En plaquería de marca Simón, española, el gerente afirma que cuentan con varias categorías: económica, intermedia y premium.

El cable eléctrico es de marca Southwire THHN, americano y en todos los calibres, certificado UL.

Apuesta fuerte

También cuentan con toda la línea de bombillería American Light, con leds y fluorescentes, con 5 años de garantía y en todos los watajes.

A la feria también llevarán las molduras y cornisas de Bélgica, marca NMC, para interiores y exteriores, así como toda la variedad de herramientas manuales y agrícolas Foy Hen, que es traída de México, con todo lo que es jardinería, carretillas, picos, bombas para fumigación, entre otros.

“Nos hemos diversificado y por eso queremos llevar al ferretero una propuesta de negocios, con productos variados”, dice Arias.

Otro de los productos novedosos a los que la empresa apuesta con fuerza es el Surface Shields, que son láminas de cartón impermeable, que es muy utilizado para proteger pisos, mientras se desarrollan trabajos de construcción y remodelaciones.

“Protege los porcelanatos, por ejemplo, de golpes, de la humedad, del alto tráfico que se ejerce mientras se hacen reparaciones”.



José Miguel Arias, Gerente Comercial de Aditec, muestra parte de los productos que la empresa presentará en Expoferretera.

Expositores 2016

Confirmados al
1 de febrero, 2016



CHARLAS

LOS PILARES DEL ÉXITO PERSONAL Y EMPRESARIAL, SERVICIO AL CLIENTE, MOTIVACIÓN

Expositor: Luis Cespedes Corrales

Fecha: 6 de Mayo 2016

Hora: 1:30pm – 2:30pm

¿CÓMO DESPEDIR UN EMPLEADO?

IMPLICACIONES PARA AMBAS PARTES

Expositor: Marcela Acosta

Fecha: 6 de Mayo 2016

Hora: 2:30pm – 3:15pm

¿CÓMO VENDER MÁS SOLDADURA Y EQUIPOS?

AUMENTE SUS CONOCIMIENTOS.

Expositor: Enrique Calderón

Fecha: 6 de Mayo 2016

Hora: 3:30pm – 4:15pm

ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LOS INGRESOS DE MI EMPRESA

Expositor: Jose David Ulloa.

Fecha: 7 de Mayo 2016

Hora: 11:30am – 12:15pm

¿CÓMO SER UN VENDEDOR FERRETERO DE ÉXITO?

Expositor: Eduardo Méndez Elizondo MBA

Fecha: 7 de Mayo 2016

Hora: 3:30-4:15 pm

DÉJESE DE PRETEXTOS Y VENDA MÁS EN EL SECTOR FERRETERO

Expositor: Manuel Antonio Ujueta Castillo

Fecha: 7 de Mayo 2016

Hora: 4:30pm – 5:15pm

¿CÓMO MEJORAR LAS VENTAS EN PRODUCTOS DE FONTANERÍA?

Expositor: Ricardo Parra

Fecha: 8 de Mayo 2016

Hora: 11:30am

Reserve su espacio en:

www.expoferretera.com/charlas

expo FERRETERA

su herramienta de negocios

2 0 1 6

★ A RITMO VAQUERO ★

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

6, 7 Y 8 DE MAYO, 2016.

EVENTOS PEDREGAL

Adquiera su entrada gratis en

www.expoferretera.com

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





Jorcel no teme

AL CAMBIO

Ferretería Jorcel parece no quedarse nada más en el papel... Ahora da muestra de su agresividad empresarial abriendo un autoservicio y pronto un área agropecuaria.

En Jorcel, en San Ramón, se saben y comprenden aquello de que “camarón que se duerme, se lo lleva la corriente...”, por eso decidieron renovarse, no sólo incorporando un área de autoservicio, sino que muy pronto estarían inaugurando un Jorcel Agropecuario.

Además decidieron apostar por salirse del tumulto y centro de la ciudad, para ubicarse en un solo lugar como un solo negocio donde ofrecen de todo.

Así las cosas, el Jorcel 1 que está en el centro moncheño, pasará a reforzar filas junto al Jorcel 2 que está más hacia las afueras de la ciudad.

“A los clientes hay que tenerles de todo”, dice Jorge Araya, Propietario de Jorcel.

Manifiesta que vieron una oportunidad de crecimiento con el autoservicio, apuntaron directo y la tomaron.

“Sabemos que hay muchos clientes que gustan atenderse solos, que les encanta tener contacto con los productos, y eso queremos darles”.

Sin embargo, aclara que será un autoservicio asistido, “porque claro, aunque los clientes se atiendan, siempre hay consultas”.

Además dice que hay mucho comprador que no le gustan las filas para comprar y esperar a que lo atiendan, y eso fortaleció la decisión de asignarle 200 m2 de tienda a este sistema,

¿Y la parte del mostrador? “Eso siempre lo vamos a tener, eso jamás lo vamos a desaparecer, porque también están aquellos compradores que les gusta encontrar alguien a quien puedan preguntar, recibir asesoría y aclarar dudas sobre los productos”.

Sobre la clave del crecimiento y el nacimiento de



Jorge Araya (centro), junto con parte de su gente, se mostró feliz por la incorporación del área de autoservicio que tendrá Jorcel y la unificación de sus negocios en un solo lugar.

esta idea del autoservicio, Araya dice que no hay secretos. “Es ese contacto con los compradores que nos marca la pauta para hacer realidad estas ideas. No habríamos apostado por el autoservicio de no haber detectado esos clientes que prefieren tener un carrito de compras a la mano y buscar los productos, tipo supermercado”.

Del agro

Sobre tomar la decisión de salirse del centro, Araya asegura que por el tumulto, la falta de parqueo, “ya en el centro no se puede estar. Es incómodo, por ejemplo, para la descarga de los camiones con la mercadería, e incluso para los clientes que nos visitaban en sus carros. Aquí donde estamos no hay problema de parqueos”.

Y sobre el área agropecuaria, sostiene que es una parte que hace mucha falta, pues en San Ramón hay muchas fincas que requieren de mucho insumo. “Ahora quien viene al negocio por una herramienta o algo de ferretería, podrá encontrar productos agropecuarios”.

Actualmente, dice estar atendiendo cerca de 600 clientes por día, en un área de negocio de más de 2100 m², pero además tienen 24 mil metros más, exclusivos para materiales de construcción.



ALTA RENTABILIDAD Y CALIDAD





Una cerradura de alta calidad. A los compradores les ha gustado mucho, lo que ha hecho que las ventas se muevan muy bien.
 José Manuel Quesada, Propietario
 Ferrería Lomas




La cerradura ha gustado mucho, tiene muy buen precio, y a los clientes les gusta su calidad.
 Minor Segura, Propietario
 y Ernesto Venegas, Comprador



ATIKO



www.atikoworld.com
 Tel: 2296-2815



Bombas sumergibles HCP para aguas residuales y pluviales.

Inversor Gladiator turbo ventilado de Variedad de materiales y capacidades dependiendo de la necesidad del cliente.



Bombas sumergibles Apec y Sava para pozos profundos

Modelos de bombas con impulsores en termoplástico y acero inoxidable, con motores enfriados por aceite y rodamientos para mejor rendimiento.



Bombas periféricas y bombas jet SHIMGE ideales para sistemas de agua potable y sistemas de riego pequeños.

Estas bombas pueden ser conectadas a 115v o 220v y las bombas periféricas poseen una inserto de acero inoxidable para que no se atore el impulsor por corrosión.

Distribuye: Zebol • Tel.: (506) 2437-7900



Soldadora Inverter ARC200 (J76)

Jasic. Modelo:

ARC200. Alimentación: 230V / 60Hz / 1F ± 15%. Peso neto: 8.2 Kg. Voltaje máx. de Circuito abierto: 70 V. Dimensiones: (L x An x Al) 372 x 220 x 150 mm. Rango amps de soldar: 10-200 Amps. Ciclo de trabajo: 130 Amp@100%. Entrada amps a 100% CT: 35A.

Jasic Cut-40ii (R56) cortadora al plasma max. 12mm 230v/60hz/1f 20-38a c.s. Peso 8.6 kg. Alimentación: 220 V. Capacidad de corte: 10 mm. Salida nominal corriente/voltaje/ciclo servicio: 60%. Voltaje de salida: 88 - 96 V. Tasa de flujo y presión: 160 l/m @ 80 psi. Entrada amps a salida nominal: 24. Dimensiones: 371 x 155 x 295 mm.

Máscara de soldar electrónica ADF730S TECMEN.

Clase óptica 1/1/1/2. Área de visualización 95 x 62 mm. Tamaño de cartucho 110x90x9mm. Sombra del lente 5-8/9-13 variable. Estado de luz Sombra 3.5. Control de sombra externo. Sensores 4.

Distribuye: Capris • Tel.: 8000-Capris (8000-227-747)



ITE 10250 TIG:

Inversor TIG 3 en 1 con calidad industrial. Capacidad para soldadura TIG Aluminio, TIG Acero y electrodos. Bajo consumo para altas frecuencias, control por pedal, arco pulsado, ventilación ideal para ciclos de trabajo. Incluye 1 pinza porta electrodo, pinza de masa, torcha TIG, pedal de corriente y cepillo/martillo.



IGBT 130:

Inversor Work de alta portabilidad, bajo consumo y al menor costo. 220V con potencia de 4500W y 130A. Aislación clase I con ciclos de trabajo de alta eficiencia. Incluye 1 pinza porta electrodo y 1 pinza de masa.

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



Tecnología
 para su hogar

- Tecnología LED
- Dimeables
- Larga duración
- Variedad de estilos



Ecología



Economía



Tecnología




Distribuido por



 (506) 2231-7307

 www.taikecr.com



Gerardo y su padre Miguel, son parte los pilares que mueven a Materiales San Miguel. 33 años de fundado, 11400 m2 de superficie y 60 empleados son también motores del negocio.

Cuando el amo está, **EL NEGOCIO FUNCIONA...**

Si no lo tiene claro, mejor frene y “eche para atrás”, si le da miedo, no se arriesgue... Son condiciones que no pasan por Materiales San Miguel, porque aquí todos los días mueven sus fichas basados en una claridad ganadora.

Quizás muchos de nosotros hemos visto paradas de autobús, camiones, vallas en los estadios, principalmente en el de Heredia centro, anuncios de televisión, traseras de autobús, anuncios de televisión, donde se distingue Materiales San Miguel.

Y es que no es para menos, pues un negocio de más de 11 mil metros cuadrados, requiere el mayor esfuerzo en presencia publicitaria para atraer la mayor cantidad de clientes.

Sin embargo, eso no es todo. Detrás de este negocio, según nos comenta

su propietario, Gerardo Ulate, hay cerca de 60 personas “trabajando con la camiseta puesta”, para que todo salga bien, “como el cliente lo necesita”.

Es por eso que no es casualidad, observar a Gerardo, ayudando a cargar un pedido de mortero, atendiendo aquel cliente que estaba viendo pisos en el área de acabados,

resolviendo los detalles de una nota de crédito y hasta guiando por teléfono a quien se acaba de marchar a entregar un pedido.

Y es que Ulate lo tiene claro, pues no solo la presencia del amo engorda el negocio, sino hay que estar ahí... "en los zapatos del comprador".

Dice cuidarse mucho con todo lo que vende, por eso su mayor apuesta la dirige hacia proveedores serios y productos que gocen de prestigio en el mercado, y no de aquellos que están unos meses y desaparecen.

33 años, según dice Gerardo, no han pasado en vano, porque todos los días se le saca provecho al aprendizaje. "Hemos crecido porque siempre buscamos trasladar buenos precios al comprador, y porque aquí no engañamos a nadie".

Así marchan con cero temor a la competencia, se dan de tú a tú con cualquiera, pero su política es estar muy concentrados en lo de ellos. "Queremos seguir trabajando bien".

"Nos gusta que a los clientes se le faciliten las cosas cuando viene aquí, que haya una facilidad de consulta y atención en el mostrador", enfatiza Ulate.

Ulate dice que se han preocupado mucho para que los vendedores brinden un trato amable, así como sacar provecho de cada capacitación para conocer a fondo los productos.

Actualmente, tienen un área de telemercadeo con 6 personas, que piensan aumentar. "Buscamos que no se nos vaya ni una sola llamada, porque eso son ventas", dice Gerardo.

Dicen que la hora de contratar personal se basan mucho en la forma de ser de la persona, y aunque hay algunos que llegaron con buena experiencia, hay otros que se han desarrollado en la empresa.

Reinversión

Hace poco, inauguraron una sala de acabados, de más o menos 800 m2, porque saben que esto seduce a las mujeres, que al final son las primeras decisores en cuanto a poner la parte estética en los proyectos.

"Con solo el hecho de ver gente paseándose, sabemos que una sala facilita la escogencia de los productos".

Materiales San Miguel busca estar en todos lados, y no escatiman si un cliente está a la vuelta del negocio, en San Juan de Santa Bárbara, o adentrado en Guanacaste.

"Siempre pensamos en reinvertirle al negocio, que siga creciendo, por eso tenemos una buena flota de camiones que nos permite aumentar el servicio a cualquier parte del país. En realidad, quisimos dejar de ser locales y para ello, también nos hemos "agarrado" de la publicidad".

Casualmente, ese día, vimos a algunos vendedores "lidiar" con un cliente que pedía sus materiales, en Hacienda Pinilla.

Sobre los 33 años de estar en el negocio, dice que esto sigue siendo un apostar todos los días. "Hay que estar muy atentos a los precios del mercado, por ejemplo, del hierro, del cemento y otros productos".



Esta es la nueva sala de acabados que recién estrenaron en Materiales San Miguel. Son 800 m2 de exhibición.



IMPORTADORA
AMERICA
Todo un mundo ferretero a su alcance



Le ofrecemos el mayor
surtido de productos.

Pfister™

Contamos con una
amplia variedad de:

- GRIFOS
- VÁLVULAS
- REPUESTOS
- EXHIBICIONES

CONTÁCTANOS:



2292-2424



servicioalcliente@iamericacr.com

Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Vertice Diseños, S.A.	Eitan Rosenstock	Gerente General	2256-6070		2257-4616
Importadora America	Erick Bermúdez	Gerente General	2292-2424	N.D	gerencia@iamericacr.com
Operadora de Eventos Ferreteros S.A de CV (Mundo Ferretero)	Alfredo Chimés	Editor	555-215-3820	N.D	ventas@mundoferretero.com.mx
Atikoworld, S.A	Carlos Espinoza	Gerente de Ventas	2296-2815	N.D	atiko.carlos@hotmail.com
Arkiplast, S.A	Helbert Alfaro Acuña	Gerente General	2475-5111	N.D	aherbert@cieloplast.com
Intrep	Luis González	Asesor Técnico	2239-2767	N.D	ventas1@intrep.com.pa
Intaco	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	roger.jimenez@intaco.com
Sur Química	Eduardo Gamboa	Gerentes Ventas	2211-3400	2256-0690	egamboa.s@gruposur.com
Aditec, Químicos e Instalaciones, S.A	Jose Miguel Arias	Gerente Comercial	2296-1980	2296-3701	jmarias@aditeccr.com
Coflex S.A de C.V	Gil Coto Navarro	Representante	224-2278	N.D	servicioclientes@coflex.com.mx
Importaciones Vega, S.A	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600	N.D	impovega@racsa.co.cr
Eagle Centroamérica	Servicio al Cliente		2261-1515	2237-8759	info@eaglecentroamericana.com
Persianas Canet	Karolayn Romero	Jefatura Mercadeo	2280-1050		mercadeo@persianascanet.com
El Electrico Ferretero	Mario Leiva	Gerente Ventas	2259 01 01	2259 3535	mleiva@electricoferretero.com
Schneider	Luis Alfaro Nietzen	Gerente de Mercadeo	2210-9450	2232-0426	luis.alfaro@schneider-electric.com
Proyectos Taica (Taiké)	David Tseng	Gerente General	2231-7307	N.D	dtseng@taikecr.com

SJ SAN JOSE BUSINESS SHOW

20 y 21 de Abril, 2016

Eventos Pedregal
Costa Rica

El evento para iniciar o
hacer crecer su empresa

El evento contará con 140 charlas técnicas gratuitas, dirigidas a empresarios y ejecutivos que quieren obtener información que les permita ser más efectivos en la gestión de sus empresas. Además habrá área de exhibición e interesantes actividades

Contáctenos para dar una charla, tener un stand o asistir a las charlas.



SanJoseBusinessShow



(506) 4001-6722



sanjosebusiness@ekaconultores.com



www.sanjosebusinessshow.com

Organiza:
EKA
LA REVISTA EMPRESARIAL

Mundo



ferretero

Periódico Bimestral

Lleva tu producto, servicio
o negocio a **México.**

65,000 compradores
del sector de construcción,
eléctrico y ferretero te esperan.

ventas@mundoferretero.com.mx

www.mundoferretero.com.mx

MORTERO LAVADO

Mortero Premezclado Cementicio Decorativo

El Mortero Lavado es un cementicio decorativo especialmente diseñado para aplicarse sobre superficies horizontales que se deseen destacar.

La exposición de las partículas decorativas se logra frotando suavemente la superficie aún fresca con esponja o cepillo y abundante agua limpia.

Es ideal para utilizarse en aceras, bordes de piscina y pisos de concreto en general.

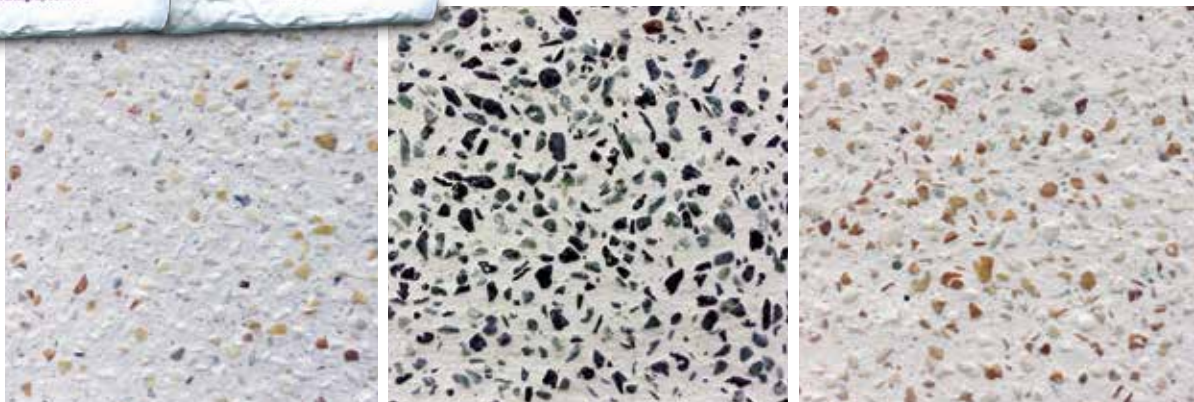
Por su cromaticidad, se puede combinar con cualquier esquema de arquitectura o diseño.

Características:

- Alta resistencia en ambientes exteriores.
- Acabado multicolor.
- Fácil de instalar.
- Uso interno y externo.
- 3 combinaciones de colores a escoger.
- Listo para usar.
- Antideslizante.



DECORATIVO Y RESISTENTE



Si desea más información puede comunicarse al teléfono 2211-3577
www.gruposur.com

Otra
solución SUR