

tuercas y tornillos



Las 400 ferreterías de TYT **P.10**  
Especial herramientas eléctricas **P.22**  
3M impacta con su lija **P.30**  
De una ventana a ferretería de 500 m<sup>2</sup> **P.34**

LAS  
**400**  
FERRETERÍAS  
MÁS IMPORTANTES

# REINA DEL MERCADEREO

Sandra Quesada es la encargada de mover los "hilos" de promoción y mercadeo de las 6 tiendas Gravillas. Con estas estrategias consiguen 1.650 transacciones diarias en promedio.



 /Revista TYT

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

**JULIO - AGOSTO 2019 Año 23 / No. 277-278**





El boletín de TYT, con lo último de la información y capacitación en línea para el sector ferretero y de la construcción. Su contenido es de gran valor, pues se convierte en una fuente de ideas y consejos, con datos veraces y oportunos.

## Reciba información del sector ferretero

## Suscríbase al boletín semanal de TYT en [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)



Asesora Comercial: Kim Morales  
[kim@ekaconsultores.com](mailto:kim@ekaconsultores.com)  
Cel: (506) 8997-1965 • Tel: (506) 4001-6725



REVISTA TYT



# Gran valor. Tranquilidad.

¿Proyecto extenso con presupuesto limitado?  
Para eso creamos Plumbshop.

Llaves y mangueras a precios razonables que ofrecen confiabilidad, rentabilidad y tranquilidad al ser distribuidos por Brasscraft Manufacturing Company, el nombre reconocido por generaciones de profesionales.

Para proyectos amplios con presupuesto ajustado, solicítelos por nombre. Plumbshop. [plumbshop.com](http://plumbshop.com)

**PLUMBSHOP**<sup>®</sup>  
**VALOR CONFIABLE**<sup>™</sup>



By Brasscraft Manufacturing Co.

©2019 Brasscraft Manufacturing Company

# SU HERRAMIENTA DE NEGOCIOS



UN ENCUENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS PARA  
FABRICANTES, DISTRIBUIDORES Y FERRETEROS

- Más de 40 distribuidores en un solo lugar
- Expositores internacionales
- Rueda de negocios
- Ciclo de charlas

**7 Y 8 DE  
AGOSTO  
2019**

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

**HOTEL SAN JOSÉ PALACIO, COSTA RICA**

Su entrada en : [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)

Contáctenos: [revistatyt@ekaconsultores.com](mailto:revistatyt@ekaconsultores.com) Tel +506 4001-6743

# EXPOSITORES



SCC Inc  
centro de contacto



Hon Jue  
Industrial  
Limited



M&E



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



26



30



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

## Contenido

### PINCELADAS

- 8. Ventajas de que la ferretería aparezca en Google
- 8. Peñaranda en la "peña" de Cosmac
- 9. Voces ferreteras

08

### EN CONCRETO

#### Las 400 de más ascenso

El Ranking de las 400 ferreterías más importantes de este año, refleja ineludiblemente, la luchas de las ferreterías por vender más, pero sobre todo, por buscar que los factores económicos externos, causen los menores efectos.

- 12. Zona San José
- 14. Zona Cartago
- 14. Zona Sur y Frontera
- 16. Zona Guanacaste
- 16. Zona Limón
- 18. Zona Norte
- 18. Zona Puntarenas
- 20. Zona Alajuela y Carretera
- 20. Zona Heredia

10

### ESPECIAL HERRAMIENTA ELÉCTRICA

#### Avances tecnológicos de las herramientas eléctricas

La simplificación del trabajo que brindó la invención de las herramientas fue tremenda. Entonces, imagínese usted qué es lo que pasa cuando aparte de tener una artefacto muy útil en todo sentido, este ahora es eléctrico y con automatización de movimientos o a batería. Ahí sí que la tarea de los maestros se hace mucho más sencilla.

- 24. Alta calidad Bolt
- 26. Arsa a la vanguardia en inalámbricos Total

22

### SOCIOS COMERCIALES

- 28. ¡Esto sí es una cinta!
- 30. Planta de lija calidad 3M

28

### EL FERRETERO

- 32. EEI Mercadeo como herramienta para crecer
- 34. De una ventana a 500 m2 de ferretería

32

# Conoce la nueva tecnología del inodoro Aquapro

Un inodoro con la nueva tecnología Ecoflush, que ofrece descarga para líquidos de 3.2L y sólidos de 4.8L; consiguiendo así un bajo consumo de agua y una excelente capacidad de descarga.

Tiene como novedad, ser un inodoro sin anillo superior y con agujeros expuestos que están direccionados para asistir el impulso del jet logrando una máxima evacuación con menos agua. Por lo que garantiza una mayor limpieza en cada uso, sin la acumulación de gérmenes y bacterias.

También cuenta con la avanzada y ahorradora tecnología Ecoflush de CORONA, con una capacidad de evacuación de 500 gms de sólidos y un consumo promedio de 3.7 lts. de agua.



**ECOFLUSH®:**  
Máximiza potencia,  
máximiza ahorro.

**TAZA RIMLESS:**  
Mejora el lavado, reduciendo  
gérmenes y bacterias.



corona

### 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

### Asesora Comercial

Kim Morales  
kim@ekaconsultores.com  
Cel: (506) 8997-1965  
Tel: (506) 4001-6725

### Diseño y Diagramación

Iranía Salazar  
iranía@ekaconsultores.com

### Colaboradoras

Adriana Chaverry, Periodista

### Foto de Portada

Luis Navarro

### Suscripciones

Tel: 4001-6722  
revistatyt@ekaconsultores.com

### Suscríbese en:

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

Una producción de  
EKA Consultores Internacional  
Apartado 11406-1000  
San José, Costa Rica  
[contacto@ekaconsultores.com](mailto:contacto@ekaconsultores.com)



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

# DE TEMORES ESTÁ HECHO EL MUNDO

¿Por qué nos da tanto miedo dinamizarnos y buscar levantar el sector? Muy simple, los empresarios ferreteros, la gran mayoría, viajan con excesiva cautela, que en algunos casos los vuelve hasta miopes.

En unas, la mayor incertidumbre la provoca el gobierno, pero en otras nosotros mismos, al hacernos ultradependientes de las decisiones del ente estatal.

Y hay alguna razón cuando las políticas no están claras, pero qué me dicen de la parte que le toca a las ferreterías de buscar vender más todos los días... Esto no depende del Gobierno.

La reciente política fiscal del mentado IVA ha puesto a temblar a más de uno, tanto que hay algunos todavía paralizados por la amenaza de que se bajen las ventas, ante el temor de los clientes de tener que pagar más...

Mas, sin embargo, aquellos que no basan su venta solo en el factor precio, han de estar tranquilos pues los compradores tarde o temprano siempre van a necesitar cambiar bombillos, pintar el zinc, las paredes, remodelar, hacer reparaciones.

El propio primer día de la implementación del IVA una tienda de esas que comercializa ropa, zapatos, hogar y demás, anunciaba descuentos de hasta el 70% en toda la mercadería...

Los que entraron sin pensar, podemos estar seguros que lo que menos les preocupó fue tener que pagar el IVA.

Es cierto, factor precio, pero ese era probablemente, el imán, pues no todos los productos gozaban de tan nobles descuentos.

Hay que recordar que hay mercadería a la que ya se le sacó la mayor ganancia, y que sobrepasó el punto de equilibrio de lo que se invirtió por ella, y a sabiendas que el inventario ocioso tiene un costo, y muy alto, a veces es mejor "inventarse" alguna estrategia de liquidación.

Con esto del IVA cuando el cliente no percibe valor sobre los productos, es cuando empieza a cuestionarse si acceder o no a la compra, entonces cuando voltea su mirada al precio, puede percibir el impuesto como un aumento en su contra.

Si en la barbería de enfrente hacen pelados por ₡3500 y en la de la esquina valen ₡3800, si el precio es el único diferenciador, uno podría pensar que la de ₡3500 pasa llena, aunque solo sean ₡300 la diferencia, pero si la de ₡3800 publica que además de eso pone a sus clientes champú, velas aromáticas, talco y tras de eso, arregla las tortas de las barberías de ₡3500... ¿Dónde creen que acudirán los compradores?

Con IVA o sin IVA, los productos son los mismos, lo que debe aumentar es el servicio, porque los compradores, se quiera o no, siempre, por los siglos de los siglos, necesitarán productos ferreteros.





Setiembre / TYT 279

Especial: abrasivos, brocas y herramientas de corte.

Cierre comercial: 08 de agosto, 2019

## Anúnciense en TYT Y exponga en Expoferretera 2019

Kim Morales  
kim@ekaconultores.com • Cel: (506) 8997-1965

### Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	email
ELK	Ricardo Prado	Telemercadeo	2105-7777	ventas@elk.cr o info@elk.cr
Eagle Electric, S.A	Central de Ventas		2261-1515	info@eaglecentroamericana.com
Coflex S.A de C.V	Gil Coto Navarro	Representante	(506) 2224-2278	servicioalclientes@coflex.com.mx
Imacasa de Costa Rica, S.A	Carlos Alfaro	Gerente General	2293-3692	calfaro@imacasa.com
BrassCratf	Román Rampinini	Gerentes de Ventas para Latinoamerica	001-248-2342-695	servicioalcliente@brasscraftq.com
3M	Christian Jiménez	Líder de Ventas CR	(506) 2277-1000	cjimenez@mmm.com
Industria Cerámica	Sofía Rojas	Mercadeo	2519-5464	sofia.rojas@incesastd.com
Unidos Mayoreo, S.A	Geovanny Romero	Gerente de Ventas	4100-8800	gromero@unidosxm.com
Spectrum Brands Costa Rica	Grettel Azofeifa	Trade Marketing	(506) 7016-0111 / (506) 2272-2242	grettel.azofeifa@la.spectrumbrands.com
Abonos Agro	Michael López	Gerente mercadeo	2211-5000ext 4055	mlopez@mfamayoreo.com
Distribuidora Arsa	Ronald Sanabria	Gerente del Dept. de Ventas	(506) 2285-4224	rsanabria@disarsa.com

**SÍGANOS EN**  
en canal de YouTube  
**TYT La Revista Ferretera**



## VENTAJAS DE QUE LA FERRETERÍA APAREZCA EN GOOGLE

A la hora de competir en Internet los comercios locales también buscan su propia estrategia. Una de las herramientas que más ventajas ofrece con respecto al SEO local es Google My Business. Esta plataforma puede resultar muy útil para los que saben cómo sacarle partido adecuadamente. Estas son las claves para mejorar la presencia online con Google My Business.

Mayor visibilidad en la red.

Mejor imagen de cara a su público objetivo. Las reseñas sobre el negocio mejoran la credibilidad como empresa.

Una ventaja competitiva más desarrollada. Con Google My Business podrá ver lo que están haciendo sus competidores. De esta manera, tendrá toda la información para mejorar su propia estrategia comercial.

Los usuarios pueden geolocalizar el negocio sin problema. Dentro de la plataforma se encuentran las diferentes maneras de ponerse en contacto con su negocio.

Mejor posicionamiento SEO en general y SEO local en particular.

Conectar directamente con tu público potencial más cercano.

Aparecer en las búsquedas de resultados también en cualquier tipo de dispositivo móvil.



Lo peor que le puede pasar a su negocio, es que lo busquen en internet y no aparezca

## PEÑARANDA EN LA “PEÑA” DE COSMAC

Siendo prácticamente de única entidad que asocia ferreteros en el país, y a pesar de ser de círculo cerrado, se han mantenido a través de los años, en total 35, gracias a la experiencia, visión y buen tino de quienes han sido sus socios dueños.

Hoy, buena parte de las riendas de Cosmac son llevadas por su nuevo Gerente General, Javier Peñaranda, un hombre de ferretería, que sabe y conoce del negocio, con más de 30 años de experiencia en estas tareas.

Cuando no era tan común que las empresas mayoristas importaran, Cosmac abrió brecha en estas tareas como para buscar y hacer diferencia en el mercado. Además de aprovechar la ventaja de compras por volumen y trasladar los beneficios a sus agremiados.

“El mercado de hoy está abierto al mundo y hay que buscar las alianzas que permitan tener líneas de producto de alta rotación para los socios”, dice Peñaranda, quien asegura que una de las razones por las que lo “trajeron” fue para hacer de Cosmac un ente que represente soluciones integrales para sus socios.

Para Peñaranda, Cosmac, a través de los años ha conseguido crear un músculo de negociación muy fuerte en el mercado. “Siento que nos hemos convertido en una de las opciones más completas en inventario de ferretería y materiales eléctricos en este país”.

Hoy la entidad cuenta con marcas como Truper, Eagle, que son dos marcas muy conocidas en el mercado.

“Queremos que a futuro Cosmac se vea como una empresa creciendo en servicio y en profundidad de líneas y consolidándose aún más como la empresa de sociedad cerrada más fuerte en este país”.



Javier Peñaranda, desde la Gerencia General de Cosmac, se plantea el reto de aumentar el “poderío” de negociación de la entidad con el fin de llevar más beneficio a sus asociados

## VOCES FERRETERAS

### 1. ¿Hay espacio en el mercado para más competidores?

“Creo que siempre hay espacio suficiente, lo importante es saber manejar adecuadamente el negocio”.

**Luis Guillermo “Macho” Cruz Barrantes, Gerente General de Distribuidora Agrocomercial de Puriscal.**

### 2. ¿Cuál es la receta idónea para vender más?

“Todo cambió, hoy el cliente anda buscando precio... ¡el cliente te regatea una “peseta”! Ya aquellos tiempos de confort pasaron a la historia. Ahora es: servicio y precio. Ya no es como antes que los productos que estaban consolidados en el mercado eran inamovibles, ahora llegaron otros, se pusieron a la par, los copiaron y les pusieron el precio a la mitad, y esos son los que están comprando los clientes”.

**Carlos Jenkins Zúñiga, Proveedor de Ferretería JR Vargas e Hijos.**

### 3. ¿Qué futuro le espera al sector ferretero?

“¡Yo apuesto a que le espera lo mejor, apuesto a ganar! Nosotros en este momento estamos entrándole a reformar todo: infraestructura, promociones, importaciones. Tal vez no sean muchos los clientes en cantidad, pero sí estamos apostando a clientes más importantes, estamos dejando un poquito lo que es menudeo y estamos pensando más en mayoreo. Estamos muy asustados, pero también estamos haciendo lo mejor, acomodándonos. Realmente, esto ha sido un acomodo y un ordenamiento. En nuestro sector, esto no es tan alarmante, porque es compra y venta de artículos; si fuéramos del sector servicios, quizás estaría más preocupada. Lo que sí afecta es al personal que está en la ferretería, porque ya usted no puede contratar a un familiar y enseñarle, usted tiene que tener personal capacitado, porque ahora todo es muy formal, ya salimos de la facturación con papelitos”.

**Olga Rivera Garbanzo, Gerente y Copropietaria de Depósito Jiménez.**

### 4. ¿Cómo se crece en momentos adversos de la economía?

“En momentos adversos de la economía, lo que toca es reinventarse, innovar y diferenciarse de la competencia, de tal manera que el negocio se vuelva atractivo al consumidor final. Pero eso no significa que haya crecimiento, puede significar que sea la forma de mantenerse vigente en el mercado. Esas oportunidades de mantenerse y no desaparecer, son los insumos que, cuando pase la crisis, si los manejé de la forma correcta, me van a dar la oportunidad de crecer”.

**Ronald Aragón Rodríguez, Gerente General de Depósito y Ferretería Ferconce.**

### 5. ¿Cómo se logra ser más competitivo?

“Eso se logra, trayendo productos de calidad a muy buen precio”.

**Xinia Barrantes Elizondo, Administradora de Ferretería Cariba.**

**¡Olvídate de los malos olores!**



**ESPACIO LIBRE DE OLORES**

**Coflex** crea productos que garantizan **cero retorno** de gases de la red de drenaje y malos olores por estancamiento

**Trampas Premium**

**Bridas y Cuello Flexibles**

**Coladeras con Válvula Anti Olores**

**Sistema de Trampa para Coladera**

Gil Coto Navarro Representaciones, S.A.  
T (506) 2224 2278 / (506) 2225 8403  
F (506) 2224 6703  
info@gilcoto.com / mundohera@amnet.co.cr  
distribuidor@coflex.com.mx www.coflex.com.mx

f /CoflexInnovacion



# Las 400 de más **ASCENSO**

El Ranking de las 400 ferreterías más importantes de este año, refleja ineludiblemente, la lucha de las ferreterías por vender más, pero sobre todo, por buscar que los factores económicos externos, causen los menores efectos.

Como todos los años, el Ranking de las Ferreterías más importantes de TYT, conforman el listado de los negocios no solo que han podido mantenerse vigentes, sino los de más ascenso en el último año.

Es cierto que unos entran y otros salen, por diversas razones: porque debieron cerrar inevitablemente sus negocios, ya sea porque los absorbió la competencia o porque no encontraron la fórmula de apalancamiento financiero que les diera estabilidad.

Las cadenas grandes como tales, se mantienen fuertes y en crecimiento, y el resto de ferreterías, las que aparecen aquí, “echan” mano de un servicio más diferenciado y productos ganadores para atraer compradores.

## **Metodología**

La metodología utilizada se canalizó por medio de llamadas a los ferreteros, para que aportaran los datos que conforman el ranking.

Una vez obtenidos los datos se procedió a ponderar el listado, basado en cada una de las variables aportadas. En el promedio ponderado, las mejores posiciones las obtienen los negocios que más se acercan a 1.

## **¿Cómo vender más en momentos adversos?**

Seamos honestos con nosotros mismos. Es muy probable que nuestro negocio haya sufrido un descenso de las ventas. En esto caso, lo primero que debemos hacer ante todo es analizar la causa por la que nuestras ventas están cayendo. ¿Se debe estrictamente a la crisis? ¿Nuestra competencia esta más fuerte que nosotros? En esta situación, antes de tomar nuevas medidas, deberemos prestar atención a los motivos

de la pérdida de rentabilidad, ya que puede que desde hace tiempo estemos sufriendo los síntomas del “negocio enfermo”.

Por otro lado, puede que nuestro negocio sea de nueva creación y no hemos conseguido alzar el vuelo aún, por lo que las facturas se acumulan una tras una mientras esperamos eternamente a que nuestros clientes lleguen. Digamos que nuestro negocio, a día de hoy no es rentable y debemos hacerlo crecer. Las medidas a adoptar y los pasos que vamos a dar para aumentar nuestras ventas son de puro sentido común, aunque a veces, desde el fondo del pozo, no podamos ver la luz con claridad.

## **1. Cuida a tus clientes.**

Debemos focalizarnos en nuestros actuales clientes, aquellos que ya llevan tiempo confiando nuestros productos o servicios. Es necesario entender que si ayudamos a nuestro cliente a crecer y conseguimos fidelizarlo, este aumentará su número de pedidos y por consiguiente repercutirá positivamente en nosotros.

Esta claro que un cliente satisfecho nos reportara recomendaciones y ello nos aportara nuevos clientes.

## 2. Busca nuevos clientes

También debemos salir en busca de nuevos clientes y nuevos mercados. Cuando las ventas en nuestra zona escasean, hay que ampliar horizontes, expandirse... (en tiempos de crisis hay que crecer).

Atraer clientes que llevan tiempo confiando en otra empresa no es una tarea sencilla, por lo que hay que desarrollar un buen trabajo de calle y comercial, teniendo que hacer en ocasiones concesiones como descuentos extraordinarios (vamos a llamarlo inversión) para conseguir una oportunidad.

Pensemos que un cliente descontento con su proveedor habitual puede proporcionarnos mucha información sobre las causas que han motivado el cambio de esa empresa a la nuestra. Debemos aprovechar toda esta información en beneficio propio para no cometer los mismos errores y mejorar en el servicio que vayamos a dar.

## 3. Renegocia con proveedores

Reúnete con tus actuales proveedores para negociar nuevas condiciones de precio. Explícales tu nuevo proyecto. La mejor forma de ser competitivo en el mercado es bajar precios, por lo que deberás usar a tus proveedores como apoyo para poder ofrecer mejores precios a tus clientes.

En caso de que no estén por la labor, quizás sea momento de buscar nuevos proveedores que te ofrezcan una calidad similar y un mejor precio. Una buena posibilidad radica en establecer una sinergia y colaboraciones con otras empresas de tu entorno.

## 4. Invierte en publicidad

Para captar nuevos clientes, el hacer llegar tu producto o tu servicio a más clientes, se traduce a mayor posibilidad de ventas. Valora las diferentes formas de publicidad para tu negocio.

## 5. Persigue nuevos modelos de negocio

Cuando hablamos de nuevos modelos de negocio, hablamos tanto de nuevos productos o servicios, como de nuevas formas de venderlo. Aunque suene a repetitivo, hoy día, un negocio debe tener presencia en Internet y vender en la red.

Internet es un escaparate al mundo que está abierto 24 horas, los 7 días de la semana, por lo que es un comercial que trabaja para tí a un precio muy barato. Las empresas que se introdujeron en Internet aseguran que hoy por hoy la red, en algunos casos es la responsable del 70% de la facturación total de su negocio, por lo que debemos estar ahí si o si.

Además, podemos buscar nuevos productos o servicios complementarios a nuestro negocio y que sean atractivos para nuestros clientes actuales y futuros. En resumen, d-i-v-e-r-s-i-f-i-c-a-r.

## 6. Cuida tu imagen

Supongo que has oído aquello de “la primera impresión es la que cuenta”. A los ojos de nuestros clientes actuales y futuros e incluso competidores, la imagen de la empresa cuenta, y mucho.

En el caso de que tengas un local, tal vez debas plantearte si es el adecuado por zona o distribución, o si esta mal decorado o necesita una mano de pintura, o tal vez deberías esmerar la limpieza y reparar aquella persiana rota, tal vez debas cambiar tu rotulo o logotipo, o tu imagen personal o la que ofreces en Internet.

La imagen vende! Transmite confianza a tus clientes y refuerza el interés por tu marca.

## 7. Sácale el jugo a internet

Antes hablábamos de la importancia de estar presente en Internet. Ahora se trata de explotarlo al máximo, por lo que deberemos hacer una buena labor de “Network Marketing”. Usa las redes sociales, crea un blog para informar para acercar tu marca a la gente, interactúa con los usuarios de las redes sociales.

Dicho de otra forma, haz que tu marca sea visible en todas partes. Socialízala, hazla próxima. Comparte, interactúa, escucha...

## 8. Usa estrategias inteligentes de mercado

Solo una reflexión... Nunca he entendido el por qué en algunos países una empresa no es capaz de colaborar con otra. Nos da miedo hablar con otras empresas, nos asusta la competencia.

La competencia es buena, aprendemos de ella, nos ayuda a mejorar y por que no, pueden surgir sinergias y/o colaboraciones que nos hagan crecer.

Constantemente estamos viendo como grandes empresas alcanzan pactos entre ellas para así ser más fuertes.

Fuente: enricbigas.com



# Ranking de las ferreterías más importantes

## ZONA SAN JOSÉ

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	2	Almacenes Unidos		German Losilla	Jorge Herrera, Leonardo Medrano
2	11	Maderas y Ferretería Buen Precio SA	www.buenprecio.com	Adriana Jiménez Somoza	Victor Picado
3	12	Depósito Irazú Coronado	www.grupoirazu.com	Edgar Herrera	Julio Sanchez
4	16	Ferretería La Trinidad	NA	José Manuel Solís	José Manuel Solís y José Manuel (Hijo)
4	16	Ferretería Solís	NA	Jacinto Solís	Jacinto Solís Araya
5	17	Ferretería Central Guadalupe	NA	José Miguel Montero	Heiner Duarte
5	17	Agroservicios El Salitre	www.agrosalitre.com	Freddy Ureña Araya	José María Astorga
6	18	Depósito de Maderas Camacho	www.maderascamacho.com	Pablo Camacho	Jeffry Obando
7	22	Ferretería El Mazazo	NA	Martín Arias	Floria Arias
8	23	Depósito Lucky	NA	Fabian Mendez	Dina Sequeira
9	24	Almacén Mauro	www.almacenmauro.com	Carlos Roberto Mauro	Carlos Roberto Mauro
10	25	Ferretería Maflor	www.maflor.com	Flor Jiménez	Carlos Guillén
11	26	Construplaza	www.construplaza.com	Sebastián Fait	Esteban Fait
12	28	Ferretería Tomy	NA	Iok Meng Lei Ma	Franklin Ramírez
12	28	Ferretería Lomas #1 y #2	NA	José Manuel Quesada	Erick Montero
13	33	Depósito y Ferretería Jiménez	www.depositojimenez.com	Ronny Jiménez Mora	Luis Jimenez
14	35	Almacenes José Barguil	NA	Zaida Barguil	Michael Lopez
15	36	Ferretería Muñoz y Nanne, S.A	www.munozynanne.com	Roy Muñoz	Andres Araya
16	38	Arco Ferretero	NA	Mauricio Chinchilla	Mauricio Chinchilla
16	38	Ferretería El Merengue	NA	Róger Carvajal Gutiérrez	Róger Carvajal Gutiérrez
17	40	Ferretería San Sebastián	NA	Marvin Rojas	Jeffry Rojas
18	47	Grupo Indianapolis, S.A	www.grupoindianapolis.com	Luis Alonso Estrada	Leonardo Chavarría
19	50	Depósito Arenal S.A. (Coronado)	www.arenalcr.com	Gustavo Cordero	Geovanny Araya
20	51	Ferretería Granadilla	www.ferreteriagranadilla.com	Mauricio Chanto	Mauricio Chanto
21	54	Depósito de Materiales FERCONCE	NA	Rónald Aragón	Brain Mejía
22	55	Depósito Irazú San Sebastián	www.grupoirazu.com	Edgar Herrera	Johnny Villegas
22	55	* Pisos y Azulejos Porras	www.pisosyazulejosporras.com	Ana Rita Porras Umaña	Daniel Peña
23	56	Ferretería Nasa Comercial	NA	Martín Gilberto Núñez	Martín Gilberto Núñez Rojas
23	56	Ferretería Segura	NA	Freddy Segura	Freddy Segura
24	58	Ferretería El Mar San Jose	www.ferreteriaelmar.com	Alejandro Sandí	Maribel Cascante
25	61	Ferretería Romara	www.romaramateriales.com	Juan Bautista Muñoz	Roy Mena
26	62	Ferretería Seymar	NA	Seidy Venegas y Marcos Ney Venegas	Seidy Venegas y Marcos Ney Venegas
27	63	Ferretería Salva Tandas Paseo Colón	NA	Juan Fernando Morales	Cristian Baltodano Alvarado
27	63	* Ferretería La Esquina	NA	Denney Sánchez	Denney Sánchez
28	65	Ferretería Rohmoser	NA	Fernando Romero	Alvaro Umaña
29	66	Ferretería El Jorquenho	NA	Mauricio Díaz	Mauricio Díaz
29	66	Ferretería El Merengue	NA	Roger Carvajal Gutiérrez	Roger Carvajal Gutiérrez
30	67	Ferretería JMC4 (Importaciones Parmer)	www.jyгимportaciones.com	Andrés Herrera	Robin Carvajal
31	68	Depósito y Ferretería Huno	NA	Humberto Echeverría	Humberto Echeverría
32	70	Depósito Jiménez (Rojimo)	www.depositojimenescr.com	Ronny Jiménez	Mauricio Jiménez
32	70	Ferretería La Central de Colón	NA	Edgar Badilla Álvarez	Joseph Badilla
33	72	Ferretería Mora y Mora	NA	Juan Ignacio Mora Mora	Juan Ignacio Mora Mora
34	75	Ferretería El Mar BS, S.A	NA	Victor Julio Navarro Rojas	Victor Julio Navarro
35	76	Ferretería Laferre	NA	José Miguel Castro	Luis Guillermo Aguilera

N° de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK Cl/Emp
94	7	2500	25	1000	3	1937	3	4	3	10.64	60
137	3	4133	16	703	5	1967	13	1	6	5.13	94
80	10	2500	25	800	4	1992	35	6	1	10.00	63
6	54	3000	23	300	12	1995	38	1	6	50.00	9
8	52	2000	28	200	19	1961	11	1	6	25.00	26
10	50	2500	25	200	19	1954	9	1	6	20.00	34
35	26	1000	39	600	7	1986	29	1	6	17.14	36
25	35	4000	17	300	12	1978	21	1	6	12.00	53
9	51	620	49	300	12	1968	14	1	6	33.33	17
12	48	2000	28	250	15	1976	20	1	6	20.83	33
125	5	5000	13	200	19	1946	6	4	3	1.60	106
35	26	3000	23	300	12	1972	17	1	6	8.57	69
250	1	16000	1	1000	3	2001	44	2	5	4.00	100
8	52	1700	31	350	11	2004	47	1	6	43.75	10
30	31	1140	37	600	7	2000	43	2	5	20.00	34
22	38	3400	21	250	15	1987	30	3	4	11.36	54
29	32	500	51	300	12	1930	2	1	6	10.34	61
5	55	3000	23	100	31	1971	16	1	6	20.00	34
6	54	1000	39	300	12	2004	47	1	6	50.00	9
4	56	400	55	150	26	1960	10	1	6	37.50	14
7	53	440	53	250	15	1984	27	1	6	35.71	15
150	2	7000	8	100	31	1980	23	1	6	0.67	108
18	42	7500	7	180	22	1999	42	2	5	10.00	63
15	45	1500	33	200	19	1991	34	1	6	13.33	45
55	16	4500	15	300	12	2003	46	1	6	5.45	90
40	24	5800	10	200	19	1993	36	5	2	5.00	95
58	14	2500	25	400	10	2009	52	2	5	6.90	80
17	43	700	47	240	16	1990	33	1	6	14.12	42
10	50	480	52	250	15	1995	38	1	6	25.00	26
6	54	400	55	200	19	1996	39	2	5	33.33	17
25	35	726	45	280	13	1995	38	1	6	11.20	55
4	56	200	67	250	15	2001	44	1	6	62.50	5
2	58	600	50	160	25	2011	54	2	5	80.00	2
5	55	500	51	150	26	1994	37	1	6	30.00	19
9	51	300	61	200	19	1986	29	1	6	22.22	31
2	58	400	55	150	26	2007	50	1	6	75.00	3
3	57	50	83	125	28	1962	12	1	6	41.67	12
5	55	600	50	150	26	2000	43	1	6	30.00	19
7	53	400	55	180	22	1996	39	1	6	25.71	25
18	42	2000	28	150	26	1988	31	2	5	8.33	70
9	51	270	63	200	19	1989	32	1	6	22.22	31
2	58	200	67	60	38	1972	17	1	6	30.00	19
16	44	250	64	300	12	2004	47	1	6	18.75	35
32	29	1060	38	230	17	2000	43	2	5	7.19	77

## ZONA CARTAGO

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	7	Ferretería Santa Rosa #1 y #2		Mauricio Almarales	Wendy Salazar
2	8	Depósito de Maderas El Pochote	www.elpochote.com	Eduardo Mora	Mario Mora
3	10	Ferretería La Colonial	NA	Gerardo Arce	Juan José Jiménez
4	28	* Depósito Irazú Tres Ríos GHP, S.A.	www.grupoirazu.com	Edgar Herrera	Roy Ramírez
4	28	AG Almacenes González de Costa Rica S.A.	NA	Harold González	Harold González Fernández
5	29	Femaco	NA	Rodolfo Loaiza Delgado	Juan Carlos Masís
6	30	Ferreterías F y F S.A. (Grupo Maderero Iztarú)	NA	Luis Diego Fonseca Artavia	Bryan Araya Marianela Fonseca
7	33	Ferretería San Rafael (Jimenez) S.A.	NA	Johnny Jiménez	Johnny Jiménez
8	34	Corporación de Empresas Vipo, S.A	NA	Geovanny Portugués	Juan Carlos Mesa
9	35	Almacén de Materiales San Nicolás	www.almacensannicolascr.com	Víctor Julio Leiva	Alexander Leiva Calderón
10	37	Mercasa	www.grupomercasa.com	Nelson Méndez	Abraham Salas
11	42	Ferretería El Roble 2 (Yhousemar)	NA	Yesenia Barahona	Yesenia Barahona
12	43	Super Despensa	NA	Arturo Quesada	Hugo Coto
13	48	Inversiones Ferreteras Lucas	NA	Gerardo Brenes	Diana Cortés
14	50	Maderas y Ferretería El Laurel		Luis Piedra	Luis Piedra
14	50	Almacén de Materiales Alpasa	NA	Alfonso Pérez	Alfonso Pérez
15	55	Ferretería El Angel, Paraiso	NA	Yohanni Portuguez	Juan Carlos Meza
16	56	Depósito Pacayas (DEFEPA)	NA	Miguel Rodríguez Gamboa	Miguel Rodríguez Gamboa
17	59	Ferretería Dulce Nombre	NA	Minor Solano Portuguez	David Row Solano
18	63	Constru Cartago S.A.	NA	Edgar Vargas	Mauricio Masís
19	65	* Ferretería Industrial La Florida, S.A	www.floridacr.com	Carlos Enrique Ruiz	Ulises Brenes
19	65	Ferretería Velca		Luis Velazquez	Esteban Aguilar
19	65	* Ferretería S y S (Turrialba)	NA	Luis Fernando Smith	Guillermo Solano
19	65	Ferretería Concepción	NA	Oswaldo Ugarte	Oswaldo Ugarte
20	66	Ferretería La Bodeguita	NA	José Guillermo Montero	Geovanny Fernández Rodríguez

## ZONA SUR Y FRONTERA

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	21	Ferretería Palmares	NA	Minor Segura Salazar	Ernesto Venegas
2	27	Coopemadereros R.L.	Coopemadereros.com	Aracelly Vargas	Esteban Ramírez Zúñiga
3	46	Ferretería Boston	www.ferreteriaboston.com	Fernando Ruíz Ceciliano	Steven Vega, y Fernando Ceciliano Cordero
4	52	Distribuidora Barsa	NA	Guillermo y Allan Barquero Oviedo	Alvaro Montero
5	61	Ferretería Valerio	NA	Óscar Valerio	Óscar Valerio
6	70	AgroFerretería del Valle	NA	Juan Luis Vargas	Errol Vargas, Juan Luis Vargas
7	73	Materiales Don Samuel	NA	José Alberto Rivera	Mauricio Robles
8	75	FEYMACO	NA	Jorge Zúñiga	Erick Espinoza
9	87	Grupo Materiales: Ferretería Sumary		Odilio Villalobos	Erick Cortes
10	90	Mayoreo de Osa	NA	William Sánchez	William Sánchez
11	96	Materiales La Luz	NA	Carlos Luis Thompson	Jeannette Blanco
12	133	* Fercasa	NA	Angie Badilla	Nelson Badilla
13	139	Electrotécnicos del Sur	NA	Lesbia López	Lesbia López Urbina

	Nº de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
	90	8	5500	11	800	4	1995	38	4	3	8.89	67
	50	19	5000	13	400	10	1967	13	1	6	8.00	72
	9	51	3000	23	300	12	1985	28	2	5	33.33	17
	47	21	10000	4	300	12	1992	35	5	2	6.38	83
	16	44	1500	33	200	19	1942	4	1	6	12.50	51
	15	45	3200	22	300	12	1996	39	1	6	20.00	34
	43	23	4500	15	277	14	1975	19	1	6	6.44	82
	28	33	2500	25	300	12	1984	27	1	6	10.71	59
	10	50	500	51	600	7	2000	43	1	6	60.00	6
	18	42	2500	25	250	15	1990	33	1	6	13.89	43
	107	6	5500	11	250	15	1981	24	1	6	2.34	104
	32	29	2500	25	300	12	1992	35	1	6	9.38	65
	65	12	1200	35	300	12	1960	10	1	6	4.62	98
	25	35	4000	17	200	19	1989	32	3	4	8.00	72
	2	58	1000	39	125	28	2002	45	1	6	62.50	5
	6	54	400	55	250	15	1996	39	1	6	41.67	12
	12	48	900	41	250	15	2000	43	1	6	20.83	33
	12	48	800	43	200	19	1991	34	1	6	16.67	37
	2	58	705	46	100	31	1997	40	1	6	50.00	9
	7	53	2600	24	150	26	2010	53	1	6	21.43	32
	45	22	4000	17	60	38	1949	8	2	5	1.33	107
	8	52	3500	20	115	30	2009	52	4	3	14.38	40
	6	54	3000	23	80	34	1992	35	1	6	13.33	45
	8	52	350	56	250	15	2008	51	2	5	31.25	18
	3	57	320	59	100	31	1985	28	1	6	33.33	17

	Nº de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
	65	12	10000	4	450	9	1995	38	1	6	6.92	79
	33	28	1600	32	400	10	1984	27	1	6	12.12	52
	85	9	4000	17	450	9	2000	43	1	6	5.29	92
	27	34	1833	29	200	19	1976	20	2	5	7.41	76
	8	52	700	47	160	25	1985	28	1	6	20.00	34
	4	56	400	55	100	31	1985	28	1	6	25.00	26
	35	26	700	47	250	15	1993	36	3	4	7.14	78
	8	52	500	51	120	29	1988	31	1	6	15.00	39
	18	42	1500	33	170	24	2008	51	1	6	9.44	64
	18	42	2000	28	100	31	1985	28	1	6	5.56	89
	2	58	50	83	70	36	1989	32	1	6	35.00	16
	5	55	2000	28	25	43	2007	50	2	5	5.00	95
	2	58	90	76	15	45	1996	39	1	6	7.50	75

## ZONA GUANACASTE

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	39	Ferretería Técnica S.A. (FETESA)	NA	Bernardo Bolaños	Beltrán Vega
1	39	Agroservicios de la Península S.A. (Santa Cruz)	NA	Eugenio Vargas Quesada	Eugenio Vargas Avila
1	39	Ferretería La Central (Agropecuaria Arcano)	NA	Miguel Arguedas	Miguel Aguedas
2	44	Agropecuaria La Carreta- La Cruz	NA	Julio César Salas Villegas	Lawrence Bustamante
3	47	Ferretería Dismape	NA	Randal Alberto Arroyo	David Guevara
4	55	Ferretería Belemita Guanacaste	NA	Eduardo Javier Rodríguez	Gabriela Rodríguez
5	58	Bloquera y Ferretería San Martín	NA	Víctor Blanco	Víctor Blanco
6	68	Maderas y Materiales El Cipresal	www.elcipsesal.com	Dora Emilia Meneses	Kenny Zuñiga
7	73	Ferretería Constructor Samareño	NA	Allan Barrantes Venegas	Dawer Hernandez
8	74	El Minero Abangareño S.A.	NA	Rodolfo Villalobos Alfaro	Rodolfo Villalobos Rodriguez
9	76	Ferretería Los Blanco	NA	Enrique Blanco	Enrique Blanco
10	78	* Ferretería Quemoy	NA	Dinorah Lam	Hi kong Lam
11	79	Ferretería Nandayure	NA	Luis Campos	Luis Diego Campos
12	81	Ferretería Río Tempisque	www.ferreteriariotempisque.com	José Joaquín Barrantes Venegas	Juan Carlos Guevara
13	82	Ferretería Río Nosara	NA	Jonathan Araya Barrantes	Jonathan Araya
14	89	Comercial El Bagaceño CB S.A	NA	Geovany Higaldo	Juan Jiménez
15	91	Ferretería La Primavera	NA	Jaime Antonio Ángulo	Gustavo Ángulo
15	91	Ferretería Karla	NA	Enar Porras	Enar Porras
16	99	AVA Ferretera Guanacasteca	www.avaferretera.com	Ricardo Madrigal	Andres Umaña
17	135	Depósito de Materiales Guafor	NA	William Castro	Adolfo Alvarado Torrentes

## ZONA LIMÓN

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	6	Almacén El Mejor Precio	www.mejorpreciocr.com	José Porras	German Carrillo
2	15	Ferretería Cariba		Xinia Barrantes	Xinia Barrantes
3	49	Ferremundo del Caribe		Yeemid Lee	Ying kit Lee
4	53	* Comercial Arisdia	NA	Dianey Cerdas	Dianey Cerdas
5	62	Construtotal	NA	Karina Sánchez	Lenin Ramírez
6	80	Almacén Ardón		yocelyn ardon espinoza	yocelyn ardon barrantes
7	81	Surtidor Jordan	NA	Martín Porras	Martín Porras
8	83	Fajari S.A	NA	Martín Fajardo	Rosibel Fajardo
9	87	CENTRO FERRETERO BYP		ROY BARRANTES ELIZONDO	MAURICIO ARCE COTO
9	87	Depósito Liverpool	NA	José Abarca	José Abarca
10	90	Almacén San Francisco #3	NA	Dianey Cerdas	Dianey Cerdas
11	91	Ferretería Viales	NA	Henry Viales	Dennis Viales
12	113	Ferretería Cahuita	NA	Tony Wu	Tony Wu

	Nº de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
	36	25	2000	28	300	12	1984	27	1	6	8.33	70
	25	35	800	43	600	7	2010	53	4	3	24.00	27
	10	50	500	51	400	10	1995	38	1	6	40.00	13
	19	41	1000	39	250	15	1986	29	3	4	13.16	46
	7	53	500	51	250	15	1995	38	1	6	35.71	15
	7	53	800	43	150	26	1985	28	3	4	21.43	32
	15	45	350	56	250	15	1987	30	1	6	16.67	37
	11	49	2500	25	150	26	2008	51	2	5	13.64	44
	15	45	2500	25	150	26	2002	45	5	2	10.00	63
	6	54	400	55	200	19	2013	56	1	6	33.33	17
	6	54	350	56	150	26	1998	41	1	6	25.00	26
	5	55	100	75	100	31	1960	10	1	6	20.00	34
	3	57	600	50	100	31	2008	51	1	6	33.33	17
	6	54	500	51	120	29	1997	40	1	6	20.00	34
	11	49	2500	25	120	29	2007	50	2	5	10.91	57
	11	49	2000	28	100	31	2000	43	1	6	9.09	66
	10	50	3200	22	100	31	2010	53	1	6	10.00	63
	3	57	150	71	75	35	1987	30	1	6	25.00	26
	8	52	1000	39	100	31	2012	55	1	6	12.50	51
	8	52	200	67	70	36	2008	51	2	5	8.75	68

	Nº de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
	54	17	2016	27	700	6	1979	22	1	6	12.96	49
	10	50	6000	9	200	19	1980	23	1	6	20.00	34
	50	19	2000	28	500	8	2013	56	1	6	10.00	63
	35	26	4000	17	200	19	1988	31	4	3	5.71	88
	28	33	1800	30	230	17	1993	36	1	6	8.21	71
	12	48	600	50	200	19	2011	54	2	5	16.67	37
	3	57	350	56	80	34	1994	37	1	6	26.67	24
	5	55	400	55	100	31	1993	36	2	5	20.00	34
	10	50	4800	14	100	31	2013	56	1	6	10.00	63
	4	56	200	67	100	31	1991	34	1	6	25.00	26
	18	42	1200	35	150	26	2005	48	4	3	8.33	70
	9	51	820	42	120	29	2009	52	1	6	13.33	45
	2	58	100	75	50	39	2002	45	1	6	25.00	26

## ZONA NORTE

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	10	Ferretería Alfaro y Murillo SRL	NA	Enrique Alfaro	Enrique Rojas
2	17	Almacén Agrologos S.A. (Guatuso)	www.agrologos.com	Edgar Picado Arguedas	Rosbin Chaves
3	18	Ferretería Rojas y Rodríguez		Freddy Rodríguez	Freddy Rodríguez
4	29	Ferretería Canalete	NA	Juan Carlos Cháves	Juan Carlos Cháves
5	37	Ferretería Víquez Víquez	NA	Alvaro Víquez	José Víquez Quesada
6	39	Electro Beyco S.A. (San Carlos)	www.electrobeyco.com	Orlando Herrera Monge	Bolívar Rojas
7	45	Inversiones QUPE	NA	Carlos Quirós y Róger Pérez	Róger Pérez
8	55	Ferretería La Miniatura	NA	Rónald Jiménez	Berny Vargas
9	57	Ferretería H y R Santa Clara	NA	Vinicio Hernández	Manrique Hernández
10	61	Ferretería Florencia RYR	NA	Roy Abarca Acuña	Jimmy Araya
11	65	Ferretería Zamora y Vargas	NA	Enrique Zamora	Yalitzá Zamora
12	79	Ferretería La Perla de Pital	NA	Susan Vargas	Yessenia Vargas Rodríguez
13	86	Centro Ferretero Velque	NA	María del Carmen Quesada	Godofredo Velásquez
14	95	Ferragro	NA	Jose Fabio Avila Calvo	Jose Fabio Avila Calvo
15	127	Agro Ferretería Geyni	NA	Carlos Quiros Salas	Carlos Quiros Salas
16	130	Ferretería La Fortuna	NA	Luis Robleto	Luis Robleto

## ZONA PUNTARENAS

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	14	Ferjuca S.A.	www.ferjuca.com	Juan Diego Solórzano	María Fernanda Solorzano
2	18	Ferretería R y C Construcción	NA	Marco Rudin	Marco Rudin
3	20	Ferreteros S.A.	NA	Maritza Garita	Adriana Acuña
4	27	Materiales La Pesa	www.mapesa.co.cr	Allen Quirós	Olman Portuguez Arguedas
5	29	Ferretería Costanera Sur	NA	Miguel Villalobos Naranjo	Kin Yin Jon Kuam
6	32	* Depósito y Ferretería Hua Xing S.A.	NA	Jimmy Lee	Jocksan Vargas
7	33	Depósito y Ferretería Cobano	Facebook: Ferretería Cobano	Rafael Ángel Badilla	Jaime Robles
8	37	Barranqueño (Ferretería Loría)	NA	Luis Loría	Squerlin Medina
9	40	Depósito de Maderas Garabito	NA	Róger Valenciano Anchia	Róger Valenciano Anchia
10	65	Ferretería Materiales Guzmán	www.guzmanferreteria.com	Jason Arias Rivera	Diego Araya Zúñiga
11	66	Ferretería Ferroca	NA	Errol Castro	Alexander Castro
12	67	Maderas Paniagua y Solís S.A.		Jorge Paniagua	Josue Paniagua Solis
13	75	* Ferretería El Sancarleño	NA	Óscar Arias Fallas	Óscar Arias Fallas
14	79	* Ferretería Tung Fong	NA	Li Xiao Xio	Miguel Martínez
15	82	Ferretería Fernando Soto	NA	Franco Fajardo	Manuel Chaves
16	97	Centro Ferretero Monte Verde S.A.	NA	José Luis Cruz	José Luis Cruz Porras
17	99	Ferretería Joyca	NA	Jorge Eduardo Barrantes	Alvin Delgado Venegas
18	100	* Ferretería RG 2000 (Paquera)	NA	Gerardo Rojas	Juan Pérez
19	116	Ferretería Sirias		CLODOMIRO SIRIAS	Jose Sirias
20	122	* Ferretería Chacarita	NA	José Mario Rodríguez	Mariela Rodríguez
21	136	Ferretería LFC	NA	Luis Fernando Céspedes	Adrián Céspedes

	Nº de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
	15	45	1000	39	400	10	1962	12	1	6	26.67	24
	75	11	10000	4	400	10	1980	23	3	4	5.33	91
	90	8	5200	12	500	8	1978	21	1	6	5.56	89
	10	50	1000	39	400	10	1998	41	2	5	40.00	13
	7	53	800	43	200	19	1980	23	1	6	28.57	22
	35	26	1500	33	300	12	1979	22	1	6	8.57	69
	10	50	2000	28	250	15	2008	51	2	5	25.00	26
	6	54	500	51	200	19	1997	40	2	5	33.33	17
	8	52	1000	39	190	20	2000	43	1	6	23.75	28
	15	45	1500	33	200	19	2004	47	4	3	13.33	45
	8	52	2000	28	100	31	1986	29	1	6	12.50	51
	12	48	500	51	150	26	1987	30	1	6	12.50	51
	8	52	700	47	130	27	2006	49	1	6	16.25	38
	6	54	600	50	100	31	2009	52	1	6	16.67	37
	3	57	400	55	30	42	1999	42	1	6	10.00	63
	4	56	300	61	30	42	1987	30	1	6	7.50	75

	Nº de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
	51	18	10000	4	400	10	1986	29	2	5	7.84	74
	10	50	1500	33	300	12	1981	24	1	6	30.00	19
	22	38	5500	11	300	12	1993	36	1	6	13.64	44
	50	19	3000	23	500	8	1993	36	1	6	10.00	63
	12	48	2000	28	250	15	1985	28	1	6	20.83	33
	5	55	1500	33	300	12	2006	49	1	6	60.00	6
	32	29	7900	5	300	12	2002	45	1	6	9.38	65
	6	54	500	51	250	15	1985	28	1	6	41.67	12
	2	58	4000	17	60	38	1988	31	1	6	30.00	19
	16	44	3500	20	205	18	2016	59	1	6	12.81	50
	24	36	5500	11	160	25	1996	39	1	6	6.67	81
	25	35	1600	32	200	19	1993	36	2	5	8.00	72
	3	57	250	64	100	31	1990	33	1	6	33.33	17
	2	58	500	51	70	36	2002	45	1	6	35.00	16
	5	55	1200	35	50	39	1972	17	1	6	10.00	63
	4	56	1172	36	50	39	2001	44	1	6	12.50	51
	3	57	600	50	50	39	2002	45	1	6	16.67	37
	31	30	1200	35	150	26	2000	43	2	5	4.84	96
	10	50	2000	28	60	38	2001	44	1	6	6.00	86
	6	54	200	67	75	35	2003	46	1	6	12.50	51
	12	48	800	43	35	41	2007	50	1	6	2.92	102

## ZONA ALAJUELA Y CARRETERA

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	3	Materiales Barrio San José	NA	Hilda Johansson	Hilda Johansson
2	5	Materiales Meza	www.materialesmeza.com	Adrian Meza	Gustavo Zumbado
3	11	Distribuidora Fama de Alajuela	www.distribuidorafama.co.cr	Celedino Valverde	Celedino Valverde
4	12	Ferretería J.R Vargas e Hijos	NA	Juan Vargas	Alvaro Vargas
5	13	Materiales Arsenio Soto	www.arseniosoto.com	Osvaldo Soto	Johnatan Barrantes
6	18	Maderas y Materiales Elky María		Alejandro Aguilar	William Ulate
7	19	Maderas San Carlos #1 Buenos Aires	www.msc.co.cr	Jose Daniel Solórzano Castro	Juan Sibaja
8	21	Ferretería Madrigal Zamora	NA	Carlos Luis Madrigal	Anai Zamora
9	22	Ferretería Montero y Campos Costa Rica		Sergio Campos Vargas	Allan Segura
10	29	Bloquera Hermanos Chavarría	NA	Misael Chavarría	Rosibel Chavarría
11	37	Ferretería Hercules	NA	Rafael Ángel Ramírez	Rafael Ángel Ramírez
12	40	Depósito y Ferretería Los Ángeles de Grecia		Carlos Alberto Quesada	Sebastian Viquez Ulate Deiver Rojas
12	40	Almacén León Rojas	NA	Francisco Rojas	Isaac Rodríguez y Juan Carlos Rojas
13	43	* Ferretería Poás (Ferrecuyo)	NA	Claudio Arias	Arnoldo Arroyo
14	46	Ferretería San Isidro	NA	Juan Pablo Campos	Juan Pablo Campos
15	50	Ferretería M y C (Palmares)	NA	Juan Domingo Morera	Andrés Montenegro
15	50	Home Depot S.A	NA	Martin Fernández Venegas	Priscilla Fernández
15	50	Ferretería Hermanos Castro	NA	Marielos Castro	Rónald Vargas
15	50	* Maderas Hermanos Cubero	NA	Omar Cubero	Jensy Rojas
16	51	Ferretería López y Murillo #1	NA	Roberto López	ricardo lopez murillo
16	51	Ferretería Hercules		rafael angel ramirez	rafael angel ramirez raul cordero solorzado
17	54	Almacén Coope Victoria	www.coopevictoria.com	Wenceslao Rodríguez	Hugo Alfaro

## ZONA HEREDIA

RK Provincial	RK General	Nombre de la Ferretería	Sitio web	Gerente General	Encargado de Compras
1	4	Ferretería Brenes	www.Ferreteriabrenes.com	Freddy Brenes	Freddy Brenes
2	1	Depósito El Rafaeleño (Sto Domingo)	www.rafaeleno.com	Alvaro Vargas	Daniel Vargas Naranjo
3	6	Distribuidora San Pío (Heredia)	www.pinturassanpio.com	Leonardo Miranda	Leonardo Miranda
4	9	Ferretería Dannis Ltda.	NA	Dannis Ulate	Dannis Ulate
5	14	Materiales San Miguel	www.materialessanmiguel.com	Gerardo Ulate	Geovanny González
6	31	Ferretería J y B	NA	Víctor Julio Céspedes	Victor Julio Céspedes
7	32	Dep. de Maderas y Ferret. Los Angeles S.R.L	www.depositolosangeles.com	Óscar y Rodolfo Vargas	Rafael Mendez
8	40	* Materiales Villa (Heredia)		Gilberth Villalobos	Julio Herrera
8	40	Ferretería San Luis Royleomar, S.A	NA	Leonel Benavides	Ana María Hernández
9	41	Ferretería Vallejo	www.Ferreteriavallejo.com	Jairo Vallejos	Jairo Vallejos
10	45	Ferretería Herradura	gruponafesa.net	Fernando Zúñiga	Joshua Jimenez
11	48	Ferretería Nanán Zúñiga	WWW.GRUPONAFESA.NET	Juan Fdo (Nanán) Zúñiga	Juan Fernando (Nanán) Zúñiga
12	51	Almacén Ulloa	NA	Joaquín Iglesias	Joaquín Iglesias
13	57	Ferretería Acosta	www.ferreacosta.com	Horacio Acosta Murillo	Horacio Acosta Murillo
14	59	Ferretería y Materiales Rugama	NA	Héctor Rugama	Wilberth Prado
15	61	Inversiones Confines S.A. Almacén Oriente	www.inversionesconfines.com	Hector Bernal Meza	Hector Bernal Meza
16	62	Ferretería Los Laureles	NA	Juan Zamora	Liliana Lobo
17	64	Depósito San Antonio	NA	Hilda Rodríguez	Juan Carlos Rodríguez

N° de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
10	50	6000	9	600	7	1987	30	1	6	60.00	6
40	24	2400	26	800	4	1983	26	2	5	20.00	34
12	48	950	40	700	6	1987	30	1	6	58.33	7
56	15	4000	17	400	10	1962	12	1	6	7.14	78
15	45	2500	25	350	11	1981	24	2	5	23.33	29
49	20	7700	6	300	12	1970	15	1	6	6.12	85
60	13	3000	23	500	8	1986	29	4	3	8.33	70
8	52	1500	33	500	8	2001	44	1	6	62.50	5
30	31	1600	32	500	8	1992	35	1	6	16.67	37
20	40	3500	20	250	15	1983	26	1	6	12.50	51
2	58	1000	39	200	19	2000	43	1	6	100.00	1
45	22	7900	5	300	12	2001	44	2	5	6.67	81
18	42	1500	33	200	19	1967	13	1	6	11.11	56
21	39	1500	33	300	12	1999	42	1	6	14.29	41
12	48	4000	17	200	19	2006	49	1	6	16.67	37
10	50	600	50	250	15	1991	34	1	6	25.00	26
16	44	600	50	300	12	1991	34	1	6	18.75	35
3	57	500	51	100	31	1975	19	1	6	33.33	17
3	57	200	67	150	26	1972	17	2	5	50.00	9
9	51	1200	35	200	19	1997	40	1	6	22.22	31
3	57	1000	39	130	27	1999	42	1	6	43.33	11
20	40	1500	33	150	26	1943	5	1	6	7.50	75

N° de empleados	RK Emple.	M² del negocio	RK Tamaño	Clientes atendidos	RK Clientes	Año de Fundación	RK edad	# sucursales	RK Su-cursal	Clientes por Empleado	RK CI/Emp
130	4	3600	19	1400	1	1983	26	1	6	10.77	58
90	8	15000	2	1200	2	1980	23	5	2	13.33	45
16	44	1000	39	500	8	1970	15	4	3	31.25	18
15	45	2000	28	300	12	1960	10	1	6	20.00	34
75	11	11000	3	450	9	1982	25	1	6	6.00	86
5	55	225	66	300	12	1970	15	1	6	60.00	6
45	22	4000	17	300	12	1980	23	1	6	6.67	81
150	2	10000	4	300	12	1998	41	2	5	2.00	105
6	54	1800	30	175	23	1993	36	1	6	29.17	20
8	52	400	55	300	12	1988	31	1	6	37.50	14
3	57	20	86	200	19	1948	7	5	2	66.67	4
8	52	140	72	300	12	1984	27	5	2	37.50	14
7	53	600	50	100	31	1908	1	1	6	14.29	41
25	35	1800	30	200	19	1983	26	1	6	8.00	72
13	47	650	48	300	12	2004	47	1	6	23.08	30
23	37	1200	35	300	12	2012	55	1	6	13.04	47
12	48	425	54	180	22	1981	24	1	6	15.00	39
20	40	1800	30	150	26	1974	18	1	6	7.50	75

# Avances tecnológicos de las **HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS**

La simplificación del trabajo que brindó la invención de las herramientas fue tremenda. Entonces, imagínese usted qué es lo que pasa cuando aparte de tener un artefacto muy útil en todo sentido, este ahora es eléctrico y con automatización de movimientos o a batería. Ahí sí que la tarea de los maestros se hace mucho más sencilla.

“Por lo general, la función de las herramientas eléctricas es facilitar los trabajos, reemplazando a las manuales, siendo inclusive más versátiles que estas en muchos casos. De esta manera, nos generan un menor tiempo en el desarrollo de algunas tareas y también un menor desgaste físico”, expresa Kristel Díaz, Jefa de carrera de Construcción del Instituto Profesional AIEP.

Eso sí, distinto a lo que muchos podrían pensar, las herramientas eléctricas no llegaron a reemplazar a las manuales, sino que se hicieron para que ambas se complementen. “Estas nos ayudan en aquellas funciones en las que las herramientas manuales implican un mayor desgaste de energía y tiempo para el maestro. No obstante, para trabajos que requieran terminaciones finas, aún siguen siendo los implementos manuales los que prestan un mejor desempeño”, señala la profesora.

## Medidas de seguridad

Las precauciones que debe tomar un maestro para el resguardo de su integridad al utilizar herramientas eléctricas son distintas a las que se aplican para las manuales. Si bien es cierto que la utilización de guantes, gafas, zapatos de seguridad y ropa ad hoc es indispensable para cualquier trabajo, a la actividad con herramientas eléctricas agregue una visualización previa en el cableado y la correcta posición de cada uno de sus elementos.

“El chequeo previo es la primera medida de seguridad que se debe tener. El que los cables no presenten cortes ni quemaduras, y que los componentes de contacto y protecciones de estas se encuentren bien apretados y en una correcta posición. Nunca debe retirar las protecciones que estas traen para evitar la proyección de partículas producto de su uso, ni instalar las extensiones o alargadores de corriente instalados de manera aérea, para evitar contacto con el agua o alguna caída por tropiezo”, sostiene Díaz.

## Novedades que facilitan labores

Sin duda, que lo máximo en avances que podemos encontrar en herramientas son aquellas que aparte de eléctricas, son inalámbricas. Las últimas tecnologías han logrado que se pueda desentender de los cables manteniendo la comodidad, el peso y la utilidad de los aparatos.

“La novedad en el mercado de las herramientas eléctricas tiene que ver con la diversificación de las herramientas inalámbricas. Esto se ha visto impulsado por la mejora de las baterías de litio, las que permiten que herramientas de mayor tamaño puedan tener una versión inalámbrica, facilitando así el traslado y maniobrabilidad de estas”, concluye Kristel Díaz de AIEP.



# HERRAMIENTA ELÉCTRICA



**Calidad, Respaldo y Garantía  
en una sola marca...**

 **TRUPER®**

Distribuidor por:  
Unidos Mayoreo S.A. Tel.: 4100-8800





# Alta calidad **BOLT**

Por MFA

Las herramientas eléctricas Bolt, distribuidas por MFA, siguen ganando participación en el mercado, gracias al cúmulo de beneficios que ofrecen a los ferreteros y demás puntos de venta.

Las herramientas eléctricas Bolt brindan al ferretero una serie de ventajas, entre ellas está: contar con productos de alta calidad, en combinación con precios altamente competitivos.

### - ¿En qué se diferencia Bolt a otras marcas del mercado?

- A que son herramientas producidas en las mismas fábricas que otras herramientas de marcas muy reconocidas y existentes en el mercado.

### - ¿Cuántos tipos de herramientas contiene el inventario de la marca?

- 30 tipos diferentes de herramientas eléctricas.

### - ¿Para qué segmentos de trabajo está dirigida Bolt?

- Semi profesional o doméstico.

### Características técnicas

### - ¿Cuáles son las características técnicas que mejor identifican a Bolt?

- Bajo costo de mantenimiento. Particularidades de algunas herramientas que las diferencian de lo que se ofrece en el mercado, como sensor de luz en el taladro inalámbrico, agarradera giratoria en la esmeriladora de 9", entre otras.

### - ¿En las variables: rendimiento, garantía, precio, cómo se mueve la marca?

- El producto se recomienda para uso semi profesional o doméstico, por lo cual sus componentes están adaptados para cumplir con esta exigencia, se brinda garantía de un año contra defectos de fabricación. Su precio se marca para competir en un rango económico, aunque no apunta a ser el producto más barato del mercado, ya que como compañía, procuramos ofrecer un producto de calidad estable y a un precio accesible.

### - ¿Finalmente, por qué el ferretero debería tener Bolt en su inventario de herramientas eléctricas?

- Con estas herramientas va a poder ofrecer un producto de precio accesible sin ser de calidad inestable o baja, brindándole la posibilidad de rotar su inventario de mejor forma, obtener una rentabilidad aceptable con la venta y mantener clientes satisfechos.

HERRAMIENTAS

**BOLT**

¡Qué buen trabajo!

UN EQUILIBRIO ENTRE  
**CALIDAD Y  
CONFORT**



DISTRIBUIDOR  
AUTORIZADO |  **MFA**

Las herramientas eléctricas  
semi-profesionales para los  
**EXPERTOS DEL HOGAR**

 (506) 2211-5000 |  [sac@mfamayoreo.com](mailto:sac@mfamayoreo.com)

# Arsa a la vanguardia en **INALÁMBRICOS TOTAL**

Por  
Distribuidora  
Arsa

Distribuidora Arsa, por medio de su línea exclusiva de herramientas eléctricas, pone ahora en el mercado la versión de herramientas inalámbricas.

**- ¿Qué novedades presenta la línea Total en cuanto a la parte inalámbrica: de qué herramientas estamos hablando?**

- La marca TOTAL está desarrollando fuertemente la línea de herramientas inalámbrica con batería de Li-ion en 20V, donde todas las herramientas se pueden utilizar con una misma batería; en estos momentos hay más de 50 herramientas desarrolladas y vienen muchas más.

Dentro de la gran gama de herramientas a batería de 20V hay taladros, compresor para auto, destornilladores, infladores, linternas, pistola de impacto, pistola para pintar, pistola para barra silicone, rotomartillos, sierra caladora, sierra sable, sierra circular, sopladora, moto guadañas, y muchas más.

**- ¿Qué ventajas y beneficios presenta la línea?**

- TOTAL Inalámbrica es una línea profesional con precios muy accesibles, producida bajo estrictos estándares de calidad y en constante desarrollo.

Otra de las principales ventajas de la herramienta inalámbrica TOTAL es que con una sola batería de 20 voltios se puede utilizar todos los productos, lo

que trae ahorros al consumidor, ya que no tiene que comprar una batería para cada herramienta, sin embargo también se venden los cargadores y baterías individuales por separado.

Cuenta con todo el respaldo de la marca TOTAL y con el servicio de taller y repuestos directamente desde Distribuidora ARSA, quienes somos los distribuidores exclusivos para toda Costa Rica.

**- ¿Qué respuesta han recibido de los clientes que ya cuentan con estas novedades?**

- La respuesta de nuestros consumidores ha sido positiva ya que han encontrado en TOTAL inalámbrico una herramienta de muy buen desempeño a un precio muy accesible que les genera buenos rendimientos tanto a nivel económico como laboral.

**TOTAL**

**HERRAMIENTA ELÉCTRICA**

**GENERADORES**

**De venta en las principales ferreterías del país**

Distribuido  
Exclusivamente por  
**DISTRIBUIDORA  
ARSA**  
TEL: 2285-4224

# TOTAL

One-Stop Tools Station

[ventas@disarsa.com](mailto:ventas@disarsa.com)

De venta en las principales ferreterías del país

TOTAL



**Gran surtido en herramientas de batería 20V**

Taladros, Sierras, Linternas, Sopladoras, Rotomartillo, Lijadora y muchas más...

**Una sola batería Li-ion para múltiples herramientas**

**Venta de cargadores y baterías adicionales**

Distribuido  
Exclusivamente por

**DISTRIBUIDORA  
ARSA**

TEL:2285-4224



*Arso es para Cristo*



# ¡Esto sí es UNA CINTA!

Las Cintas Reflectivas 3M™ Grado Diamante serie 983 aptas para camiones y remolques son laminas micro prismáticas altamente retro reflectantes diseñadas para mejorar la visibilidad de los lados y la parte trasera de camiones, remolques y vehículos en general.



## - ¿Qué usos y aplicaciones tiene la cinta reflectiva de 3M?

La cinta reflectiva 3M™ al ser aplicada sobre los vehículos mejora significativamente la visibilidad de estos para poder ser detectados con mayor tiempo, en condiciones de baja luminosidad. Al aplicar cinta reflectiva ayudamos a aumentar la seguridad de los usuarios de las carreteras, mejorando la percepción y reacción de los conductores.

Las Cintas Reflectivas 3M™ comúnmente son parte de los requerimientos básicos de seguridad que la legislación de tránsito y transporte requiere, según las normativas nacionales e internacionales estas deben ser aplicadas en los contornos del vehículo: laterales, traseros y delimitando la volumetría.

Entre las características Las Cintas Reflectivas 3M™ podemos resaltar que son de fácil aplicación, cuentan con un adhesivo agresivo sensible a la presión, el sello en el borde evita penetración de polvo y humedad, su construcción es plástica no tiene metales que puedan corroer la carrocería de los vehículos, poseen una alta angularidad para reflejar la luz en distintas posiciones, sobre exceden los requerimientos de retro reflectividad siendo la más brillante en el mercado, cuentan con 10 años de garantía.

## - ¿Cuáles son los colores que posee la línea?

Los colores disponibles para Las Cintas Reflectivas 3M™ Grado Diamante serie 983

- 983-10 Blanco
- 983-71 Amarillo
- 983-72 Rojo
- 983-21 Amarillo Fluorescente
- 983-23 Verde Limón
- 983-326 Patrón alterno Rojo / Blanco

## - ¿Cuentan con alguna estadística sobre la prevención y disminución de accidentes para los carros que usan esta cinta?

- Existen diversos estudios que prueban la efectividad de la cinta reflectiva, quizá el más relevante son el del Departamento de Transporte, Administración Federal de Seguridad en Vehículos de Carga, publicado en 2011, que establece las regulaciones de visibilidad para vehículos de carga. Así como el estudio de Onderzoek Verkeersveiligheid, donde hace un análisis del impacto de la regulación Europea ECE104

## - ¿La calidad de la cinta en cuanto a la reflexión y el poder adhesivo, cómo se mantiene con estos dos factores?

Las Cintas Reflectivas 3M™ Grado Diamante serie 983 para camiones y remolques están elaboradas laminas micro prismáticas altamente reflejante, proporcionando visibilidad hasta por más de 500 metros de distancia, cuentan con la tecnología Grado Diamante de 3M, la cual excede los valores requeridos por la normativa en cuanto a reflectividad.

Las series 983 son fuertes y rígidas con un alto adhesivo de rendimiento que se mantiene seguro, este debe pasar diversas pruebas como la de lavado a presión con hidrolavadora, este adhesivo es un adhesivo clase 1 según la normativa ASTM4956.

- Alto brillo con gran angularidad.
- Capacitación de aplicación con nuestros videos disponibles en la página web: [www.go.3m.com/Conspicuity](http://www.go.3m.com/Conspicuity)
- Marcas duraderas protegidas por 10 años, de garantía
- Colores vivos y blancos brillantes.

Cinta Reflectiva 3M

# Día y noche es más visible su calidad superior.

**NUEVA**  
presentación  
**1,2m**

- Cinta precortada con porciones pares de cinta roja y blanca para evitar desperdicio.
- Empaque con código de barras.
- Misma calidad adhesiva, reflectividad y resistencia.



**Conocé más acá:**

- 📌 3mferreteria
- 🌐 [engage.3m.com/ferreteria](https://engage.3m.com/ferreteria)
- 📺 3M Ferreteria

#3MEIPoderDeHacer



# Planta de lija

## CALIDAD 3M

Más de 100 años de ser precursores de la lija, ponen a 3M no solo como un líder que conoce e impacta en los productos que fabrica, sino como una empresa que cuida celosamente de la calidad, para poner productos al mercado que lleven a los clientes a aumentar sus ventas.

En 3M Costa Rica, la lija que fabrican y hacen llegar al mercado, bajo los estándares más rigurosos, logra que los clientes se sientan confiados con la calidad y la seguridad de mantener a la mano un stock permanente. Carolina Loaiza, Gerente de Manufactura Planta 3M, afirma que la empresa tiene varias líneas de producto, entre ellas: producción de lijas, asimismo el proceso de conversión que es producir bandas de lija de acuerdo con las necesidades y demandas del mercado.

“En la línea de producción, hacemos una transformación completa de la materia prima: compramos el papel, el grano, hacemos una mezcla completa de las resinas y convertimos esto en cajas con pliegos de lija”, dice Loaiza.

Dice que en Costa Rica se fabrica lijas en granos finos que va desde los 600 al 220 y gruesos desde los 180 hasta la 60 y también se fabrica para madera.

### - ¿Cómo consiguen mantener los procesos estandarizados?

- 3M tiene su Centro de Expertiz que están vigilantes de los procesos, además de que nos avala las certificaciones y procesos que tenemos.

### - ¿Qué decirle a un ferretero, por qué debería tener y vender la lija 3M y no la de la competencia?

- Un producto 3M cuenta con todo el respaldo de 3M. La compañía a nivel mundial, mantiene toda la filosofía desde la parte ética hasta el mantenimiento de las calidades de los productos. Hoy 3M, está orientando su negocio a centros de Expertiz, que dan soporte a toda la parte de manufactura, lo que garantiza que los procesos sean eficientes y correctos.

Hoy, en el mercado se encuentran productos no solo imitaciones, sino de mala calidad, y en eso el ferretero debe cuidarse, porque vender productos no aptos atentan con el prestigio del negocio. “En ese sentido, a través de la planta garantizamos calidad y servicio con productos que brindan acabados profesionales. Nuestros procesos están regidos bajo la norma ISO 2001:2015”.

### - ¿Qué ventajas tiene la producción local versus las lijas importadas?

- Desde aquí podemos garantizar que nuestros productos cumplen con todas las especificaciones que se requieren: de abrasividad, de cantidad de grano, por pérdida de masa a la hora de lijar, de durabilidad.

En la parte de la lija usamos la norma ANSI, para la parte de los granos. Igualmente, si algún cliente tiene una duda o requiere capacitación, nosotros estamos cerca y aquí para ayudarle.

### - ¿Cómo vender más lija?

- Definitivamente, hay que conocer el producto, sobre todo porque la lija es un producto que entra en el proceso de dar acabado final, por lo que es importante que el usuario tenga a la mano la lija que verdaderamente requiere para cada superficie. El secreto para vender más, está en conocer bien el producto para recomendar el más adecuado.



# GEO

25 AÑOS DE  
GARANTÍA

GRADO  
PROFESIONAL



EL MEJOR ALIADO  
AL MEJOR PRECIO.

“ Porque me ofrece productos duraderos elaborados con materiales de alto desempeño ”

CONSÍGUELO EN DISTRIBUIDORES  
EBISA GLOBAL BRANDS | MAYOREO ABONOS AGRO | DISTRIBUIDORA ARSA

Spectrum  
Brands

# El Mercadeo como **HERRAMIENTA PARA CRECER**

La comunicación digital, por medio de redes sociales, es indispensable para mantener un negocio, en esta época en la que todos los clientes se manejan por medio de redes sociales, Whatsapp e Internet.

Desamparados, San José.- Mantener una estrategia de Mercadeo actual y dinámica es fundamental para el Depósito Las Gravilias, porque los negocios cambian todos los días y es importante enfocarse en lo que les ayude a mantener buenas relaciones con sus clientes. Saber comunicarse con ellos es muy importante y es la base para que regresen, porque variedad y buenos precios hay por todos lados... por eso sus estrategias van más allá. “Lo importante es hacer que la experiencia de compra sea distinta”, expresa Sandra Quesada, Coordinadora de Mercadeo del Depósito Las Gravilias.

Para Quesada, trabajar en su comunicación digital es de las estrategias más importantes en estos momentos, porque a través de ella, pueden sectorizar a sus clientes, llegarles más directamente, en el momento justo y a la hora más adecuada. Además, a nivel de costos es más cómoda que los medios tradicionales de publicidad.

“En este tiempo, el mercadeo es importante porque no hay que dejar que nuestros clientes olviden que nosotros podemos ser parte de sus soluciones, entonces el tener como estrategia de mercadeo una comunicación efectiva es primordial, porque ahora el mercado es más “calculado”, el cliente analiza más antes de tomar una decisión”, expresa.

Es por eso que siempre están en comunicación con sus clientes, por medio de rifas, promociones e información de interés. “La inmediatez que nos brindan las redes sociales, es indispensable para crear estrategias orientadas a lo que el cliente quiere”, afirma.



## Intimidades

- Año de fundación: 1986
- Número de empleados: 250
- Superficie: 27.500 m<sup>2</sup>
- Promedio de clientes atendidos por día: 1.650 transacciones diarias entre las 6 tiendas

### ¡Un grupo exitoso!

Hay un factor fundamental que marca el éxito del Depósito Las Gravilias, y es el ADN que caracteriza a la empresa, el cual consiste en un tema de familiaridad con los clientes, en donde buscan que estos no lleguen solo por materiales de construcción o herramientas, sino que sientan que los empleados de las Gravilias están ahí para ayudarles a solucionar sus problemas, eso sí, siempre apegados a sus estrategias y estando firmes en la ejecución de las mismas.

El servicio de calidad también es parte de ese ADN de las Gravilias. “Siempre nos enfocamos en lo que el cliente necesita, lo que busca. Hoy por hoy, las soluciones cambian y son mejores. No solo nos visitan maestros de obras, arquitectos o ingenieros, también nos visitan amas de casa o jefas de hogar y por eso vemos que podemos ofrecer algo más, por ejemplo, grifería, elementos de hogar, camping, todo lo que es iluminación... Porque el mercado cambia y nosotros tenemos que cambiar también, tenemos que buscar las mejores soluciones para nuestros clientes”, comenta.

También investigan sobre innovación, cuáles son esos productos que sus clientes buscan y las mejores oportunidades que puedan tener.

Otro aspecto que caracteriza a Las Gravilias es la cercanía que generan con la comunidad en la que se encuentran, y por ende, el conocimiento profundo sobre sus gustos y necesidades. Gracias a esa información, ellos generan estrategias específicas para el área, así como promociones que sean afines a su público meta. “Enfocamos las promociones a lo que cada tienda necesita, de acuerdo con su público meta y a la zona en la que se ubica”, asegura.

### El futuro del sector

De acuerdo con Sandra Quesada, al sector ferretero le esperan “cambios” y por eso es importante ir adaptándose a éstos. El mercado ya no es el mismo de hace unos años, ha evolucionado y con el tiempo lo va a seguir haciendo.

“Lo trascendental para las empresas es adaptarse a esos cambios y brindarle al cliente lo que este va a necesitar. La estrategia es estar atentos a los cambios para adaptarse lo más rápido posible”, finaliza Quesada.



Sandra Quesada tiene 18 años de trabajar en el Grupo Las Gravilias. Ella asegura que la visión del departamento de Mercadeo siempre ha existido, aunque al principio quizás no se tenía una persona dedicada a esta área, sino que se trabajaba de manera más informal.

# De una ventana **A 500 m<sup>2</sup> DE FERRETERÍA**

Lo que arrancó como una pequeña ventana para vender herramienta eléctrica, muy pronto se convirtió en una ferretería de más de 500 metros cuadrados... Mucho producto de la pasión y empeño que da la sangre joven.

Alajuela, Zarcero.- Para Allen Lobo, Propietario de LF Ferretería, su norte estaba más que claro el día que decidió meterse en este negocio de la ferretería, tener una especialización basada en inventario sensible para sus zonas de influencia, y buscar un crecimiento que lo hiciera verse como una empresa con potencial. Es de esos ferreteros amantes de los retos, de esos en los que los clientes ponen a correr hasta el más pintado porque siempre requieren del producto que menos hay en el mercado. Y para él no hay límite si el producto que le piden no está aquí, pues toca buscarlo con proveedores internacionales.

“Una vez me llamó un comprador que requería algo especial en botonería electrónica y me tuve que ir con un técnico hasta México, pero dichosamente conseguimos lo que necesitaba”, dice Lobo.

## LF en números

- Metros cuadrados: 500 m<sup>2</sup>
- Empleados: 3
- Clientes atendidos por día: 50-100





Allen Lobo, Propietario de LF Ferretería, en Zarcero dice no quedarse solamente con los clientes que llegan al negocio, pues hay otros que esperan a que el servicio se les brinde en sus lugares de trabajo.

### Especialistas de verdad

Situado en el centro de Zarcero, Lobo dice que mantiene una especialización en productos como materiales eléctricos, bombas para agua, herramientas eléctricas y agrícolas, y pinturas.

“Buscamos ser una muy buena solución en estos productos, y tratamos de que el cliente salga con la idea de sentirse confiado de seguir trabajando con nosotros”, asegura.

Dice que los clientes no solo son los que llegan a las ferreterías. Están por todas partes, pero hay que salir a buscarlos a los proyectos.

“Hay que entender que una cotización que nos pidan hoy, debe estar lista desde ayer. Con la competencia que hay, es mejor ser lo más rápido y eficiente”.

Siempre trata de todas las maneras posibles de instruirse sobre los productos. “Cuando nos llaman, por ejemplo, para una instalación de una caja de breakers no nos dirigimos por la improvisación, pues nos hacemos valer de la asesoría de verdaderos especialistas, que le solucionen bien en sitio la necesidad que presenta en ese momento el cliente”.

Allen es de los que piensan que la competencia es una herramienta que ayuda a crecer, y que el mercado siempre representa una oportunidad para todos.

Sobre su mercado de influencia dice que atiende de dónde le llamen, que en esto si se requiere crecer, no hay distancia, por eso constantemente visita las zonas de Occidente, San Carlos e incluso Alajuela.

“Muchos clientes esperan que uno vaya a los proyectos a ofrecerles los productos, no tienen tiempo de trasladarse al negocio”, manifiesta.



DESAFIANDO EL TIEMPO POR SU CALIDAD



55 AÑOS

# POTENCIA EN TUS MANOS










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

DESAFIANDO EL TIEMPO POR SU CALIDAD

# EAGLE

## Smart

La línea de productos inteligentes EAGLE Smart, permite controlar luces y electrodomésticos de manera remota, configurar horarios desde cualquier lugar por medio de su dispositivo móvil. Sólo descargue el APP y disfrute de sus beneficios.



Control independiente



Establece horarios



Dispositivo compartido



No se sobrecalienta



### WF15S-3

INTERRUPTOR WIFI INTELIGENTE

15A / 120V~ / 60 Hz  
3 VIAS



### WF15R

TOMACORRIENTE WIFI INTELIGENTE

15A / 120V~ / 60 Hz  
TAMPER RESISTANT



Compatible con:



*¡La familia Smart crece!*

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

Eagle Centroamericana



# EAGLE