



www.tytenlinea.com

Norte muy claro



Evite la quiebra a toda costa P. 15

Futuro de la construcción en el 2007 P. 18

Coladeras del mercado P. 33

Dancio Fernández, Gerente de Comercialización de Pinturas Sur, afirma que poseen un 42% del mercado, que venden más de \$3 millones mensuales y que están más que preparados para enfrentar la competencia que traería la aprobación del TLC con Estados Unidos.

ASEGÚRESE QUE LA LEAN

- Marque y pase
- Gerente General
- Gerente de Compras
- _____
- _____

ISSN 1409-2901



Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130





Valoramos y protegemos el medio ambiente...

Nos preocupamos por minimizar el impacto al ambiente de nuestras operaciones de manufactura y comercialización mediante un Sistema de Gestión Ambiental que incluye el control de consumo de materias primas, formulación de los productos, emisiones gaseosas, desechos, energía y consumo de agua.

Más que la búsqueda de la excelencia, es un compromiso con nuestros clientes, la sociedad y el medio ambiente.

EMPRESA CERTIFICADA

ISO
9001

ISO
14001

BASC

www.gruposur.com

SUR

LANCO®

NUEVO PROTECTOR PARA MADERA DURANZA



DURANZA™ de LANCO® es un acabado y repelente que protege de agua, hongo y sol. Rejuvenece maderas y terrazas de madera exterior que están desgastadas y secas.

MÁXIMA PROTECCIÓN CONTRA RAYOS UV

- Rejuvenece y restaura maderas.
- Repele el agua.
- Evita que la madera se agriete, pele o descascare.
- Preserva contra la desfiguración, hongos, humedad y pudredumbre.
- En gran variedad de colores.



A division of the
BLANCO
GROUP

USA
TECHNOLOGY

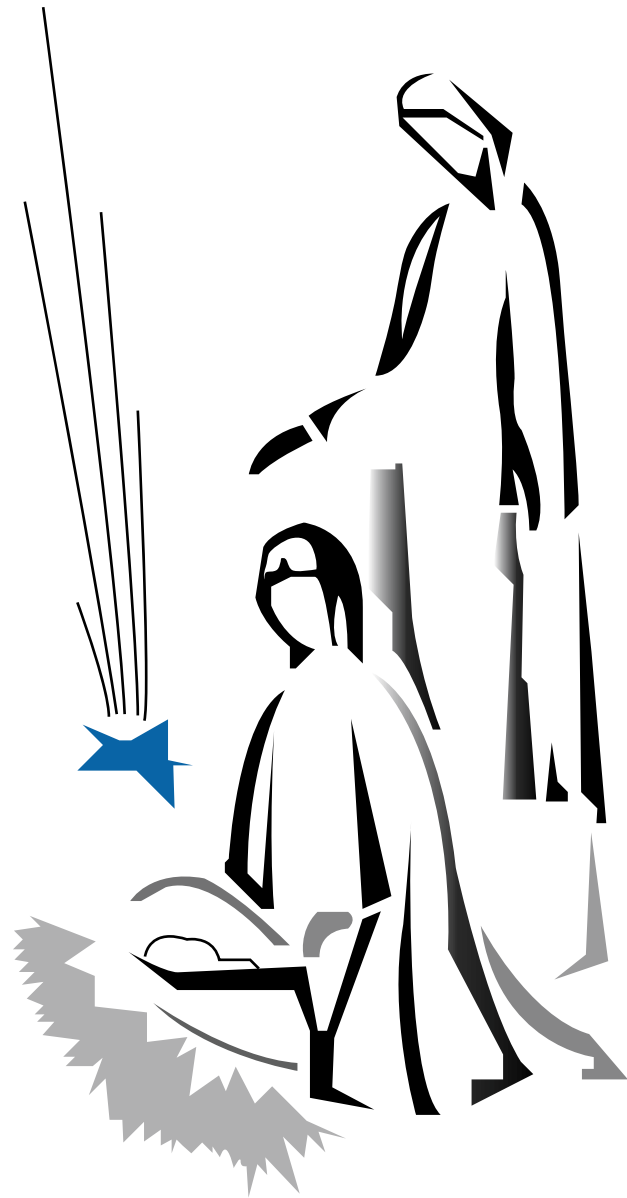
PROTEGE • RESTAURA • PRESERVA



Transfesa

Somos los mejores en servicio

Que esta Navidad sea motivo de muchas felicidades. Y el Año Nuevo una esperanza de éxito y prosperidad. Paz y Amor en estas Fiestas.



Departamento de Ventas (506) 210-8989 • Fax: 291-0731 • ventas@transfesacr.com

Central • Tel.: (506) 210-8999 • Fax: 291-1242 • info@transfesacr.com • Pavas 200 m. Oeste y 350 m. Norte del Liceo.



Endurece más rápido

Uso estructural. Especial para obras que requieren alta resistencia inicial, como vigas y columnas.



Construyendo el futuro™

En nuestra próxima edición

ENERO

¿Cómo manejar un inventario eficientemente?

Hay muchas formas de traer-se abajo todo un capital de negocio, sobre todo cuando se tienen productos de baja rotación. Conozca los mandamientos de cómo llevar con eficiencia un inventario y agregue mayor rentabilidad al negocio.

Cierre Editorial:
4 de diciembre
Cierre Comercial:
7 de diciembre

FEBRERO

Especial de soldaduras y accesorios

Para anunciarse

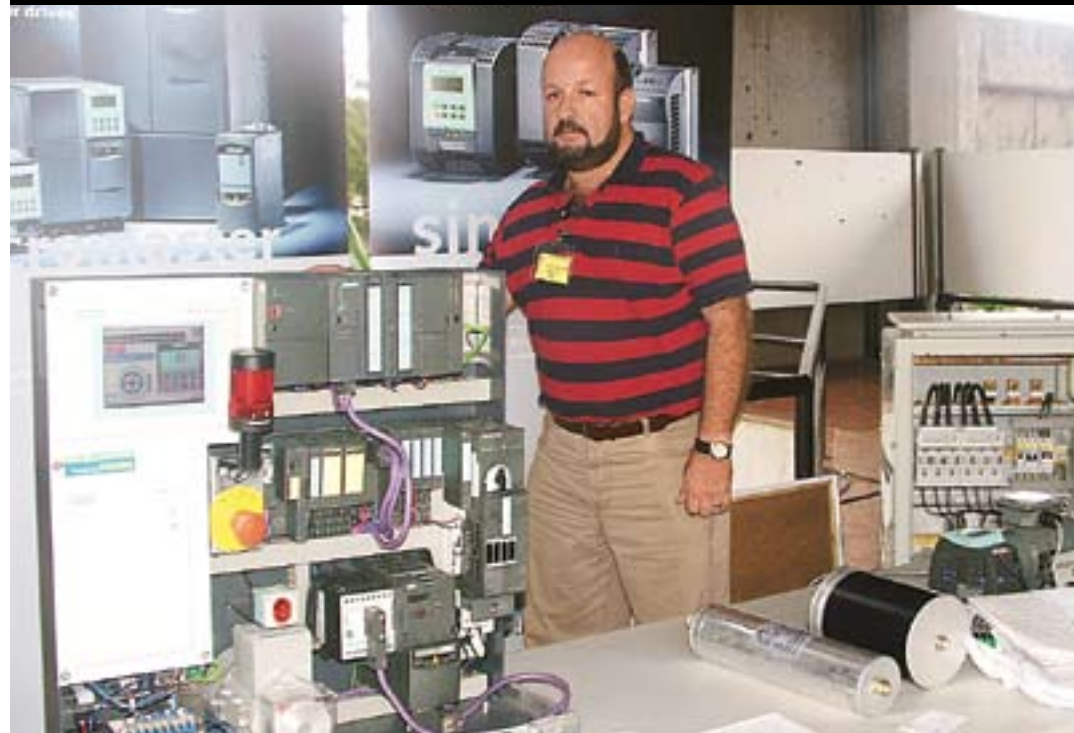
Jenny Alpizar
jenny.alpizar@eka.net
Cel. 363-3737

Braulio Chavarria
braulio.chavarria@eka.net
Cel. 372-1192

Para suscribirse

Melanie Töebe
Tel. 520-0070 ext. 134
suscripciones@eka.net

CONTENIDO



Encuentro de Electricistas. Alvaro Lizano, de la empresa Siemens, fue uno de los participantes del seminario especial para electricistas. P 24

10 PINCELADAS

15 EL EXPERTO

¿Por qué quiebran las empresas?

16 MERCADEO

Incremento sus ventas (III Parte)
Lo más importante para un vendedor es acercarse a su cliente.

18 EN CONCRETO

Se avecina un año halagador para el sector construcción que sin duda, beneficiará los negocios ferreteros.

PERFIL

22 ¿Qué pasa con Durman?

Durman se alista para entrar en otra etapa empresarial, luego de 47 años de haber sido fundada.

24 Encuentro de electricistas
Con el apoyo de algunas empresas se realizó un seminario especial para electricistas.

EN BODEGA

26 ¿Soldaduras convencionales o especiales?

28 Concreto Coloreado

Concretos y acabados con vida.

30 Sur afirma tener el 42% del mercado

Danicio Fernández, Gerente de Comercialización de Sur

32 EN CONSTRUCCIÓN
Piedras del mercado

Ahí están por todas partes esas piedritas para construir o decorar. La demanda de este material es alta.

33 BAJO TECHO

Coladeras del mercado

34 EXPOFERRETERA

Inició el registro anticipado

36 CIMIENTOS

38 PRODUCTOS FERRETEROS

40 EL DEPENDIENTE

¿Cuál fue el producto de más venta en el año?

42 EL FERRETERO

Crecimiento con servicio y estrategia

La Ferretería Acuña & Hernández llegó a San Rafael de Heredia, desde hace 6 años y en familia, fueron consolidándose gracias al apoyo de sus clientes.



Vedova & Obando
Husqvarna

Todo para su bosque, finca, quinta y jardín

• **División Profesional:** Equipos Husqvarna de altísima calidad, durabilidad y alto rendimiento.
"Puede adquirir estos equipos en nuestras 45 Agencias Exclusivas Vedova y Obando"

• **División Consumidor:** Equipos Partner de excelente calidad para consumidores exigentes, para mantenimiento de quintas y jardines. "Puede adquirir estos equipos en Ferreterías y Grandes Tiendas"

• **Servicio:** Nos distinguimos por el servicio al cliente. En nuestras Agencias Exclusivas Vedova y Obando contamos con amplio inventario de repuestos, accesorios y servicio de taller.

Tel. (506) 221-9844 • Fax. (506) 233-2116 • www.vyo.co.cr
De la Cruz Roja de San José, 50m. sur





DEL DIRECTOR EDITORIAL

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Cotizaciones: armas de doble filo

Las cotizaciones o facturas preformas son una de las estrategias más fuertes de venta para muchos negocios. Incluso muchos indican en su propaganda: "Mejoramos cualquier precio".

Sin embargo, es conocido que cuando se trata de cotizar dos o tres productos probablemente, cualquier variación en alguno de los tres precios incidirá directamente en la venta. En este sentido, el cliente se decidirá básicamente por el mejor precio unitario de los productos.

Pero cuando se trata de clientes que necesitan una cantidad grande de productos, éstos necesariamente se fijarán más en el precio total y no repararán si determinado producto se está cotizando más caro que en otro sitio.

Es importante que cuando se trata de un cliente de este tipo, éste no tiene tiempo y es más costoso que ande de puesto en

puesto comprando los productos que en estos lugares están con mejor precio unitario. No importa si en el lugar elegido el cemento, por ejemplo, cada saco cuesta ¢300 más, si el monto total de la cotización, tiene un precio inferior al de los demás lugares.

Claro está que cotizar es todo un arte, pues se trata de un sistema de venta y de mercadeo, de seguimiento y de conquistar al cliente.

Tener un departamento o una persona encargada de cotizar siempre significa un costo, pero bien dirigida y con la capacitación idónea y cierta capacidad de negociación, puede resultar altamente exitosa.

Antes de enviar una cotización hay que asegurarse que efectivamente el precio total sea el mejor que se puede dar, que conlleve cierta ventaja para que su negocio signifique un proveedor elegible. Tenga presente que si

usted no establece un sistema de descuentos en sus cotizaciones, probablemente su competidor ya lo esté haciendo.

Muchos clientes acostumbran a solicitar cotizaciones por teléfono para luego enviarlas por fax. Aquí es bueno aplicar aquello de la "malicia indígena" y no perder de vista a ese cliente, para que posteriormente cuando éste tenga la cotización en mano, darle seguimiento y ofrecerle ayuda.

Cuando un cliente tiene una cotización en mano, podríamos decir que tenemos en el negocio la mitad de un comprador, y que solo falta un pequeño empuje para lograr la compra.

Ah, y por favor, cuando llamen a su ferretería o depósito, no haga que sus clientes tengan que esperar mucho ni en el teléfono ni para que reciban la cotización.

Y un último detalle: en una cotización siempre debe ir el mejor esfuerzo de oferta. **TYT**

CRÉDITOS

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Subdirectora Editorial

Shirley Ugalde
shirley.ugalde@eka.net

Editor

Hugo Ulate Sandoval
Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y diagramación

Liliana Castro Solano
Juan Carlos Conejo

Asesores Comerciales

Jenny Alpizar M.
jenny.alpizar@eka.net

Cel. 363-3737

Braulio Chavarría

braulio.chavarria@eka.net

Cel. 372-1192

Colaboradores

Milagro Arias

Circulación

Melanie Töebe

suscripciones@eka.net

Tel. 520-0070 ext.134

Foto portada

Rónald Román



www.tytenlinea.com

Tel. 520-0070 Fax. 520-0047

Apartado 11406-1000

San José, Costa Rica



Nuevos
Productos



Los productos Cutler-Hammer son pieza fundamental en su Proyecto de Construcción

En Soluciones Residenciales ampliamos nuestra gama de productos y seguimos innovando en aquellos que usted ya conoce. Por eso ahora ofrecemos:

- Nueva tecnología, nuevos empaques y nuevos colores en los Centros de Carga.
- Centros para distribuir cables de datos, sonido y video en el hogar.
- Transferencias y Plantas Generadoras para cortes de fluido eléctrico.
- Desconector para Aires Acondicionados.
- Switches de Presión para regular las bombas de suministros de agua.
- Breakers para la protección de la vida humana por falla de tierra
- Breakers para la protección contra incendios por falla de arco

Tel.: 247-7600 • Fax. 247-7683 • 800-EATONCR (328-6527)
www.eatonelectrical.com



Últimas noticias de www.tytenlinea.com

Schneider Electric adquirió dos empresas

El poder de la exhibición

Proceso de fabricación de varilla

Bellota lanza disco para corte y desbaste de metal

Laminadora y Trefilería Costarricense afirma que no hay escasez de hierro

CEMEX se vistió de gala

Recorriendo un largo camino durante un siglo. Pasando de tener presencia solamente en México, hasta llegar a ser una de las compañías líderes globales en la industria de la construcción, CEMEX evolucionó en más de 50 países en sus relaciones comerciales. El mes anterior, esta empresa se vistió de gala para celebrar 100 años de existencia, evolución y posicionamiento mundial.

De acuerdo con Ramón Piza, Director General de CEMEX de Costa Rica, esta empresa realizó diversas actividades a sus clientes, en el mundo, y recaló el compromiso que esta compañía tiene con sus colaboradores, por el apoyo que CEMEX ha venido brindando a la comunidad, en educación vivienda y salud. Rodrigo Arias, Ministro de la Presidencia, estuvo presente en la

actividad de celebración por los 100 años de la empresa, y aprovechó la oportunidad para reconocer el crecimiento obtenido por CEMEX. "Supieron convertir un reto globalizado en oportunidades para Costa Rica y han posicionado con éxito su empresa en la economía mundial. El Gobierno reconoce el crecimiento empresarial, con orgullo y satisfacción", dijo Arias.

CEMEX revolucionó el mercado costarricense, al convertirse en la primera empresa en diferenciar productos por necesidad de uso, con el lanzamiento del SANSÓN, 4000, 5000, blanco, mortero seco y concreto seco. En el mundo tiene presencia global en más de 50 países en cuatro continentes. Una capacidad de producción de más de 98 millones de toneladas métricas al año. Cuenta con más de



La celebración de los 100 años de Cemex se hizo de forma simultánea en todos los países donde la empresa tiene participación.

66 plantas de cemento y más de 1900 plantas de concreto premezclado, 390 canteras de agregados y más de 200 centros de distribución terrestre y 89 terminales marítimos.

Carlos Cordero, Gerente de Desarrollo de Mercados de CEMEX

Costa Rica, explicó que la celebración por los 100 años de la empresa se realizó de manera simultánea, a nivel mundial, en los diversos países, durante todo el año, tanto para clientes externos, como para colaboradores internos. **TYT**

Rente camiones con servicio completo

Una flotilla de 14 camiones, para transportar lo que usted necesita, sea refrigerado o seco, está disponible en la empresa Rentacamiones, ubicada en la Asunción de Belén.

Alfonso Mora, Gerente General de Rentacamiones, explicó las ventajas que tiene este servicio: que es muy completo porque se brinda de manera formal, sin limitaciones. "Se puede alquilar por meses, semanas, o hasta por un día, como a la persona o empresa le convenga y para cualquier lugar

del país", señaló Mora.

El Servicio incluye un chofer, que también está capacitado para servir como ayudante. El alquiler se puede realizar los 7 días de la semana, el combustible está incluido y cuentan con pólizas de seguro. Los camiones cuentan con una capacidad de peso desde 5.5 hasta 12 toneladas y tienen además, un moderno sistema GPS de localización.

De acuerdo con Alfonso Mora, la empresa cuenta adicionalmente con un taller especializado en el

mantenimiento de flotillas, tanto para Rentacamiones, como para cualquier otra compañía.

El taller de flotillas 6 ruedas, nace como una solución integral para todas las compañías que necesitan el mantenimiento o arreglo de su camión. "Contamos con mecánicos especializados únicamente en camiones, que realizan su trabajo de manera inmediata, ya sea en nuestro taller o si se requiere, ellos se desplazan al lugar donde se les necesite", aseguró el gerente de la empresa.

Mientras se realizan las reparaciones de alguna flotilla proveniente de otra compañía, el taller facilita algún otro camión para poder asegurar a los clientes un servicio global porque la idea es brindar una solución inmediata.

Si se llegara a presentar algún problema en carretera, no dude en llamar a Rentacamiones o al taller de flotillas 6 ruedas. Recuerde que esta compañía le suplirá el transporte, enviándole otro, donde quiera que usted y su negocio lo necesiten. **TYT**

¡Regale el parqueo!

Pagar el parqueo de los clientes tiene su ganancia. Se posiciona el nombre del negocio en el comercio, se mantienen y se ganan clientes y se satisfacen brindando comodidad. Estas y otras razones influenciaron en la decisión que tomaron algunos dueños de ferreterías para dar gratis este servicio a los consumidores.

Freddy Brenes, propietario de la Ferretería Brenes, en Heredia, asegura que la ganancia de pagar el parqueo está en mantener clientes contentos "puede ser que lleguen a preguntar por

algún producto solo por conocer el precio y no lo lleven, pero algún día lo van a necesitar en poca o gran cantidad. Nosotros sellamos el comprobante de parqueo aunque no compren, porque esa persona algún día podría ser un cliente potencial", dijo Brenes.

Y es que, Ferretería Brenes ha crecido satisfactoriamente, razón por la que ya no tienen solamente uno o dos parqueos para ofrecer a sus clientes. Son seis parqueos los que se localizan en los alrededores de la ferretería herediana, para que

los consumidores no tengan problema con sus vehículos al momento de realizar las compras.

El propietario de esta ferretería explicó que empezaron hace alrededor de 8 años a aplicar este concepto de satisfacción y comodidad al cliente, "ahora hay mucha inseguridad en las calles y buscamos lo mejor para nuestros compradores", contó. Dar ese tipo de facilidad, es dar confianza a los consumidores, aseguró Brenes, reconociendo que es una excelente estrategia de comercializar. **TYT**

Fotografía con fines ilustrativos.



Pinturas CELCOLOR



Pinturas para uso Doméstico, Profesional e Industrial,
Acabados para maderas Convencionales y Poliuretano,
Adhesivos, Acabados Automotrices y Solventes

Tels: (506) 279-9555 / Fax: (506) 279-7762 Email: celcocr@racsa.co.cr
Alto de Ochomogo, Cartago, Costa Rica / www.celcocr.com



... la expresión del color.

con la garantía



PINCELADAS

Acondicione su negocio, venda más

Aproveche al máximo el espacio y facilite la rapidez de la venta y el servicio.

Un buen negocio debe combinar su estrategia de mercadotecnia en cuanto a mercado (segmentos), producto (beneficios y valor), comunicación (publicidad y promoción de ventas), y merchandising (material punto de venta), con un diseño de imagen integral.

Este diseño debe ser homogéneo, y lo más sencillo posible; que permita lucir mejor el producto y hacer que el proceso de venta sea más eficiente.

Una serie de factores importantes influyen para hacer atractivo el local, todo depende de la manera en que se aproveche el espacio, porque desde la comodidad hasta la luz benefician o afectan.

Se debe tomar en cuenta desde los pisos, el mobiliario, las paredes. Procure acomodar sus productos en lugares que prevean y faciliten el mantenimiento, que se desgasten menos, y ayuden a que su producto brille. En el caso de los mostradores o estantes para exhibir artículos, es recomendable que sean sencillos.

Es común destinar la zona de la entrada del negocio para exhibir productos que se venden "por impulso", tales como accesorios, refacciones, artículos útiles para el hogar o novedades.

En negocios en que hay que esperar mucho para ser atendido, ofrezca alguna distracción que le ayude a posicionar sus marcas o generar más negocio. Que los tiempos sean eficientes, para usted y para sus clientes. Se aconseja ubicar la caja en un lugar cómodo, proporcionando



su debida circulación y evitando que el cliente se sienta incomodo. Ojalá brinde igual confort entre los pasillos. Haga que todos esos factores inviten personas a entrar a su negocio. **TVT**

Financiamiento especial para infraestructuras

Para generar mayores recursos, a las Pequeñas y medianas empresas (PYMES), creando espacios especiales de financiamiento, por medio de la banca de desarrollo, el Banco Popular organizó un foro Internacional denominado "Concesión de Obra Pública Retos y Oportunidades para Costa Rica".

El objetivo fue realizar un diagnóstico de la situación actual del país en ese campo, para definir acciones que deberán emprenderse en los próximos años y así consolidar el financiamiento como una herramienta para el desarrollo, según el Licenciado Gerardo Porras, Gerente General del Banco Popular y de Desarrollo Comunal.

El conferencista internacional Juan Carlos Latorre Carmona, ingeniero Civil y diputado de Chile, Presidente de la comisión de Obras Públicas, Transportes y Telecomunicaciones de la Cámara de diputados, explicó que para evitar riesgos y obtener éxito, debe haber ante todo, un respeto por las normas establecidas en las leyes, en los reglamentos y contratos.

"Si no se realizan negociaciones con ese respeto, o financiamientos especiales por un sistema bancario consolidado y fortalecido, ningún inversionista va a interesarse en concesiones de obra pública, porque se corre el riesgo de perder dinero", señaló Latorre.

Por su parte, el Gerente General del Banco Popular, indicó que es un hecho que se van a seguir realizando proyectos de concesiones de obra pública, además se espera mayor crecimiento



Gerardo Porras, Gerente General del Banco Popular y de Desarrollo Comunal.

to para el 2007, por lo que es muy importante para el resto de sistemas financieros realizar el fortalecimiento de la banca.

El Popular, continuará con la organización de foros, para analizar cómo debe hacerse todo de la mejor manera y así, a través de estos, se pueda concretar un fortalecimiento especial para la banca, además, las empresas interesadas podrán a través del gobierno, recibir un financiamiento. "Hay que tomar el ejemplo de Chile, que ha tenido éxito en las concesiones. En los últimos 12 años, han invertido \$8 mil millones, en 47 proyectos que han marcado el crecimiento importante de ese país suramericano", dijo Gerardo Porras.

Informar sobre concesiones es necesario, para que las empresas privadas interesadas en participar, aunque no tengan recursos económicos disponibles, realicen los proyectos a través del gobierno, durante los periodos de construcción, según Porras. **TVT**

La solución para las Goteras



cumbrero



jointa



ductos



chimeneas



carrocería



cableado



ALUMBAND
banda autoadhesiva

un producto más de:



www.chovadeecuador.com

Distribuido en Costa Rica por:
SOLDADURAS L.C.
de Costa Rica, S.A.

Apdo. postal 1642-3000
Heredia 600mts. Norte, 15 mts. Oeste y 50 mts.
Norte de la iglesia Católica Barva, Heredia, Costa Rica
Telf: (506) 260-8594/ fax: (506) 260-8597 Celular: 810-2121

MACHETES IMACASA



CERTIFICADO DE CALIDAD

Hoja de acero indestructible.

LOS ORIGINALES

Identifiquelo por su viñeta amarilla original.

Filo duradero.

Busque logo Imacasa sellado de garantía.

Original cachá indestructible, fundida a la hoja.

N° 808

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA. ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

Déle faja a sus empleados

Cuide la salud de sus colaboradores y evite que sufran lesiones a nivel lumbar. Las fajas de protección son ideales para brindar mayor comodidad a los trabajadores que necesitan levantar cargas pesadas. El mercado ofrece variedad en estilos, diseños y calidades. Recomiende a sus clientes lo mejor en protección y confort. Tecno-Lite ofrece cinturones de soporte lumbar de la compañía Rooster. De acuerdo con el Gerente General, Alberto Carvajal, son ideales para mejorar la postura física y hacen que la columna empiece a alinearse mejor. “Cuando se levanta peso y se flexionan las piernas, y al tener la faja de protección, ésta da un ángulo en la espalda que produce en vez de agotamiento, comodidad”, indica Carvajal. Tecno-Lite ofrece cuatro modelos de cinturón, que vienen en diferentes tamaños, dependiendo de la circunferencia del abdomen de las



El uso de fajas, les puede evitar problemas lumbares.

personas que los requieran. Todos los cinturones Rooster tienen hebillas deslizables, que permiten un ajuste ideal y cómodo. Andrea Avalos, de la empresa Prosisa, dice que la característica principal de las fajas de protección, es que son fundamentales para realizar el trabajo de la mejor manera. “Con esas fajas se evitan las lesiones a nivel lumbar”, explicó. Prosisa distribuye las fajas de protección Prodeso Phantom, importadas de Colombia, hay en diferentes tallas, y según Avalos, poseen a un 100% sistema belcro y tienen un elástico especial para ajustar el cinturón adecuadamente. **TVT**

Rifas ferreteras conquistan clientes

Si le interesa mantener y ganar clientes para su negocio, no deje de hacer rifas durante las temporadas especiales del año. Está comprobado que las ferreterías donde tradicional y regularmente se realizan sorteos, son las favoritas para realizar compras. Recuerde que usted conquista a un consumidor cuando lo toma en cuenta. En Casa Ferreterías, tienen muchos años aplicando el sistema de sorteos entre clientes. “Ellos lo esperan. El resultado ha sido excelente”, dice Marvin Vega, Administrador de la sucursal de Alajuela. De acuerdo con Vega en todos los puntos de venta de Casa Ferreterías hacen rifas durante temporadas especiales, como para el Día de la Madre, Semana Santa y Navidad. “Nos gusta que participen todos los clientes. Reciben una acción para participar por la compra

de un monto mínimo, que no es alto, además los premios quedan repartidos en los diferentes puntos de venta”, explicó Vega. En ocasiones han rifado viajes a hoteles todo incluido, artículos eléctricos grandes o dinero en efectivo, “por lo general coordinamos con algún proveedor y el resultado ha sido muy bueno”. En el Almacén el Colono también hacen rifas, y según Karla Chacón, del departamento de Mercadeo del Colono, en Limón, las personas siempre esperan los sorteos. “Estamos haciendo una rifa en conjunto con Kativo y se están viendo buenos resultados”, dijo. En el Colono varían con los premios, a veces rifan desde pintura hasta algún electrodoméstico. Los sorteos los realizan por medio de órdenes de compra por lo general con el patrocinio de algún proveedor. **TVT**

¿Por qué quiebran las empresas?

¿Cómo podemos prevenir que nuestro sueño de tener nuestra propia empresa no se vea frustrado por una quiebra?



Ricardo Retana
Presidente. Panamerican Commerce Group

Cuando se me consultó acerca de las razones por las que una empresa puede quebrar, se vinieron a mi mente infinidad de motivos. Adicionalmente, me pareció un reto tratar este tema que se vive a diario, pero del que no se escribe mucho. Los estudios indican que de cinco empresas que se inician, tres (el 60%) no pasan del quinto año de vida. La gran mayoría de las organizaciones que se forman, nacen de una buena idea y de la ilusión de uno o varios emprendedores que sueñan con la llamada libertad financiera.

No obstante, en muchos de los casos, no cuentan con elementos básicos que determinen la viabilidad del proyecto que están emprendiendo.

Se puede determinar que la primera causa de quiebra de una empresa se origina desde su nacimiento, específicamente ante la falta de incorporación de herramientas de planeación respaldadas por estudios de factibilidad, financieros y de riesgo; entre otros.

• **Mala planificación financiera:** muchas pequeñas y medianas empresas no realizan análisis financiero- contables que les sirvan de guía en la toma de decisiones. En estos casos, los emprendedores desconocen cuáles son sus costos reales de operación, si su costo financiero es viable en el caso de haber obtenido financiamiento

o si las tarifas y precios fijados para sus productos o servicios son los correctos, etc.

• **Carencia de planificación estratégica:** todo proyecto de empresa que se inicia requiere de un buen plan estratégico que ayude a sus gestores a conseguir sus metas y objetivos. Cuando se inicia un nuevo proyecto, se debe tener muy claro cuál es la razón de ser, qué metas se pretenden alcanzar, cómo se van a lograr y qué recursos se requieren.

• **Fallas en la implementación:** la gran mayoría de las veces, aunque se cuente con un excelente plan estratégico, las empresas cometen errores en la implementación. La incapacidad para ejecutar es la causa principal.

• **Inadecuada selección de personal:** el recurso humano es clave en el éxito o fracaso de una empresa. Este es uno de los factores que de no manejarse adecuadamente, puede llevar al fracaso. Al reclutar personal se debe tener muy claro cuál es el perfil requerido para cada puesto. Es importante reclutar personas proactivas, que tengan potencial para identificarse con la empresa, que sepan ejecutar, dispuestos a asumir responsabilidades y que sepan trabajar en equipo.

• **Falta de evaluación de los riesgos:** todo negocio está expuesto a diferentes tipos de riesgos. Estos pueden clasificarse como:

aquellos inherentes a la actividad propia, externos (de mercado, políticos, por ejemplo), catastróficos (terremotos, huracanes, por ejemplo). La falta de identificación de los riesgos no permite que se prevea la pérdida en caso de un siniestro lo que puede desencadenar la quiebra de la empresa al perder la capacidad de producir y generar ingresos.

Son muchas las causas que pueden llevar al fracaso de una empresa; las de mayor relevancia han sido enumeradas. Como líderes empresarios tenemos un gran

reto por delante, reconozcamos la importancia de hacer un alto en el camino para reconsiderar aquellos elementos que no hemos incorporado en nuestra gestión. No olvidemos evaluar nuestras fortalezas y debilidades para continuar poniendo al servicio de nuestra organización las primeras y complementar las segundas con las destrezas de otros. **TVT**

Central de mangueras s.a.
www.centraldemangueras.com

¡ Soluciones en jardinería !

Gilmour

Tel. (506) 256-111 • Fax: (506) 256-1740
ventas@centraldemangueras.com

Tecno Lite
ILUMINACIÓN

Rodster, Kanbar, Kidde, IPSA, HUYENT, GLOBAL CO.

ILUMINACIÓN QUE DEFINE SU AMBIENTE

www.tecnolite.co.cr / tecnolite@racs.co.cr

Incrementalmente sus ventas

(III Parte)

Lo más importante para un vendedor es acercarse a su cliente, conocerle debidamente. Y para ello ha de escuchar la mayor parte del tiempo, evitando interrumpirlo.

Porque el cliente debe querer comprar nuestro producto o servicio porque se ha dado cuenta que sin él deja de ganar dinero, sea directa o indirectamente, o porque percibe que con él amplía o complementa sus servicios. Pero él debe percibirlo, nunca debe forzar el vendedor una conclusión semejante, porque aunque lo intente, si el cliente no está convencido de ello, la venta fracasará.

Y en este punto deseáramos reafirmar una obviedad. Aquella firma que crea, hoy en día, que lo mejor que tiene son sus productos o servicios, se equivoca de pleno, pues traslada su atención a un enfoque de la década de los años 50. Lo mejor que tiene son sus clientes, y la posibilidad de, con su tecnología, recursos y "know-how", poder satisfacer sus necesidades y generar con ello tres cosas: ingresos, fidelidad de los clientes y posibilidad de seguir en el mercado frente a sus competidores más próximos. Por ello, hable poco y acertadamente, escuche y conozca mucho a sus clientes, no les imponga nada, y acerque posiciones.

• **Preste atención a lo que su cliente entiende como "prioridad uno" a la hora de tomar una decisión comercial**

Cada cliente es único, como son

únicas sus prioridades a la hora de tomar decisiones. Unos pueden privilegiar la relación costo-beneficio inmediata de una prestación, y otros pueden llegar a evaluar las propuestas por las implicancias de ascenso para quien la aprueba. Sea cual fuere la "prioridad uno" ésta debe ser detectada rápidamente por el vendedor, pues es su llave de acceso al cliente. Si la satisface, concretará su venta.

• **Maneje las objeciones del cliente como una fuente primordial de acercamiento**

Es que no basta con escuchar. Hay que enfrentar las objeciones del cliente (lógicas, por cierto, pues es una empresa con filosofía, necesidades y propósitos distintos de cualquier otra) como una oportunidad de acercarse aún más a él, entenderle mejor, y colaborar en conjunto. Cuando alguien replica algo, desea en el fondo que se le convenza. De igual forma, cuando alguien se calla por completo, lo que demuestra es su intransigencia y actitud cerrada. Por lo tanto, es un buen signo el que se contradiga al vendedor, puesto que le facilita la tarea; le permite conocer lo que teme su comprador, lo que desea resolver antes de decir el "sí, compro".

• **Promueva la empatía. Acérquese emocionalmente a su cliente**
Sincronizar nuestra forma de proceder con la de nuestro interlocutor, crea necesariamente un clima de acercamiento y diálogo fluido. Para ello, hay que mantener nuestro tono de voz, gestos, formas de expresión y pautas de comportamiento en relación con las promovidas por quien nos escucha.

• **Cuando enumere un caso, cite cifras que puedan recordarse fácilmente**

Añada cifras globales a su exposición de venta, que suministren un marco de resultados para el cliente. Esto tiene varios propósitos, pues permite que el cliente evalúe nuestra propuesta sobre la base de datos objetivos que apoyen nuestros argumentos, y estimula la percepción de calidad del producto o servicio, a la vez que estimula su compra.

• **Nunca, pero nunca, critique a la competencia**

Hablar mal de los competidores en realidad habla mal de usted. El intentar engrandecerse sobre la base del desmérito de otros es propio de personalidades mezquinas y poco inteligentes. A nivel empresarial, el respeto y la ética, junto con la honestidad a la hora de hacer negocios, constituyen

la base de toda relación sólida y duradera. Por tanto, no hable mal de terceros, ni caiga en el juego de ciertas conversaciones que deriven en ello. Al final, conservará su imagen de rectitud y profesionalismo.

• **No discuta con su cliente**

Sea cual sea la opinión o actitud de su cliente, jamás discuta con él. Si su interlocutor muestra una postura beligerante y hasta agresiva, pregúntele por qué toma esa actitud, y si pueden tratar aquellos puntos que originaron su estado. Pero nunca discuta. Cambie opiniones, intente siempre llegar a un acuerdo. La discusión sólo produce que cada uno se quede con su postura y se anula todo acercamiento entre las partes.

• **Nunca mienta. Sea siempre honesto**

En el mundo de los negocios, estas cualidades son muy apreciadas, justamente por lo fácil que es caer en sus opuestos. Una relación basada desde un principio en la verdad y la honestidad, de seguro llegará a consolidarse y generará respeto y confianza. Lo opuesto es un suicidio. Recuerde que es siempre preferible decir "esto no puede hacerse" o "no contamos con esa prestación" que engañar o evadir la respuesta confundiendo al cliente. **rrr**

Fuente: www.mercadeo.com



PISOS Y AZULEJOS CERAMICOS

Le ofrecemos una amplia variedad de productos para su ferretería o depósito de materiales, a los precios más bajos del mercado.



Línea Económica

LOZA SANITARIA WaterJet



Línea de lujo

ALAMBRE NEGRO Steel Castle



CLAVOS Steel Castle

MALLAS Steel Castle



CABLE ELECTRICO IUSA

CARRETILOS Steel Castle



PLYWOOD

2007 sería un buen año para ferreterías y depósitos de materiales

Construcción iría en alza

Ojo a las construcciones. Los negocios deben poner la mira en los megaproyectos y construcciones de viviendas si quieren experimentar la línea de crecimiento que marcará al sector.

En un 56% creció la construcción. Este es el porcentaje, según el recuento del total de metros cuadrados registrados por parte del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA), al mes de setiembre de este año y que supera en esta cifra, lo que fue el 2005.

"El crecimiento para el sector construcción ha sido enorme", así lo expresó el Ing. Olman Vargas, Director Ejecutivo del CFIA, asegurando además, que para el 2007, el sector construcción estará más dinámico, el desarrollo importante de proyectos se va a mantener. Sin embargo, a Vargas, les preocupa mucho la proliferación de negocios nuevos de materiales para la construcción, que vendan productos sin referencia ni respaldo o artículos eléctricos ferreteros de calidad dudosa.

"El boom de la construcción está también en esas empresas dedicadas a la comercialización de esos productos, por lo que estamos trabajando en una comisión nacional especial. En este momento estamos haciendo una lista de materiales básicos para

exigir normativas técnicas", contó el ingeniero.

Esta comisión es coordinada por el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO). Los miembros que la conforman pertenecen a diferentes entidades como al CFIA, la Cámara Costarricense de la Construcción (CCC), el Instituto Costarricense del Cemento y el Concreto (ICCOC), la Universidad de Costa Rica (UCR) y el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITEC). De acuerdo con Vargas, los miembros de la comisión se encuentran elaborando la lista de materiales o artefactos y el Ministerio de Economía será el que posteriormente, exija las normativas técnicas que debe tener cada producto.

"Nos reunimos cada 15 días, y las comisiones de trabajo se conforman por los materiales como concretos, bloques, agregados, arena, piedra, tubería, pisos, entre otros", explicó el Director del CFIA.

Inversionistas apuestan

El 2006 muestra un récord en el registro de metros cuadrados, por cada mes, si se comparan con los

del 2005. Según Olman Vargas, lo que sucede es que se han dinamizado mega proyectos hoteleros y plantas industriales, que son lo que al final generan el crecimiento importante.

El Director Ejecutivo del CFIA, aseguró que la zona de Guanacaste ha llegado a estar casi por igual, a lo que registra San José. "Le sigue Puntarenas, el Pacífico Central, lo que es Jacó, y por último inciden hacia la baja, Cartago junto con Limón", dijo Vargas.

Vargas señala que para que en Limón haya dinamismo, hace falta que se establezcan políticas de gobierno que incentiven el desarrollo y la inversión que no hay en la zona, además de indicar que, en Cartago no ha habido prácticamente nada de desarrollo por la misma situación.

El sector más fuerte sigue siendo el habitacional, por la cantidad de construcciones generadas en modalidad de condominios, en segundo lugar el turístico y comercial.

El Director Ejecutivo del CFIA, explicó que tradicionalmente los meses del verano son los que pre-

sentan un movimiento más fuerte para la construcción, y la tendencia a la baja se ha dado en los meses centrales, aunque se recupera a finales de año.

Este año se marcó la diferencia, según Vargas, porque en los meses centrales de junio y julio fue donde se registró la mayor cantidad de metros cuadrados, en permisos solicitados para construir.

Esto quiere decir que los grandes proyectos han sido planificados con anticipación, ya que el trámite de permisos registrado en esos meses es para iniciar construcciones a principios del 2007. (Ver cuadro: En crecimiento)

El dinamismo en el sector se va a mantener para el 2007. De acuerdo con Vargas, las estadísticas que se tienen muestran registros altos para los primeros meses del año.

San José va a mantener el mismo nivel, con buen comportamiento constructivo hacia arriba, siempre mixto en desarrollo de proyectos por la construcción importante en la modalidad de condominios que habrá, además de la comercial y algunas ampliaciones de zonas

industriales. "Es algo similar a lo que ha sido este 2006 y que sorprende", indicó.

Heredia ha bajado un poco, Alajuela está subiendo, el Pacífico Central también sube y para el área Metropolitana, específicamente la zona de Cartago, bajó en lo que es proyecto habitacional, sin embargo para el 2007, "en esta provincia habrá un fuerte desarrollo en la construcción".

"Tenemos conocimiento, por medio del CFIA, que se construirán en Cartago impor-

tales y grandes proyectos comerciales. Los permisos de construcción ya están". "El inicio de año mostrará el dinamismo que presentará esa zona".

El Director Ejecutivo del CFIA, Olman Vargas, explicó que la proliferación de proyectos y el auge importante constructivo que se va a dar es por el período nuevo de gobierno que tiene Costa Rica, con nuevos inversionistas que apuestan por el crecimiento.

Habrà que esperar para determinar con certeza, cómo se va a

generar el comportamiento en la construcción para el 2008, pues según Vargas, la tendencia a la baja o al crecimiento dependerá de factores políticos y económicos. Los precios de los terrenos podrían ser que se disparen hacia arriba, "va a ser un período más competitivo", expresó.

La relativa estabilidad económica puede que ayude, porque el dólar es el que establece la tendencia, indica el Director del CFIA, además de señalar que el sistema de bandas del dólar, es muy

bueno y puede que respalde y genere confianza en los inversionistas.

En definitiva el 2007 va a ser dinámico, fuerte e importante para el sector de la construcción, empresas ferreteras y depósitos de materiales. El 2008 se visualiza más complicado porque según Vargas, su dinamismo va a depender de la aprobación del Tratado de Libre Comercio y del plan fiscal.



El 2006 muestra un récord en el registro de metros cuadrados, por cada mes, si se comparan con los del 2005. Según Olman Vargas, Director Ejecutivo del CFIA, lo que sucede es que se han dinamizado mega proyectos hoteleros y plantas industriales, que son lo que al final genera el crecimiento importante y que se espera sea más para el 2007.

Atrasos y trámites

El Presidente de la Cámara Costarricense de la Construcción (CCC), Jaime Molina, asegura que el crecimiento en este sector crecerá cada vez más, "prueba de esto son la cantidad de diseños que hay esperando un permiso. Hay más en diseño que lo que se construye" indicó Molina.

Esta situación origina todo tipo de negocios, según Molina, lo que genera empleos para la diversidad de empresas. Sin embargo, señala que lo preocupante no son los materiales de construcción ni la mano de obra sino los atrasos o excesos de trámites y visados en permisos para construir.

Eso debe solucionarse, porque de lo contrario los inversionistas se van a ir a otros países, además de la mano de obra, ya que muchos de los obreros se están desplazando hacia el Salvador, Nicaragua y otros países más", dijo Molina.

Las reglas no son claras, la discrecionalidad de opinión, de acuerdo con Molina, complica los trámites, por lo que urge se establezca una pronta solución, para otorgar mayor confianza a los inversionistas.

Aunque esta situación ha estado presente desde hace muchos años, el crecimiento se está dando y seguirá hacia arriba, pero si se soluciona esa problemática, de acuerdo con el Presidente de la CCC, mejorará aún más el desarrollo del país, y por supuesto, más aún con la aprobación del TLC.

"El crecimiento en la provincia de Guanacaste se va a mantener, por lo menos durante 25 ó 30 años más, eso lo leí en un artículo en el Tico Times, hace algunos días y estoy completamente de acuerdo", indicó.

Jaime Molina, asegura que aunque la provincia de Cartago no ha presentado dinamismo en los últimos años, a partir del 2007 la situación mejorará.

"Cartago va para arriba en crecimiento constructivo. En proyectos turísticos y habitacionales se verán los resultados", contó.

Situación diferente para la provincia de Limón, porque según el Presidente de la CCC, es necesario que se privaticen los puertos, por la inseguridad jurídica que no permite inversión para la zona.

"Es preocupante porque ahí se podría explotar el turismo, pero

mientras la posición de los sindicatos y el gobierno no cambia, no se podrá generar desarrollo en Limón", aseguró Molina.

Jaime Molina, es el expresidente de la Federación Interamericana de la Industria y la Construcción (FIIIC), por lo que es un experto en este tema; y asegura además, que todos los países reportan un crecimiento importante en la construcción, excepto Bolivia y Venezuela.

"La generación de empleos en este sector es alta, tanto a nivel nacional como internacional, por lo que la educación es sumamente importante, como un esquema de desarrollo, para que también se beneficien los trabajadores", explicó Molina.



Jaime Molina, Presidente de la Cámara de la Construcción, indica que lo preocupante no son los materiales de construcción ni la mano de obra, sino los atrasos o excesos de trámites y visados en permisos para construir, pero se mantiene optimista en que el 2007 será un buen año para la construcción.

En Crecimiento

Mes	2004	2005	2006	variación mensual 05-06
Enero	369 711	444 414	741 661	66,89%
Febrero	307 728	509 431	551 888	8,33%
Marzo	358 382	483 199	698 051	44,46%
Abril	364 614	411 441	423 549	2,94%
Mayo	418 590	545 079	731 859	34,26%
Junio	331 386	363 018	785 356	116,34%
Julio	347 806	344 993	785 932	127,8%
Agosto	280 529	363 795	561 492	54,3%
Setiembre	372 441	391 591	587 790	50,1%
Octubre	385 670	394 599		
Noviembre	516 172	424 728		
Diciembre	243 505	354 586		
Comparación	4 296 534	5 030 874	5 170 225	56,16%
Anual				

Fuente: CFIA



La zona del Pacífico promete para el 2007 ser una zona de alto índice en construcción, contrario a lo que está sucediendo en la parte atlántica del país señal de esto es la construcción de megaproyectos como el caso del Hotel St. Regis



¡EXTINGA LA POSIBILIDAD DE UN CORTO CIRCUITO!

CONÉCTESE A LA SEGURIDAD CON 3M Scotchlok™

Con los conectores Scotchlok™ usted puede realizar conexiones más rápidas y seguras:

- **Más seguros.** son retardantes de la llama y cuentan con un casquillo interno que evita la posible penetración de algún alambre en el aislante.
- **Más fáciles de usar.** gracias a su cubierta flexible y con estrías.
- **Reutilizables.** puede retirar el conector sin causar daño al mismo con sólo girarlo en sentido contrario a las manecillas del reloj.
- **Empalmes fuertes y confiables.** tienen un resorte interno con gran capacidad de expandirse y contraerse, resistente a los cambios drásticos de temperatura y vibración.
- **Codificación universal de color.**



TERMINALES - CONECTORES Y HERRAMIENTAS - GEL LUBRICANTE PARA CABLES - LIMPIADORES EN AEROSOL 3M NOVEC - AMARRAS ¡Y MUCHO MAS!

CONSULTAS:

CALL CENTER: 800-0-INNOVA
800-0-466682

www.mmm.com/cr
Sección: Contact 3M

OTRO PRODUCTO DE SOLUCIONES
ELÉCTRICAS



George Durman, Director Regional, de Durman

Aliado con Aliaxis

Después de vender el 51% de las acciones a Grupo Aliaxis, por un monto de \$200 millones, Durman se alista para entrar en otra etapa empresarial, luego de 47 años de haber sido fundada.

George Durman, Director Regional, de Durman, habla claro sobre los alcances que significa esta transacción no solo para la empresa sino para el mercado en general.

¿Por qué vender el 51% de las acciones y no menos para dejarse el manejo mayoritario de la empresa?

- Al final, el 51% o el 49% es un lineamiento de Aliaxis de su estrategia de empresa, y por sus políticas necesitan mantener mayoría.

"Para nosotros 49% sigue siendo muy bueno y mantenemos la administración de la empresa. Tener minoría para nosotros no es malo y seguir administrando nos da la seguridad y tranquilidad de seguir haciendo lo que uno conoce".

¿Pesó la decisión, después de tener la totalidad de la empresa durante muchos años?

- No fue fácil tomar esa decisión. 47 años de esfuerzo de mucha gente. Sin embargo, la vida y las empresas tienen etapas y hay que ir las quemando. Primero se dio el proceso de ingresar en la Bolsa y ahora nos encontramos en esta alianza estratégica, que nos permitirá invertir en nuevos mercados y productos.

¿Qué va a pasar con los distribuidores de Durman, les va a subir el precio, tendrán que renegociar con otro mayorista, seguirán teniendo las mismas condiciones?

- Desde que se cerró la negociación, nos dimos a la tarea de comunicar abiertamente lo sucedido. Inmediatamente, lo hicimos con nuestras subsidiarias y se les brindó toda la información de lo que se estaba haciendo y se les dijo que podrían estar tranquilos, que no tenían por qué temer, pues la empresa seguirá operando con la misma estructura, y más bien con más oportunidades, pues habrá muchos más productos.

"Todos nuestros distribuidores a mediano plazo se van ver beneficiados con esta transacción".

¿Siente que fue una venta exitosa. Son suficientes \$200 millones por Durman?

- De haber considerado que la transacción no era apropiada, no la habríamos hecho. Creemos que la compañía fue muy bien valorada y se está vendiendo muy bien. Quedamos muy contentos con la transacción.

¿Qué va a pasar con el nombre de la empresa, ahora los productos dirán Aliaxis?

- La marca comercial sigue siendo Durman aquí y en los países donde estamos. Se hizo un cambio de nombre de Durman Esquivel a Durman, pero aunque coincidió, no tiene nada que ver con la transacción.

¿Qué futuro le espera a Durman?

- Desde el punto de vista como familia y desde el punto de vista gerencial, podemos decir que tenemos un excelente socio, un socio estratégico, por ser el más grande a nivel del mundo dentro del ramo de productos que nosotros manejamos y con una afinidad y una forma de pensar muy parecida a la nuestra.

"Grupo Aliaxis aporta dinero, pero nos están dejando administrar, pues reconocen la forma en que la empresa se ha venido manejando durante los 47 años de fundada y donde se ha dado un crecimiento que dentro de nuestro gremio, no ha habido empresas, a nivel latinoamericano, que hayan tenido un ritmo de crecimiento como el nuestro. Aunque desde el punto de vista de accionistas tengamos minoría, el voto de confianza que se nos da ratifica lo que hemos venido haciendo".

¿Se podría afirmar que con esta transacción Durman pasa a ser el número uno del mercado, por encima de Amanco uno de sus mayores competidores?

- Si sumamos los números de ellos y los nuestros, ya somos el claro número uno en el mercado en cobertura, en volumen de venta. Sin embargo, hay que reconocer que aún nos faltan algunos mercados por conquistar, donde nuestros competidores son muy fuertes.

Durman manifiesta que la pretensión es Suramérica y consolidar los países donde ya están, así como incrementar la línea de productos. **TYT**

George Durman, Director Regional de Durman, indica que la transacción con Aliaxis, un grupo europeo, beneficiará a mediano plazo a toda la red de distribución del mercado.

Encuentro de electricistas **Muy eléctricos**

Con el apoyo de 3M, Bticino, Siemens, Sylvania, Legrand, Schneider Electric, Dodge, el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA), se realizó un seminario y recomendaron productos específicos para el ahorro energético y otros usos.

De acuerdo con Javier Carvajal, Vicepresidente de la Asociación de Electricistas (ADE) y uno de los organizadores de la actividad, el objetivo de este seminario fue que los electricistas conocieran las tecnologías de vanguardia que se van dando, además de lograr instalaciones eléctricas de calidad. Schneider Electric presentó productos especiales como centros de carga específicos para la industria y sector residencial, además de tomacorrientes de calidad y placas decorativas, ambos de la marca SQUARE D. La empresa Bticino presentó los productos de la marca My Home, que de acuerdo con el Ingeniero Christian Rodríguez, es un sistema de automatización a nivel

residencial y comercial, que por medio de cámaras internas y alarmas de control, se pueden controlar diversos escenarios, ya sea por medio de internet o de un teléfono celular, además de presentar una amplia línea en plaquería. Por su parte Legrand, tenía en demostración una amplia línea de tomacorrientes de la marca Gállica y cableado estructural Ortonics. Según Jorge Murillo, son líderes a nivel comercial, y como ventaja, la línea que presentan brinda protección, con un diseño ergonómico, moderno y seguro, de fácil instalación eléctrica. El ingeniero Mauricio Guzmán, de Phelps Dodge, recomendó a los asistentes el cable NMB, que tiene como ventaja especial, una

calidad que es de clase mundial, no utiliza canaleta, sirve para diferentes aplicaciones y se puede utilizar en instalaciones fijas.

Húmedos y secos

Por su parte Diego Gómez, de Tecno-Lite, promovió la línea Rooster, que es especial para portar herramientas eléctricas. Además, explicó las ventajas de las alarmas de humo contra incendios, de la marca Kiddle, que tienen garantía de 5 años y que son especiales para la protección de diversas instituciones. El Ingeniero Carlos Meza, Promotor de la línea Viakon, distribuida exclusivamente por Abonos Agro, explicó que estos cables eléctricos tienen como ventaja que son apropiados para instalar-

se en lugares húmedos y secos, tienen gran resistencia a la abrasión, al aceite y a los agentes químicos gracias a la cubierta protectora de nylon y cuentan con certificaciones de calidad. Alvaro Lizano, de la empresa Siemens, explicó las ventajas de los sistemas automatizados para la industria, que se encargan de realizar una supervisión con mayor control y brindan seguridad en el proceso. La empresa Sylvania presentó unas lámparas especiales y decorativas que brindan bajo consumo energético y que da niveles de luz diferente a las lámparas convencionales, su vida útil es larga, porque tiene capacidad para brindar más de 50 mil horas en encendido.

Tradicionalmente, la división eléctrica de 3M, se ha caracterizado por promover la utilización de productos de calidad, que cumplan con las normas internacionales para reducción de riesgos en las instalaciones eléctricas. En esta ocasión no fue la excepción, ya que el aporte que dieron a los electricistas se enfocó en resaltar la importancia de aprender a diferenciar los materiales certificados que cuentan además con el respaldo de una casa comercial reconocida a nivel mundial. De acuerdo con el Ingeniero Johan Rodríguez, de la División Eléctrica de 3M, se ha venido dando énfasis en la confianza que los instaladores tienen en los productos 3M. **TTT**



La gente del Almacén Mauro se hizo presente en el encuentro de Electricistas con la gama de productos de la empresa.



Tecno-Lite aprovechó el encuentro de Electricistas para presentar la amplia línea de iluminación. David Gómez, de la empresa, fue el encargado de atender a los asistentes del gremio.



Los productos de Elvatron también estuvieron presentes y llamaron ampliamente la atención.



La compañía Phelps Dodge también tuvo su stand en este encuentro. Mauricio Soto, Gerente Comercial de la empresa, destacó las ventajas de contar con el tipo de productos de la compañía.

AZADONES FORJADOS IMACASA

- Forjados de una sola pieza.
- N° 1104525
- Ojo reforzado.
- N° 1109525
- Busque logo Imacasa sellado de garantía.
- Filo con alta resistencia al desgaste y ruptura.

LOS ORIGINALES

- Acero de alto carbono indestructible.
- Mango robusto lijado y barnizado.
- Hoja con vena de refuerzo.

CERTIFICADO DE CALIDAD
N° 255 LA BPI

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

EN BODEGA

¿Soldaduras convencionales o especiales?

Del uso que se le va a dar, dependen las especificaciones de una soldadura. Tome en cuenta que cualquier tipo, para que sea bueno, requiere cumplir con la norma AWS.

Lo que para una persona puede ser muy bueno, para otra no. En este tema, pululan los gustos, así como las variedades y los usos. El consumo de la soldadura, en ocasiones depende del gusto del consumidor. Recomiende usted cuál es la ideal, porque para cada estructura hay un tipo de soldadura a usar.

El éxito de la venta de cualquier soldadura dependerá en que el cliente siempre lleve la idónea para cada necesidad, por eso es importante estar bien capacitado. Probablemente, con los clientes que se dedican a la soldadura no se tenga mucho problema porque saben con exactitud el tipo de soldadura que requieren, pero hay otros que desconocen en su totalidad las características y calidades de este producto.

De acuerdo con Juan Carlos Batalla, Gerente General, de la empresa Suva, para determinar que una soldadura es buena, se debe definir su uso, porque solo de esa manera se puede determinar si posee las características que requiere la estructura. Por su parte Randall Campos, Gerente de Ventas de Soldaduras LC, dice que lo más importante en una soldadura es que sea resistente a la humedad, además debe emanar poco humo al momento de realizar la aplicación, que sea



Es importante antes de vender soldadura, estar asesorado sobre los tipos que existen y sus calidades, para ofrecer a los clientes el producto que requieren.

de fácil manejo, debe tener buena resistencia, un empaque excelente y una buena combinación de químicos en los materiales que la conforman.

Mucha capacitación

Ambos expertos en el tema, señalan como indispensable que toda soldadura debe cumplir con las normas reguladas de la American Welding Society (AWS). La empresa Suva distribuye la soldadura de la marca INFRA, la cual es manufacturada de México, con la más alta tecnología del mercado actual, según el gerente. "Las soldaduras INFRA cumplen con las normas de la AWS por

todo lo que las componen. Es importante que las personas se capaciten en el tema, por lo que, contamos con un departamento técnico, especializado en metalurgia, que tiene la ventaja de capacitar a nuestros clientes sin costo adicional", contó Juan Carlos Batalla. Ambas empresas ofrecen al mercado soldaduras convencionales y especiales, las que, por supuesto, van a depender del uso requerido para su adquisición. Batalla y Campos coincidieron en que las soldaduras más comunes son las 6013 y 7018, de las que hay disponibilidad de material en las diferentes ferreterías del país.

Las soldaduras especiales son para un uso específico, sea en aluminio, acero inoxidable, níquel, bronce. Es importante que cualquiera posea la normativa AWS, para que la estructura a trabajar, no tenga ningún tipo de problema al momento de levantarse. "Las personas deberían informarse más en este tipo de producto, que es tan utilizado", expresó el gerente de Suva. Ayude al cliente a determinar cuando debe adquirir una soldadura convencional o especial, la diversidad está multiplicada, la calidad está disponible, la capacitación para el consumidor, depende de usted. **TYT**

Alianza Comercial

COFERSA

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

¡Doble calidad!



Ahora los productos Imacasa están con Cofersa

Oficinas Centrales

200 metros Este de la entrada principal de Hules Técnicos, Pozos de Santa Ana
Telefono central: (506) 205-2525 • Fax: (506) 205-2425 • Apdo. 12247-1000, San José, Costa Rica

EN BODEGA

Concretos y acabados con vida

Rompa con lo tradicional. Recomiende creatividad a sus clientes. Una alta calidad de pigmentos vienen desde Europa, para dejar en las construcciones, más que variedad, belleza.

Gracias al uso de pigmentos de alta calidad, importados desde Europa, el mercado dispone de una empresa posicionada y consolidada en Costa Rica, que ofrece eficiencia en el servicio y una amplia gama de pigmentos especiales. Para concretos, bloques arquitectónicos, adoquines de color, bloques para muros de contención, estuco, concreto estampado, fraguas, morteros de color, cercas, tapias decorativas,

mosaicos, terrazos, baldosas, fuentes, adornos y piscinas. La empresa Concreto Coloreado, es una alternativa donde impera más que la belleza, la ruptura de la utilización de lo tradicional. Con este tipo de productos hay diversidad, creatividad, colores, complementos que darán luz y vida a las estructuras, moldeando materiales comunes en formas únicas, diferentes, novedosas pero sobre todo, de gran durabilidad.

Concreto Coloreado ofrece a los clientes una asesoría directa y capacitación personalizada. De acuerdo con Rolando Aguilar, Gerente de Ventas, la calidad de estos productos es muy buena para trabajar con concreto, está garantizado por especialistas.

Con diversos materiales

Existen pigmentos son especiales para colorear un concreto en la masa, además de pigmentos de calidad para cemento que



ayudan a realizar obras multicolores, que no necesitan de ningún mantenimiento

"Ahora se pueden hacer pisos, columnas y hasta gradas de color, porque se puede mezclar el pigmento con diversos materiales, como el ocre, por ejemplo. Las tapias se ofrecen en diferentes formas, con imitaciones de piedras, maderas o

ladrillo, es toda una novedad", explicó Aguilar.

El ingeniero Benoit Dessard, Presidente de la empresa, indica que ofrecen a los constructores infinidad de posibilidades, que hacen de los proyectos obras únicas y de gran durabilidad. La buena negociación es parte del servicio, por lo que esta empresa de talla internacional,

ofrece créditos y sistemas especiales de financiamiento, además de transporte, desde la planta de la empresa hasta su proyecto.

La empresa Concreto Coloreado ofrece soluciones creativas en concreto para que los ferreteros puedan transmitir a sus clientes. ■■■

Concreto Coloreado está en Ciudad Colón y posee el sitio web: www.coloreado.com

DEWALT **PORTER+CABLE** **DELTA MACHINERY** **BLACK&DECKER**

30 DÍAS **1 AÑO** **1 AÑO**

1 Año de Garantía por Servicio

2 Años de Garantía por Servicio

2 YEAR WARRANTY **2 AÑOS DE GARANTÍA**

¿Conoce cuál es el verdadero valor agregado de nuestras Herramientas y Equipos?

- Nuestro conocimiento de Producto
- Nuestro Programa de Garantías
- El Respaldo de toda nuestra Red de Servicio

• APLECSA (San José) Tel.: 257-5716	• Partes Genuinas (San Ramón) Tel.: 445-3121	• VILUGUI S.A. (Guadalupe) Tel.: 280-4940
• San y San Inversiones (Desamparados) Tel.: 219-9571	• Trasmisiones Industriales (Grecia) Tel.: 494-7634	• Repuestos Herrera (Grecia) Tel.: 444-6155
• ElectroAtenas (Atenas) Tel.: 448-4590	• El Elek-trico de P.Z. (Pérez Zeledón) Tel.: 771-0706	• CAS Santa Cruz (Santa Cruz) Tel.: 680-4221
• RAVA S.A. (Cartago) Tel.: 551-8897	• Carlos Manuel Azofeifa (San Carlos) Tel.: 480-2000	• CAS Siquirres (Siquirres) Tel.: 768-7964
• Repuestos Universales (Heredia) Tel.: 237-3351	• Taller Eben-ezer (Alajuela) Tel.: 442-7907	• Reimers (Porter y Delta) La Uruca. Tel.: 290-1020
• Repuestos Wong (Limón) Tel.: 758-2394	• Indianapolis (La Uruca, San José) Tel.: 243-1700	
• Partes Genuinas (Palmares) Tel.: 453-0871	• MADISA (La Uruca, San José) Tel.: 233-6255	

No insista **Llegó**

AluBand

Banda asfáltica bituminosa autoadhesiva, recubierta con un lámina de aluminio puro, que la protege de los efectos climáticos y refracta los rayos UV.

TORNILLOS
La Uruca

Distribuidor Exclusivo
Tels. (506) 256-5212 • 258-3290 • 233-7563
Fax: (506) 223-1763 • 258-3909
La Uruca, contiguo a FACO.

SUR

Danielo Fernández, Gerente de Comercialización de Sur

“Vendemos con hambre de tiburón”



Con más de 15 años de estar en Sur, Danielo Fernández, Gerente de Comercialización de la empresa, habla con claridad sobre el terreno que ocupan en el mercado y es enfático en que no solo son los líderes sino que la distancia con su inmediato competidor, establece una diferencia que se ensancha cada vez más.

¿Qué porción de mercado está ocupando Sur en la actualidad?

- Estamos ocupando un 42% de mercado.

¿Y según sus estimaciones quién marcha después de ustedes?

- Nos siguen los señores de Protecto con un 28%, y de ahí para abajo muchas marcas, pues Costa Rica tiene alrededor de 36 marcas de pinturas en la actualidad, desde fábricas caseras tanto formales como informales.

¿A qué deben esa diferencia de mercado de estar con un 14% más arriba que su competidor inmediato?

- En los últimos años, Sur se desprendió, gracias a su visión y agresividad para trabajar en el mercado.

¿A quién le quitó mercado?

- A los señores de Protecto. En un momento, Protecto (HB Fuller) fueron líderes por muchos años, y nosotros estábamos como en el cuarto puesto del mercado.

Con la campaña de “Ahora es Sur”, quedamos detrás de Protecto y de ahí en adelante, nos dimos a la cacería de ubicarnos en

En Pinturas Sur afirman que mantienen una participación el 42% del mercado, que no temen al TLC y que su consigna sigue siendo la innovación, el servicio y la variedad de soluciones de sus productos.

la punta: innovando, consolidando mercados, líneas nuevas, especialidades.

¿A partir de cuándo se adelantó Sur?

- Nos desprendimos totalmente de hace unos dos o tres años para acá, pero desde hace unos siete años veníamos muy de cerca de Protecto.

¿42% es un tope o esperan aumentar más la participación?

- Los mercados a veces son variantes. Ahí viene en la cola haciendo ruido Grupo Sólido con mucha rotulación de fachadas, también los señores de Lanco con varias estrategias, y no podemos descartar a Protecto.

“No solamente crecemos en la parte de pinturas para casas, ahora estamos tratando de crecer en la parte de coles y pegamentos, en el sector construcción, con productos desde los aditivos hasta el acabado final”.

“Para obtener este 42% crecimos en dos bandos en distribuidores y en tiendas de pintura y queremos más”.

¿Quiénes han sido los más perjudicados con este crecimiento de Sur?

- Los señores de HB Fuller.

¿Al contar con ese porcentaje de mercado, qué le dicen a los competidores?

- En el arte de vender siempre hay que tener hambre de tiburón y si uno habla de competencia, siempre he dicho que no hay que prestarle atención en demasía, es más importante evitar la incompetencia y buscar la forma de responder y satisfacer al mercado.

Consolidación de mercados

Otra de las estrategias que en los últimos tiempos ha utilizado esta empresa, ha sido el desarrollo y apertura de tiendas especializadas de pintura en varios puntos estratégicos del país.

Cualquiera pensaría que estas tiendas son competencia para los distribuidores, sin embargo, Fernández enfatiza que éstas “vienen a consolidar los mercados”.

“Con una tienda vamos por otro mercado, pues salimos a visitar los proyectos grandes y competimos con las otras marcas. Si observamos que un cliente está pintando con Sur, nos retiramos para no intervenir con el distribuidor”.

¿Actualmente, el distribuidor de Sur puede vender otras marcas?

- Lo de tener distribuidores exclusivos fue de hace muchos años. No pensamos así. Tratamos de ganarnos nuestro lugar con servicio, soporte, producto y variedad y de aquí en adelante, el cliente valora si necesita otras marcas. Hoy, es difícil encontrar distribuidores exclusivos.

¿Con el TLC podrían venir otros mayoristas de pinturas, está preparado Sur para enfrentar un mercado más fuerte?

- Está preparado para eso y para más. Creo que, de las fábricas a nivel nacional, es la única que se ha preparado en tecnología, en desarrollo, en innovación y hemos puesto a funcionar un almacén para una capacidad de 1 millón de galones que trabaja con un robot que por la noche rellena estanterías y espacios y de día alista, además de que nuestra nueva planta es del último modelo de fábricas de pintura.

¿Hoy, cuánto está vendiendo Sur?

- Pasamos de los \$3 millones a nivel local.

El comportamiento del mercado de pinturas, para el 2007, depen-

derá mucho de cómo se mueva el sector construcción y de la llegada de nuevos competidores ante una eventual aprobación del TLC con Estados Unidos, mientras tanto en Sur le apuntan a su norte de apoyar en todo sentido a su red de distribución.

Nueva imagen Sur

En este momento, Sur se lanza al mercado con una nueva imagen. Este cambio conlleva a una nueva tecnología en el etiquetado, con envases litografiados negros con el logo de Sur y sus etiquetas autoadhesivas, pegadas al envase.

Este cambio de imagen tanto en los envases litografiados como el remozamiento de los diseños de las etiquetas, inició con la línea arquitectónica, siguiendo con la línea de maderas y sus especialidades.

El color negro es el nuevo invitado para el cambio de imagen de Sur, pues consideran que es representativo de elegancia y distinción.



EN CONSTRUCCIÓN

Esas piedras...

Lajas, calizas, quintas, cuartas, terceras, segundas, de río, volcánicas, o simplemente brutas. Ahí están por todas partes esas piedritas para construir o decorar. La demanda de este material es alta.

El uso de materiales en bruto se hace necesario para una construcción y aunque es indispensable, en ocasiones es más por arquitectura de diseño, por calidad, libertad, espacio, elegancia o simplemente naturaleza. La utilización de piedra es infinita y la combinación de este producto encuentra siempre algún escenario.

En este tema no hay límites, son formas tradicionales o nuevas de crear un espacio. Tampoco hay reglas, porque la utilización de estos productos en cualquier forma es exitosa.

La diversidad es amplia, las empresas procesadoras o importadoras de estos materiales son muchas. Las nuevas técnicas, procesos y utilidades están ahí esperando en el mercado demandante de clientes, y del que los ferreteros pueden participar.

Piedras hay infinidad de tamaños y estilos, hay de río o volcánicas, para una amplia diversi-

dad de usos.

Granito, el mármol, las piedras calizas, las lajas, piedra bruta en diversidad de tamaños, piedra quinta, cuarta, tercera o una piedra segunda.

Diferenciarlas es tarea fácil, si usted está familiarizado con el tema, pero si no lo está, tome nota, porque le vamos a recomendar cuál piedra es mejor para construir, de la mano con los expertos.

El ingeniero Mario Herrera, Administrador, del tajo CARHMI, ubicado en San Pedro de Poás, en Alajuela, recomienda para una construcción cualquier tipo de piedra bruta, de río, porque es más dura, más fuerte y no es porosa. Sin embargo, en el tajo que él administra, comercializan la piedra volcánica, pero en ese caso, la que recomienda para construir es la piedra segunda.

De acuerdo con Herrera, esta piedra es de muy buena calidad, es especial para hacer concretos normales, "en esos casos, debe ser quebrada y

procesada" explicó.

Usos múltiples

En el tajo Don Tilo, Piedra Caliza S.A, en Colorado de Abangares de Guanacaste, procesan y comercializan el producto en diversidad de tamaños, la piedra bruta, la piedra blanca, caliza, lajas, y por supuesto lastre. De acuerdo con el propietario, Porfirio Cárdenas, la piedra bruta la venden especialmente para la construcción de muros y algunas estructuras grandes, que están destinándose al turismo, en la región, además, asegura que cuentan con materia prima para suplir al comercio de todo el país.

"Para una adecuada presentación y de muy buena calidad ofrecemos la piedra caliza blanca en diversidad de tamaños, la cual es adquirida principalmente para la zona de Tamarindo" dijo Cárdenas.

En el tajo CARHMI, en San Pedro de Poás en Alajuela, ofrecen material de origen volcá-

nico, rojo, especialmente para la decoración o inclusive en algunos casos, para la construcción.

Este ingeniero que administra el tajo CARHMI, explicó que las piedras tienen un tamaño específico, por ejemplo, la piedra cuarta es de una pulgada, mientras que la piedra quinta es de cinco centímetros.

Para decorar una construcción o estructura específica, sirve cualquier tipo de piedra o tamaño, en eso va a depender el estilo o diseño arquitectónico, además del espacio o gusto del cliente.

"Hay que diferenciar que la piedra volcánica es más porosa y liviana", dijo el ingeniero de CARHMI.

También en este tajo como en muchos otros se vende el lastre, según Mario Herrera, no hay problema en confundirse con este material, porque se echa a un quebrador donde se separa la arena y la piedra, al final queda solamente el lastre. **TYT**

BAJO TECHO

Coladeras del mercado



Los estilos de las coladeras dependen del uso que se les vaya a dar. Las calidades están en las materias primas. Para recomendar a los clientes, lo ideal es brindarle la alternativa más adecuada a su necesidad, más que por gusto y comodidad.

En diversidad de tamaños, estilos, materiales de fabricación, calidades y usos, el mercado dispone de coladeras en acero inoxidable o aspersión plástica, en hule, plástico y metal, ya sea para los baños de las residencias, oficinas, para azoteas, patios, estacionamientos y piscinas.

Es más que una obligación para los ferreteros disponer de estos productos en sus negocios, por la demanda que hay en la construcción y utilización de las coladeras. Eche un vistazo a la variedad de productos que ofrece el mercado, para que pueda satisfacer eficientemente las necesidades de su clientela.

El objetivo de este producto es el mismo, pero la durabilidad, el uso y calidad marcan su diferencia, es ahí donde se debe buscar qué conviene más.

La empresa Helvex, distribuye coladeras en diversidad de tamaños, de 2, 4 y 6 pulgadas, en acero inoxidable. Según Cristina Delgado, funcionaria de la empresa, este es el mejor material que hay, por protección y durabilidad.

Los estilos son variables, los hay redondos o cuadrados. En Helvex ofrecen coladeras para cada tipo de necesidad, ya sea para una residencia, para las azoteas, los estacionamientos, los patios y hasta para las piscinas. De acuerdo con Delgado, esta empresa ofrece variedad en este tipo de productos, además de la calidad, durabilidad y garantía.

Para residencias

Almacenes Unidos ofrece como coladeras, los productos que ellos denominan como de aspersión plástica.

Según Manuel Fernández, del Departamento de Importaciones, únicamente disponen de este producto para residencias.

Ya sea en plástico, hule o metal, Almacenes Unidos dispone de este producto en dos únicos tamaños de dos y cuatro pulgadas.

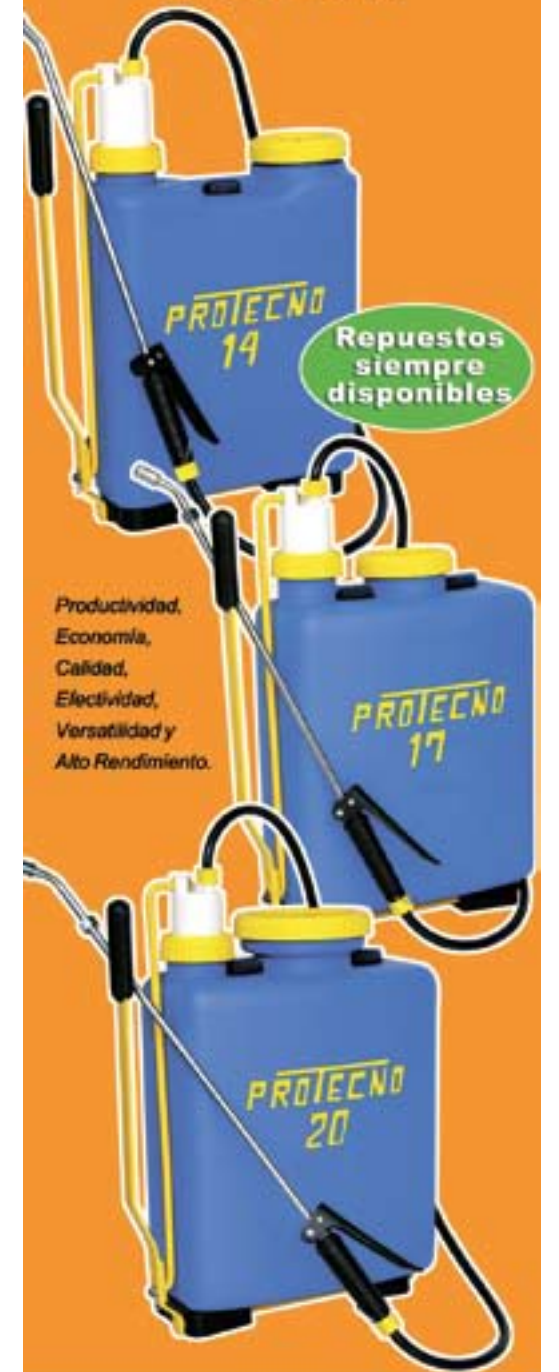
Es importante tomar en cuenta que las coladeras o rejillas deben asentar perfectamente en todo su perímetro, para evitar que tengan algún daño al recibir cargas exteriores. Precisamente, por ese factor, es importante que el ferretero recomiende al cliente el mejor material, de buena resistencia, aunque eso va depender en definitiva del uso.

Las coladeras para piso en interiores Helvex, tienen cuerpo de hierro fundido con una aplicación de pintura anticorrosiva para incrementar su durabilidad. En el caso de la coladera redonda, es recomendable su uso para baños, vestíbulos y toda área interior. Éstas tienen rosca estándar para tubo, que sirven para recibir el drenaje haciendo un sello hidráulico.

La variedad es tanta como la necesidad. Imponga en su negocio alta calidad, buen gusto y durabilidad. Ofrezca diversidad en coladeras rejillas o aspersión. **TYT**

PROTECNO

LIDERES EN ROCIODADORES DE MOCHILAS

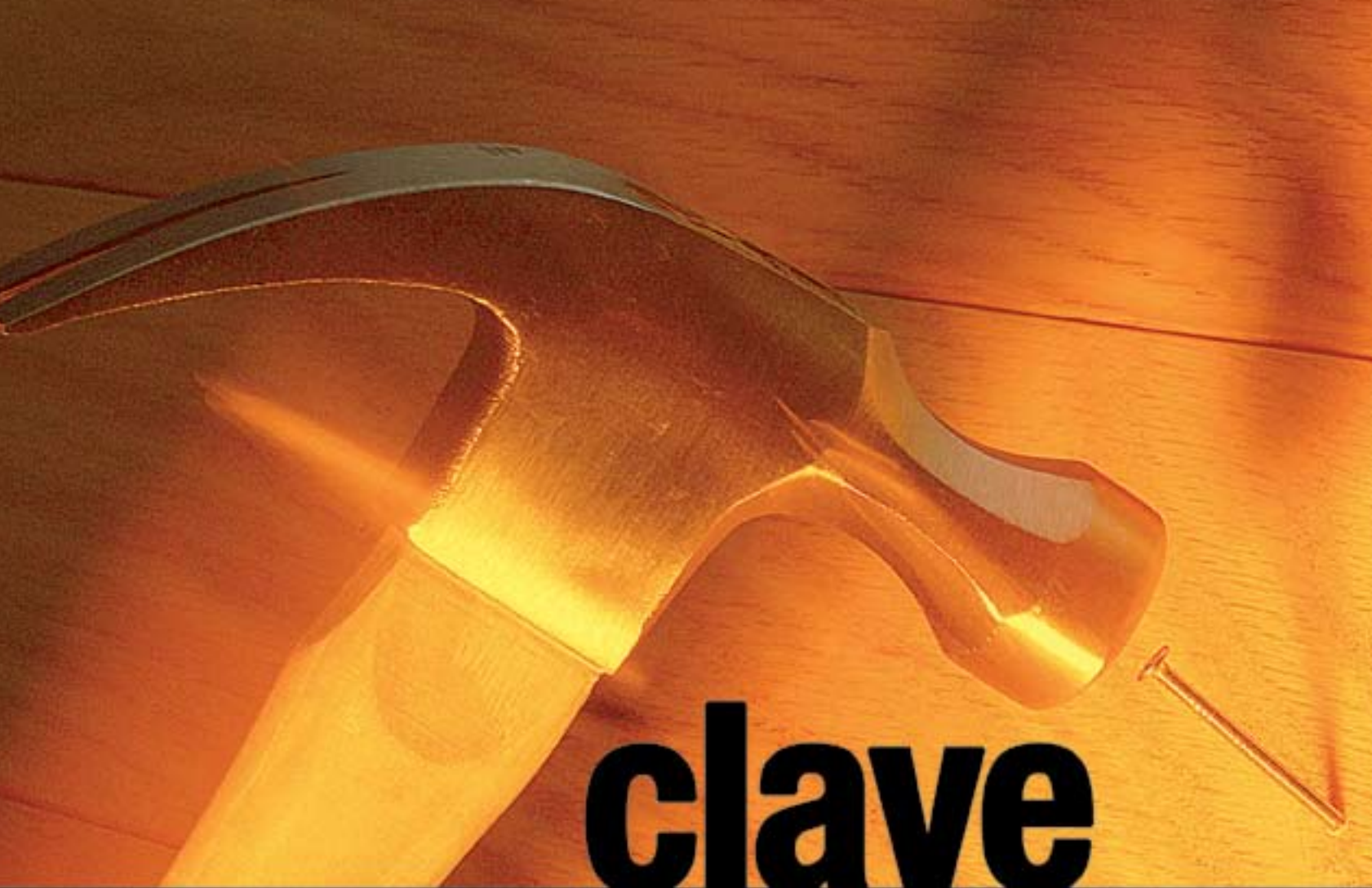


Productividad,
Economía,
Calidad,
Efectividad,
Versatilidad y
Alto Rendimiento.

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com



clave
para el éxito

9 EXPO FERRETERA
su herramienta de negocios...

1 al 3 de junio del 2007 • Centro de Exposiciones, Eventos Pedregal
www.expoferretera.com

Tel. (506) 520-0070
Asesores Comerciales
Zona Este: Jenny Alpizar (506) 363-3737
Zon Oeste: Braulio Chavarría (506) 372-1192



Inició la recepción de registros anticipados
Expoferretera.com

Visitantes internacionales han confirmado su presencia a través del registro anticipado disponible en el sitio web www.expoferretera.com

Una de las oportunidades para muchos mayoristas de ingresar a los mercados centroamericanos, sin duda lo conforma Expoferretera. Así es. Muchos participantes llegan con la ilusión de encontrar representantes para sus líneas de productos y abarcar tanto el mercado costarricense como los demás países del área. Igualmente, muchos visitantes internacionales, por la trascendencia de los expositores buscan la oportunidad de expandir sus negocios y de establecer alianzas de comercialización con las compañías que representan. De todos los países del área, así como México, El Caribe y algunos de Europa, se han empezado a recibir confirmaciones de asistencia a través del servicio de registro anti-

cipado que se encuentra en la página oficial de la feria www.expoferretera.com. La oportunidad de negocios y de exhibición que presenta Expoferretera, hace que tanto los mayoristas locales como internacionales vuelquen su mirada hacia este evento, lo que indudablemente redundará en la calidad de los compradores que asistirán a esta feria. La lectura de los mercados no es tarea fácil para cualquier proveedor de la industria, sin embargo, Expoferretera presenta la oportunidad de conocerlo en tres días de exhibición, ya que al ser una feria especializada consigue concentrar la mayor parte de

mercado, lo que indudablemente permite interpretar con certeza los movimientos del mercado. Igualmente, en este sitio, se puede ir conociendo sobre la confirmación de los expositores que estarán en este evento. **tyt**



En la página de expoferretera.com se puede acceder al registro anticipado para no perder detalle de este evento.

Expositores de Expoferretera confirmados al 28 de noviembre del 2006

Expositores confirmados al 27 de noviembre, 2006

PRODUCTOS FERRETEROS



Manguera de abasto
Con garantía de un año.



Rastrillo multifuncional



Prensa de banco
Marca Knova.



Cinta de aluminio 3M, 3311
Puede ser usada en todo tipo de condiciones climáticas, diseñada para máxima adhesión sobre superficies limpias y secas. Resistente al vapor, transmisión de olores y humo

Distribuye 3M
Tel. 277-10-00

Distribuye: Sorie Internacional Tel. (506) 296-2117



Bombillo nariz de payaso
Empalux. Recubrimiento cerámico interno. 127V, rosca E-27. Presentación de 4 colores. Se utiliza para interiores. Especial para decoraciones y efectos especiales.



Bombillo ahorrador tipo espiral
Adecuada iluminación con un bajo consumo eléctrico. Consume aproximadamente 80% menos que las lámparas. Tiempo de encendido 1 segundo aproximadamente.

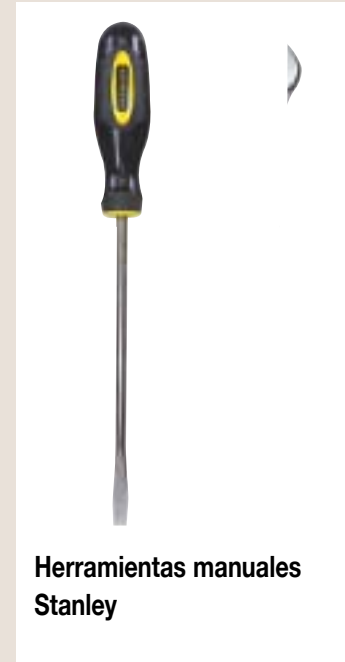


Bombillo ahorrador tipo tubular
Ideal para ser usado en restaurantes, oficinas y hogares donde se requiere iluminación por periodos muy largos de tiempo. Larga duración. 6000 horas.



Reflectores para intemperie
Pueden ser utilizados en hoteles, museos, tiendas, entre otros. Presentación en diferentes colores. 127V. Rosca E-27. Para uso interno y externo. Tiempo de vida aproximado de 2.5 veces más que un bombillo incandescente.

Distribuye: Transfesa Tel. (506) 210-8989



Herramientas manuales Stanley

Distribuye: Valco Tel. (506) 252-2222



Alarma Mod. 0914
Detector de humo, audible de 85 decibeles, detección iónica de humo, monitoreo continuo, botón de prueba, batería de 9V, fácil instalación, listado por UL. Garantía 5 años.

Distribuye: Tecno-Lite Tel. (506) 256-8949



Conduflex, un tubo de PVC, flexible, corrugado y de color azul
En una edificación, el cableado eléctrico tiene un costo importante, por lo que contar con una opción que contribuya al ahorro de ese material y de la mano de obra en la instalación, beneficia a todos los interesados en el desarrollo de las obras de infraestructura.

Distribuye: Amanco Tubosistemas de Costa Rica Tel. (506) 209-3400

logrando un nuevo nivel de calidad

- Productos de ferretería
- Aplicaciones decorativas
- Soluciones de Arquitectura



P.O. Box 2521. Final 1a. Av. Nte. Soyapango, San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel.: (503) 2251-6000 • Fax: (503) 2227-0077 • inco@inco.com.sv • www.inco.com.sv

**EL
DEPENDIENTE**

¿Cuál fue el producto de más venta en el año?

Por: Milagro Arias R.



Manuel Juárez, Administrador, Ferreterías el Mar. San Pedro, Montes de Oca. 5 años de experiencia



Guido Arquín, Coordinador de cotizaciones. EPA, Curridabat. 7 años de experiencia



Alberto Villegas, Vendedor INTACO, San José. 12 años de experiencia



Jorge Esquivel, Departamento de Telemercadeo. El Rafaelé, Santo Domingo de Heredia. 14 años de experiencia

El fuerte en este año ha sido la grifería. Lo que más se vendió fueron las cacheras, después lo eléctrico y en tercer lugar la pintura.

Lo que más se vendió en el año ha sido el cemento, el bondex, los adoquines y la varilla.

Lo más vendido ha sido el Repemax.

El cemento Sansón y las herramientas eléctricas, ha sido lo más vendido.



Le recomiendo **expoempleo**
Enlace entre empresas y talentos
9-11 de Marzo del 2007 • Hotel San José Palacio

La mejor feria de reclutamiento en Costa Rica
Registro de curriculum y entrada gratuita en www.expoempleo.net

Sencillez con Estilo Economía con Calidad

Respaldo y garantía de calidad al mejor precio

línea Rika

Placa redondeada

Aro central en colores champagne y gris

Permite combinar variedad de dispositivos

Cableado con tornillo y tuerca que ocultan y protegen de contacto a las partes energizadas

Interruptores de 15 Amp con puntos de contacto de plata

Amplia variedad de accesorios

Plata

Línea sencilla en un solo color, ideal para combinar perfectamente en gran variedad de ambientes.

Tecla grande

Interruptores de 10 Amp con puntos de contacto de plata

Amplia variedad de accesorios

AGUILA

CENTROAMERICANA S.A.

Tel: (506) 261-1515 / Fax: (506) 237-8759
Parque Industrial La Valencia, Heredia. Módulo L
Apto. 441-1150 La Uruca
email: ventas@aguilaca.com

www.aguilaca.com

Acuña & Hernández

Crecimiento con servicio y estrategia

La Ferretería Acuña & Hernández llegó a San Rafael de Heredia, desde hace 6 años y en familia fueron consolidándose gracias al apoyo de sus clientes.

Por: Milagro Arias R.

Después de que muchos vecinos llegaran a la casa de la familia Acuña Hernández, a solicitar que les vendieran material ferretero y uno que otro artículo, de los que distribuían al por mayor, fue que decidieron establecer una ferretería. Los clientes ya estaban, pero faltaba el establecimiento.

Por 15 años, Luis Angel Acuña, tuvo junto a su esposa, María Antonieta Hernández, el negocio de mayoreo en su casa, hasta que decidieron apropiarse de un terreno para construir una ferretería en San Rafael de Heredia, desde hace 6 años, donde iniciaron con 5 personas y en este momento cuentan con 24 colaboradores.

Este negocio tiene una particularidad: tanto el ambiente de trabajo, como el servicio al cliente es muy familiar. Ana Lucía Acuña, hija del matrimonio Acuña y Hernández, es la administradora de la ferretería, además de algunos otros familiares, que laboran en el negocio.

Cordialidad

Definitivamente, el trabajo realizado en este lugar está lleno no solo de empeño y confianza, sino de servicio con cordialidad.

De acuerdo con Ana Lucía Acuña, cuando se inició la ferretería, se proyectó para valorar como sería el negocio en la venta al



Luis Angel Acuña y su esposa María Antonieta Hernández, propietarios de la ferretería Acuña & Hernández, de San Rafael de Heredia, indican que mediante objetivos claros y buena organización se puede llegar lejos en este negocio.

detalle. Se inició como fuerte, la línea de todo en materiales para la construcción y se creó una pequeña sala de exhibición de los productos. "Es una ferretería surtida, gracias al empuje que le han puesto mis papás", aseguró la administradora.

Parte del crecimiento que ha dado este negocio, ha sido por el trato y la confianza de muchos años, por las líneas que se importan y los precios cómodos que ofrecen, según Ana Lucía, la clave del éxito de la ferretería Acuña & Hernández se debe a esos factores y a muchos otros que se

han marcado en el tiempo.

"La principal razón de adquirir el terreno donde se ubica la ferretería, fue para ampliar las bodegas, las líneas y las rutas de distribución, principalmente, y de ahí, dar el servicio al detalle con la ventaja de que al ser mayoristas e importadores podemos dar excelentes precios, además de surtido y en cantidad", indicó Ana Lucía.

La distribución al por mayor que tienen a nivel nacional de algunos productos, es el fuerte de esta empresa familiar. "Somos importadores de marcas de prestigio como Corneta, además de

Perfect, Truper y Vera", señaló la administradora.

María Antonieta Hernández y Luis Angel Acuña, propietarios de la ferretería, han sabido consolidar y posicionarse en este negocio por el apoyo familiar que han obtenido de sus hijos, además de la experiencia de más de 36 años en el mundo de los negocios, del gremio ferretero, que tiene Luis Angel.

Proyectados por lo alto

Los Acuña Hernández, cuando visualizan un proyecto lo hacen por lo alto, tal y como cuando decidieron lanzarse a realizar una feria ferretera propia, de venta al detalle, en la ferretería, hace pocos meses.

"El objetivo principal era atraer nuevos clientes y mantener los que tenemos, con descuentos especiales, además para que conocieran el lado humano y personal de esta empresa", aseguró la administradora.

Ana Lucía Acuña, conoce a fondo cuál es la dirección a seguir de la empresa de sus papás. Maneja el negocio a la perfección, con tan solo 27 años, y ya la experiencia se adueñó de ella, pues es toda una experta en este campo, y que reconoce que le encanta. ■■

Schneider en su vida diaria

Dando a todos lo mejor del New Electric World

Schneider Electric es parte de su día. Estamos ahí siempre en todo lugar y momento donde se genera consumo de energía desde un apagador o toma hasta el suministro en las grandes plantas industriales, nosotros le brindamos día a día las mejores soluciones de seguridad en la administración de la energía eléctrica sea cual sea su aplicación. Viva plenamente de todas las comodidades del nuevo milenio y saque el máximo provecho de su estilo de vida, junto a su familia en el calor de su hogar o disfrute de todas sus actividades tanto cotidianas y recreativas como laborales. Con Schneider Electric usted recibe lo mejor del nuevo mundo eléctrico.

Le damos un nuevo significado al manejo seguro de la energía eléctrica

Electricity is all around you.

Schneider Electric
Building a New Electric World®

1.5 km al oeste de la Embajada Americana, Pavas
Tel: (506) 210-9400 · Servicio al Cliente: (506) 210-9401
Fax: (506) 232-0426.



 **EMPALUX[®]**



Luz para todos los ambientes,
con calidad y economía...



Transfesa

Somos los mejores en servicio

Departamento de Ventas (506) 210-8989 • Fax: 291-0731 • ventas@transfesacr.com

Central • Tel.: (506) 210-8999 • Fax: 291-1242 • info@transfesacr.com

Pavas 200 m. Oeste y 350 m. Norte del Liceo.