

tuercas y tornillos

TYT

LA REVISTA FERRETERA

www.tytenlinea.com

CONSTRU PLAZA®



Ferretero innovador

Gerardo Fait, Propietario de Construplaza, ha logrado posicionar su negocio con un concepto novedoso. Su empresa va más allá de una ferretería y es mucho más que un depósito de materiales. P. 46

Mandamientos del servicio P.25

Reñido mercado de canaletas P.36

¡Sea un estratega y venda más! P.21

Expoferretera regalona P.37

ASEGÚRESE QUE LA LEAN

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

ISSN 1409-2301



Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130



MAYO 2007 / AÑO12 / NO. 131



**eb
técnica**
de Costa Rica, S.A.



Fregaderos de acero inoxidable de alta calidad

- Hechos en acero 300
- Profundidad de tanque: 6", 7", 8"
- Calibre 22 o 24
- 30 años de garantía



Teléfono: (506) 296-7583 ° Fax 296-7591

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



Importaciones Vega

La respuesta del ferretero...

Presente en

9 EXPO FERRETERA

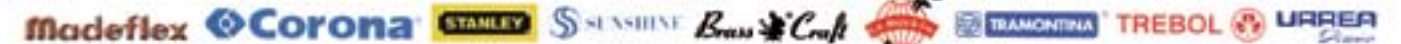
su herramienta de negocios...



VALCO... Marcas Líderes en Calidad y Desempeño



Seguridad y Rendimiento



Tels: 800-254-1024 • (506) 252-2222 • Fax: (506) 254-8736 • Apdo. 142-1150 La Uruca - San José
e-mail: ventas@valcosa.com • www.valcosa.com

CONTENIDO

En nuestra próxima edición

JUNIO

Las 120 de TYT

El ranking más importante del sector ferretero, en el que aparecen las empresas más connotadas del país.

Además:

Especial de cerraduras y accesorios

Cierre Editorial: 10 de mayo
Cierre Comercial: 14 de mayo

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



10 PINCELADAS

21 EL EXPERTO

¡Sea un estratega y venda más!

MERCADEO

22 Trabajar en equipo (II Parte)

El trabajo en equipo es parte del éxito que poseen las empresas. Saber implementarlo y potenciarlo es la clave para competir en cualquier mercado.

24 ¿Vender solo una vez?

25 EN CONCRETO

Mandamientos del servicio

El servicio al cliente es la columna vertebral de cualquier empresa ferretera. La clave está en saber aplicarlo correctamente y saber diferenciarse para conse-

guir éxito en el mercado.

¿Está seguro de aplicar todos los mandamientos que componen el servicio al cliente?

PERFIL

29 Cablesa electrónica

10 años ofreciendo calidad. Cablesa electrónica amplió sus divisiones y está introduciendo nuevas líneas e innovando con productos de alta tecnología.

30 Olfa de Guilá

Estos productos siguen conquistando clientes a base de calidad y servicio.

EN BODEGA

32 Ace refuerza El Mar

Una nueva forma de vender productos.

34 EN CONSTRUCCIÓN

La ventaja de los adoquines

Tienen un alto soporte, ofrecen una larga vida útil y hay variedad en diseños, tamaños, colores.

36 BAJO TECHO

Reñido mercado de canaletas

Las canaletas se han convertido en un producto altamente versátil.

37 EXPOFERRETERA

Expoferretera y los expositores de la feria le dan la oportunidad de ganar productos para su negocio.

40 CIMIENTOS

42 PRODUCTOS FERRETEROS

44 EL DEPENDIENTE

¿Cuáles son los proveedores que brindan más incentivos por venta?

46 EL FERRETERO

Construplaza: soluciones totales

Gerardo Fait, Propietario del negocio, indica que es un centro comercial de la construcción que dispone de un área de 16200 m² y que se perfila a seguir creciendo.

COFERSA

Productos de uso industrial

(Concreto, metal y ultrafino)

La combinación perfecta la mejor calidad al mejor precio

100% Respaldo COFERSA

neó

Telefono: (506) 205-2525 Fax: 205-2426
Pozos de Santa Ana. De la entrada principal de hules técnicos 200 metros este.
Ventas@cofersa.net



DEL DIRECTOR EDITORIAL

Hugo Ulate Sandoval
hugo.ulate@eka.net

Caos eléctrico

De verdad que los “benditos” apagones han causado un caos en un gran número de empresas y ni que se diga en las empresas ferreteras y de materiales de construcción. Las redes de inventarios y contabilidad no funcionan, las cajas electrónicas tampoco, las bodegas quedan a oscuras, algunos departamentos en tinieblas, los clientes se quedan sin probar los aparatos como un simple bombillo, para los que pueden hay que empezar a facturar a mano y probablemente después es doble trabajo porque hay que introducir la información al sistema, si los teléfonos dentro de las empresa son inalámbricos, éstos fallecen totalmente, en fin, se nos viene el caos encima, se incrementan los costos y el tiempo de eficiencia se reduce.

Lo cierto del caso, es que a quién echarle la culpa: ¿Al ICE?,

¿Al fenómeno de la Niña que trae sequía o al del Niño porque llovió demasiado?, ¿A la falta de previsión de las entidades gubernamentales?, ¿A no habérsenos ocurrido comprar una planta eléctrica a gasolina? Póngale usted el nombre que quiera, y aún así, encontrando un culpable, ya es poco lo que se puede hacer.

En este momento, nos está pasando lo que nunca creímos que nos pasaría a nosotros. Quienes creímos que nunca padeceríamos las tinieblas, lamentablemente nos están dando “sopa” y por partida doble. Y eso que a muchos empresarios les dijeron que esto nunca pasaría...

Sin embargo, habrá más que acostumbrarse, habrá que estar resignados y tratar de producir bajo la penumbra de las tinieblas. Ojalá que cuando las empresas cuantifiquen las pérdidas por esta situación, éstas sean recupera-

bles y que cuando todo esté normal, no nos sorprendan con otra y quién sabe cuántas más.

Lo más importante, en el caso del sector ferretero, es que los negocios se preparen totalmente para no devolver clientes, ya que en situaciones negativas, hay que empezar a ver el lado positivo.

Quizás, aprovechando el ocio que dejan los apagones, muchos clientes decidan que es el mejor momento para hacer aquella compra que servirá para reparaciones de fin de semana. En estos casos, claro está, si aún es de día, sáquele provecho a la situación y potencie sus ventas.

Lo malo estaría que los apagones vengan en horas nocturnas dentro de horario de atención, pues también hay que cuidar el factor del hampa, que sabemos aprovechar estos espacios para confabularse con los apagones. **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.chavarría@eka.net

Cel. 372-1192

Colaboradora

Milagro Arias

Circulación

Melanie Töebe

suscripciones@eka.net

Tel. 520-0070 ext.134

Foto portada

Róger Benavides



www.tytenlinea.com

Tel. 520-0070 Fax. 520-0047

Apartado 11406-1000

San José, Costa Rica



Una conexión  de confianza
es para toda la vida

Quando se trata de instalaciones eléctricas, el factor confianza debe ser también la principal razón para elegir una marca, sobre todo ahora, cuando sabemos que existen en el mercado cables que no le brindan ninguna garantía y que más bien le ponen en constante riesgo.

Phelps Dodge es uno de los fabricantes de conductores eléctricos más reconocido a nivel mundial.

Todas sus operaciones, incluyendo su planta en Costa Rica, cuentan con el Sistema de Gestión de Calidad Certificado ISO 9001 y el Sistema de Gestión Ambiental Certificado ISO 14001 que le dan confiabilidad en sus procesos y calidad en sus productos.

No se enrede con otros cables...
Pida cable eléctrico por su nombre:



Adquiéralos en su distribuidor más cercano. Para más información comunicarse al tel.: (506) 298-4800 • www.pdic.com

Últimas noticias de www.tytenlinea.com

Henkel gana cuatro premios

Nuevo martillo perforador de Metabo

Ferreterías internacionales con nuevas formas de hacer negocios

Fería de jardinería al aire libre del Medio Oriente

Fidelización de clientes: éxito de cualquier negocio

PINCELADAS



Muchos negocios se las ingenian para atraer clientes y para ello recurren a productos curiosos, como las cocinas de leña de Ferretería Nanán Zúñiga.

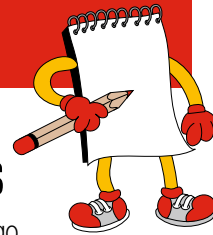
de lo común desde brillo carburo, ratoneras de cajón, hasta pintura en vasitos de gerber y cocinas de leña, entre mucho más”, contó Zúñiga.

El resultado obtenido en este negocio que se ha diferenciado con la venta de estos productos curiosos ha sido excelente, según Zúñiga, los clientes saben que todo lo que necesiten fuera de lo común lo pueden conseguir en “Naná Zúñiga”.

Estos productos no quitan mucho espacio y demuestran además, que el tiempo no pasa, ni las grandes tecnologías han podido desplazar artículos que se vendían hace muchos años.

Todo se vale cuando de ventas se trata. “Lo importante es la aceptación y los clientes satisfechos, nosotros continuaremos vendiendo estos productos y muchos otros más”, aseguró Juan Fernando Zúñiga. **TTT**

Cartas



Estimado Hugo,
Mi nombre es Alberto Leyes, y trabajo en Medialuna Comunicación, una agencia de Comunicación y Relaciones Públicas en España. Uno de nuestros clientes es la división de Jardín de Bosch, para quienes gestionamos el gabinete de prensa. Hemos visto que en su página web: tytenlinea.com han publicado una noticia sobre Isio, la última herramienta de jardinería de Bosch. Nos ha gustado saber que también en Costa Rica tienen interés por el producto.

R/ Estimado señor Leyes.
Igualmente, que en la edición impresa, a través de nuestro sitio de internet, nos interesa dar a conocer los logros, lanzamientos de productos y crecimiento de los proveedores que tienen operaciones en nuestro país, ya que con esto mantenemos informado al mercado ferretero y de la construcción. **TTT**

Para comercializar todo se vale

Cuando se van a establecer parámetros para comercializar no hay que dejar por fuera la frase de “todo se vale”, y eso lo tienen muy claro algunos ferreteros que venden productos curiosos como cocinas de leña, regaderas, monturas para caballo, ratoneras de cajón y hasta accesorios de billar entre mucho más.

Los ferreteros complacen a los consumidores que han solicitado

la venta de este tipo de productos, porque aseguran que lo más importante es tener clientes satisfechos para que no busquen la competencia.

Juan Fernando Zúñiga, de “Naná Zúñiga” de Heredia, explicó que en sus ferreterías han diversificado con la comercialización de este tipo de productos, desde hace muchos años.

“Hemos llegado a vender fuera



La solución total a sus necesidades de almacenamiento:

storage & office

Sistemas de almacenamiento y soluciones mobiliarias para oficina.

Horario:
Lunes a Viernes de 7:30 am a 5:30 pm.
Sábados de 8 am a 12 md.

Tel: (506) 257-1282 • Fax: (506) 256-6138
Garantía real, con respaldo local.

• Sistemas de almacenamiento

Producto Automotriz LOCTITE®



Para saber más sobre esta innovación visítenos en www.loctite.com.mx o llame al (506) 277-4868



PINCELADAS



¡Conéctese bien!

Adecuados para sistemas de alto voltaje en construcciones, industrias o mantenimiento, por supuesto que los conectores de resorte deben ser ante todo, no solo cómodos o de fácil aplicación, sino seguros y altamen-

te confiables. Usted debe estar atento porque el mercado ofrece variedad en el rango amplio de los conectores. Están diseñados con las características requeridas por los electricistas y su codificación se rige por colores modernos y específicos.

Y es que, dentro del conector su diseño de agarre de resorte va a asegurar una conexión adecuada y rápida, además de expandirse al aceptar una amplia gama de tamaños de cables. Tienen un diseño que incorpora una "enagua flexible" y un tipo rígido que cubre, además de

proteger conductores y se conforma a cualquier espacio disponible de una caja.

Poseen alas redondeadas que en el tope rígido hacen a los conectores de resorte de la empresa 3M, fáciles de manejar, pudiendo conectar el resorte de una manera más rápida, disminuyendo el manipuleo manual. Los conectores Y R G & B, de color rojo, tienen una capa de acero interna, resistente a la corrosión. Protegen contra el corto circuito y conductores descubiertos y se ajustan en los accesorios con poco espacio. **TRT**

3M ofrece una línea amplia de conectores de resorte, en tres tamaños, que facilitan el trabajo al abarcar el rango de siete conectores, cubriendo por completo los cables de cobre para 600 voltios.



Sistemas de fijación para concreto

ITW Ramset
RED HEAD



Anclajes mecánicos

Pólvora

Pistolas

DISTRIBUIDO POR
Torneca 207-7777
VARIOS TIPOS DIFERENTES DE TORNILLOS

¡La fijación más sólida!

Super 33+
Super seguro



Hace 60 años
nos pusimos en marcha...

y seguimos de primero



En 1946, 3M crea el primer tape eléctrico hecho de vinyl. Desde entonces, con más de 15 avances en su fórmula, **Super 33+** es el tape más seguro para todo tipo de trabajos eléctricos.

Recomendación de uso:

Para un uso correcto, estire el tape y aplíquelo apretadamente sin dejar brechas entre las vueltas del tape. No lo estire en la última vuelta para que no se despegue o levante.

PINCELADAS

¿Conviene las vallas publicitarias?

Es importante tomar en cuenta algunos aspectos si piensa comercializar o mercadear su negocio por medio de vallas publicitarias. Investigue con anterioridad, si es o no conveniente para su establecimiento. La publicidad exterior sigue siendo uno de los medios más efectivos y fuertes para posicionar, consolidar y dar a conocer un negocio. Utilizarlas como manera de mercadear tiene sus ventajas, pero también guarda algunas desventajas.

Las vallas publicitarias se han adueñado de centros comerciales, calles, paredes, estadios,

invitando al consumidor a visitar un negocio. Colocadas en lugares estratégicos, en definitiva, es un fuerte impacto que brinda popularidad a un establecimiento.

Tome en cuenta que una valla publicitaria está dirigida al segmento de las personas trabajadoras, que pasan la mayor parte del tiempo fuera de la casa.

Por otro lado, es un medio limitado, porque se dirige a todas las personas en general y no en particular. Hay que tomar en cuenta los problemas de ubicación, porque por lo general, las mejores localizaciones están



saturadas por los grandes anunciantes.

No se puede detallar ni argumentar sobre la venta de un producto, sin embargo, va a depender también de una estrategia de diseño, de campaña, donde se utilice un texto breve directo y llamativo. El impacto

en la compra, reconocimiento de algún producto, o marca son difíciles de medir.

La publicidad exterior sigue siendo uno de los medios más efectivos y fuertes para posicionar, consolidar y dar a conocer un negocio. (Fotografía con fines ilustrativos) TTT

Reconozca un destornillador de calidad

Son muchos factores se deben tomar en cuenta para reconocer un desatornillador de calidad. De fijo, toda ferretería tiene para la venta destornilladores, ya sea de una marca exclusiva o de varias.

No se quede atrás, ofrezca a sus clientes variedad en destornilladores, para que sean ellos los que seleccionen el más conveniente, ya sea por precio o durabilidad. Eso sí, Disponga de calidad.

Según expertos en ferretería, es indispensable que cuando usted vaya a adquirir para su negocio algún destornillador,

analice la punta del material, revise bien el puño y compare el peso de un producto con otro. Muchos clientes se inclinan por una marca específica, pero el mercado exige buscar opciones, ya que los precios varían y el ferretero debe tener en su negocio todo tipo de marcas para ofrecer, por supuesto de buena calidad.

En el mercado cada día, se han ido introduciendo diversas marcas nuevas, así como diferentes calidades de destornilladores. De ahí la importancia de la variedad, que únicamente con el tiempo demostrará la dura-

bilidad requerida, porque es el desempeño del producto lo que va a demostrar la calidad. Tanto a un cliente como a usted, les interesa la calidad,

ofrézcala, tomando en cuenta los tres factores que hay, para reconocer un destornillador de calidad. Es fácil. TTT



La solución para las Gateras



cumbrero



jointa



ductos



carrocería



cableado



chimeneas



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

Bi-metal, 8% de cobalto, Made in U.S.A.

DISTRIBUIDO POR
Torneca
18.000 TIPOS DIFERENTES DE TORNILLOS
207-7777

PINCELADAS



Ferias benefician ferreteros

Las ferias ferreteras son beneficiosas para todo negocio ferretero al cien por ciento, en eso coinciden algunos propietarios de ferreterías, además de asegurar que dada la importancia que representa este tipo de actividad, no se puede faltar. “En las ferias se pueden hacer negociaciones y hasta se encuentran descuentos especiales”, aseguró José Manuel Villalobos, uno de los propietarios de la ferretería MAFLOR.

“Las ferias son una excelente oportunidad para dar crecimiento al negocio”. Floribeth Villalobos, Propietaria de Ferretería Maflor.

Rodolfo Vargas, uno de los propietarios del Depósito de Materiales y Ferretería Los Ángeles contó que 22 días antes de la Expoferretera ellos dejan de comprar, para aprovechar las promociones y descuentos que ofrecen tanto en productos tradicionales como nuevos. Por su parte Floribeth Villalobos, otra de las propietarias de MAFLOR dijo que ellos siempre asisten a todas las ferias que realice el segmento ferretero,

porque son una excelente oportunidad. “La pasada feria de Abonos Agro estuvo muy buena”, comentó Villalobos. Los diversos propietarios de los negocios, coinciden en que en las ferias se puede encontrar de todo, como promociones, productos nuevos, así como el contacto directo con los proveedores. “Esperamos novedad, innovación en productos, buenos precios y promociones en la próxima Expoferretera”, dijo José Manuel. **TTT**



Kimberly Clark busca conquistar ferreterías

La empresa Kimberly Clark está innovando en el mercado, con la introducción de una nueva gama de productos de gran calidad, desempeño y con avanzada tecnología de fabricación, que buscan ofrecer nuevas soluciones a los clientes que llegan a su negocio. Le invitamos a conocer estos productos que Kimberly Clark mostrará en la expoferretera, saque tiempo y dese la vuelta por los stands de esta empresa para que observe y compruebe usted mismo los usos y beneficios que le ofrecen estos productos y que estarán disponibles para el mercado ferretero. Algunos de los productos que usted podrá encontrar son: una crema desengrasante que no requiere de agua, llamado Kimcare Waterless, especial para retirar grasas y aceites de las manos de las personas que manipulan maquinaria, herramientas. De acuerdo con Sofia Barquero, encargada de mercadeo de la línea institucional de la empresa, este producto elimina completamente las grasas, “después de utilizado no es necesario lavarse las manos, es ideal para mecánicos”, señaló Barquero. Otro producto que encontrará es el Wypall X80, es un tipo de trapo absorbente lavable y reutilizable, altamente resistente y absorbente, no adquiere olores, ni desprende pelusa es perfecto

para la limpieza de máquinas, herramientas, superficies de todo tipo en talleres o negocios del segmento ferretero. “Al adquirir este producto se obtienen múltiples beneficios, ya que son productos diseñados para soportar trabajos pesados a nivel industrial pero ahora son empacados en conteos más bajos y económicos para ponerlos al servicio de las hogares, talleres y ferreterías”, indicó la encargada de mercadeo. Para brindar seguridad, esta empresa está introduciendo al mercado guantes industriales de nitrilo marca Kleenguard G-40, los cuales son especiales para realizar trabajos minuciosos, por sus características de flexibilidad y confort, adicional su recubierta de nitrilo ofrece resistencia a corrientes de bajo voltaje. Se encuentran disponibles en diversidad de tamaños y son de nylon, ofrecen una excelente resistencia ante la abrasión y corrosión, perfecto agarre y brindan comodidad al usuario porque no llevan costuras. Así que ya lo sabe, las líneas de limpieza y seguridad van más allá de lo tradicional y la gama de opciones se han ampliado para los diferentes usos. No deje pasar la oportunidad de ofrecer innovación en su negocio e incorpore ya los productos de Kimberly Clark en su portafolio. **TTT**

UNIVERSAL DE TORNILLOS Y HERRAMIENTAS S.A.
SU TORNILLERO DE CONFIANZA

nuevo FAST

FAST DRILLS **FAST ODIES** **FAST TAPS**

La herramienta de corte de mayor eficiencia, más rendimiento a menor precio.

Fast Drills: Brocas de Cobalto para Metal H.S.S.
Fast Dies: Dados Tarraja para Roscas H.S.S.
Fast Taps: Machos para Roscas H.S.S.

Importador y Distribuidor exclusivo Universal de Tornillos y Herramientas S.A.
Tel. (506) 222-7676 • Fax. (506) 256-4090 • Mayoreo: 222-1333.
Apdo. 4569-100 La Uruca
ventas@unitorni.com • www.unitorni.com

Lanzamiento en **EXPO FERRETERA**
Con grandes descuentos de introducción al segmento de negocios.

MACHETES IMACASA

CERTIFICADO DE CALIDAD

Hoja de acero indestructible.

LOS ORIGINALES

Identifíquelo por su viñeta amarilla original.

Filo duradero.

Busque logo Imacasa sellado de garantía.

Original cacha indestructible, fundida a la hoja.

N° 808

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA. ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

PINCELADAS



Nuevo medidor digital

El mercado ha ido innovando constantemente en la introducción de productos que facilitan las labores y brindan mejor confort. El medidor de distancia, le traerá muchas ventajas a sus clientes. Si usted aun no lo tiene, no pierda más tiempo y comercialice con esta novedad. Recuerde que en cualquier momento un cliente podría llegar y preguntarle por éste.

El medidor de distancia marca Strait Line por medio de su tecnología permite hacer mediciones altamente precisas.

Rompa con lo tradicional, las nuevas tecnologías llegaron para quedarse y los clientes buscan soluciones que brinden rapidez y seguridad que satisfagan sus necesidades.

Este medidor de distancia es como una cinta métrica, pero digital, que con un punto láser indica de manera clara y precisa el punto de medición, además de permitir el cálculo de área y volumen en pies cuadrados.

Esta tecnología es de onda sónica y tiene la capacidad de medir la distancia de hasta 15mts (50ft), con solo el toque

de un botón.

La memoria del medidor es excelente, ya que permite conservar hasta 5 mediciones, con una precisión de un 99.5% en distancia de 15mts (+/-1 pulgada)

El producto es de la marca Strait Line, que significa línea recta y se especializa en la manufactura de herramientas con tecnología láser para hacer los trabajos de medición y de diseño de una forma más rápida y precisa.

Estos productos se pueden adquirir por medio de la empresa Capris y Transfesa. **trr**

Ingenio para las ventas

Mucho se ha dicho que muchas veces hay que valerse del mayor ingenio para conseguir buenas ventas.

Un elemento clave es la forma en que usted pueda exhibir sus productos, sobre todo si la forma de exhibirlos es verlos en pleno funcionamiento.

Esto se dificulta más cuando los productos para exhibir son grandes y se cuenta con espacios pequeños.

Uno de los negocios que precisamente ha logrado innovar en las formas de exhibición ha sido la Megaferretería Epa, pues tanto

en productos grandes y pequeños, han hecho que los clientes tengan ese contacto con el producto en pleno funcionamiento. Un ejemplo claro es la exhibición de las puertas, ya que el cliente sencillamente puede observar de cerca cómo se verían éstas una vez instaladas.

Esta estrategia evidentemente hace que el cliente pueda tener una decisión e mayor peso a la hora de efectuar la compra. Incluso el cliente puede observar las puertas con las cerraduras para tener una mejor idea. **trr**



En Epa han encontrado una forma muy original y novedosa de exhibir muchos de sus productos, como en este caso lo hacen con las puertas.

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.



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



Calidad en Productos de FERRETERIA con Respaldo y Confianza.

Con más de 15 Categorías para su Negocio



Jardinería - Herramientas Eléctricas
Ferretería - Construcción - Cerraduras
Electricidad - Plomería - Pintura

Contribuye
SOLDADURAS L.C.
Importaciones CASVI JLCR S. A.
400 Hrs. Norte, 13 Hrs. Oeste y 50 Hrs. Norte de Iglesia Católica
San José, Heredia, Costa Rica
Tel. (506) 260-4824 • Fax: (506) 260-4827
e-mail: soldad@casvi.com

COFLEX
CONECTORES FLEXIBLES

Exija la marca de los profesionales

PRODUCTO MEXICANO

plomer
accesorios

COFLEX
Innovación en Plomería

GIL COTO NAVARRO REPRESENTACIONES, S.A.
P.O. Box 7093-1000. De La Pop's de Curribadat 50 Este,
300 Norte, 450 Oeste. San José, Costa Rica. Tel: 506-225-8403

www.coflex.com.mx

PINCELADAS

Grupo Indianápolis S.A., entra fuerte a Expoferretera

Un amplio abanico de opciones, de las diversas líneas ferreteras de alta calidad, garantía y respaldo ofrece el Grupo Indianápolis S.A., con un concepto diferente, que según Douglas Jiménez, Gerente de Ventas de Indianápolis, envuelve lo tradicional del mercado con una tecnología de alta calidad, cómoda y práctica.

Indianápolis tiene 27 años de estar presente en Costa Rica y ha ido consolidándose con firmeza, según Jiménez, gracias a las alianzas estratégicas que han implementado con proveedores como Black & Decker, INCO, Guinovart, Herragro, Induma, Hecort y otros.

Por medio de esas alianzas, la constante innovación e introducción de productos demuestran la diversificación que ha logrado esta empresa.

Grupo Indianápolis S.A., estará presente en la Expoferretera 2007, para ofrecer a los clientes un servicio de calidad, excelentes precios de feria y una gran cantidad de valores agregados. "Las ofertas estarán enfocadas en innovación, descuentos atractivos y producto de calidad", aseguró Jiménez.

Así que usted está invitado a darse la vuelta por el stand de Indianápolis y saque tiempo para que le pueda sacar provecho a la cantidad de beneficios que ofrecerá esta empresa. **TTT**



Grupo Indianápolis posee una extensa línea de productos que lucirá en Expoferretera.

EXPERTO

Por Diego García
Gerente de Ventas de Torneca



¡Sea un estratega y venda más!

En este segmento de mercado, hay una serie de factores importantes que inciden en lograr o perder la compra de un cliente; sin embargo, me gustaría resaltar cuatro factores básicos y que considero cruciales para lograr una buena venta.

Es primordial la atención que el vendedor le dé al cliente, porque más que un dependiente, debe ser un asesor, que tenga la capacidad de escuchar y recomendar. Está claro que los clientes llegan a un punto de venta porque tienen una necesidad, y precisamente es ahí donde debemos aprovechar ese factor, convirtiendo esa necesidad en la nuestra.

Definitivamente, le corresponde al vendedor dar lo mejor de sí, de esta manera el cliente se sentirá satisfecho, si éste es bien atendido, es un hecho que va a regresar. Para los clientes que les damos el servicio de entrega, otro factor de peso es el tiempo de respuesta rápido que ofrezcamos. Brindar servicio de calidad puntual hace que nuestros clientes nos prefieran.

Un aspecto muy importante y muy de la mano con el anterior, es el conocimiento del vendedor en cuanto a las líneas de productos, la actitud personal y la manera de expresión.

De ahí la importancia de la capacita-

ción constante que se le debe brindar al personal que tenga relación con los clientes, tanto de los productos que ofrecemos como en relaciones interpersonales.

Crecimiento

El objetivo es que las ventas vayan creciendo, y otro factor aunado con los anteriores, es comercializar productos que ofrezcan estándares de calidad, y que brinden una constante diversificación e innovación. Debemos disponer de una gama variada de productos, esto con el objetivo de que el cliente encuentre lo que necesita en el negocio. Por supuesto que el factor precio es importante, pero este queda en un segundo plano, mientras los factores anteriores se cumplan.

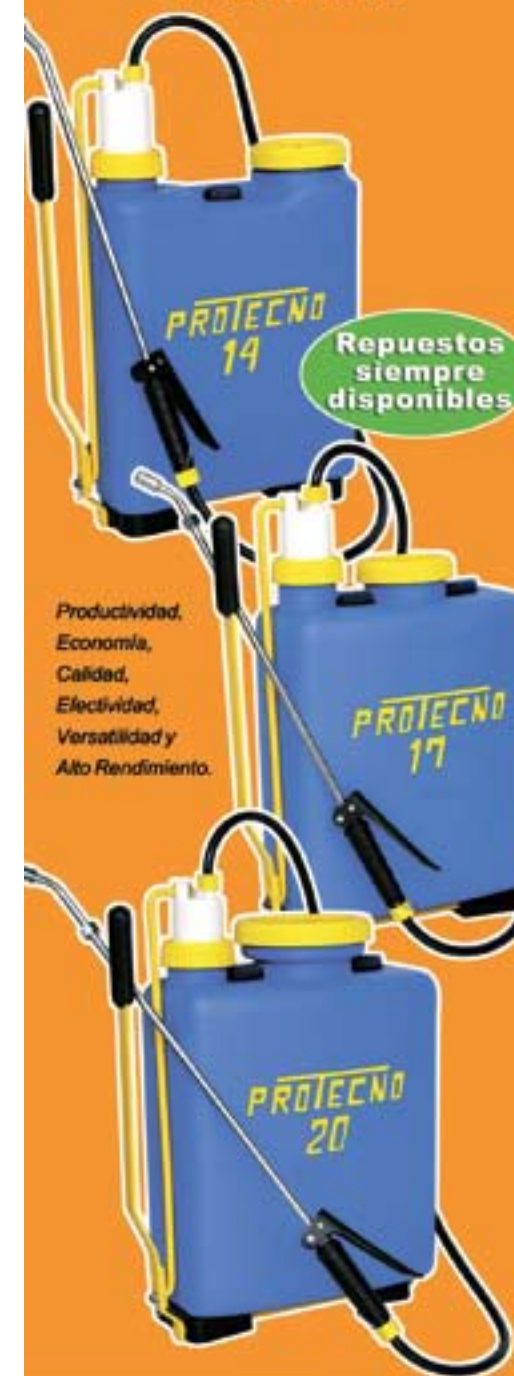
Así que, asesore a sus clientes, capacite a su personal, brinde un servicio excepcional, y ofrezca diversificación e innovación con precios competitivos. Recuerde que lograr aumentar las ventas es un trabajo en conjunto, por lo que los objetivos igualmente deben ser en conjunto.

En el tiempo de respuesta y en la capacidad de brindar una adecuada comunicación, está la clave de que usted incremente las ventas en su ferretería.

¡Tome nota! **TTT**

PROTECNO

LIDERES EN ROCIADORES DE MOCHILAS



imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

MERCADEO

Trabajar en equipo (II Parte)

El trabajo en equipo es parte del éxito que poseen las empresas. Saber implementarlo y potenciarlo es la clave para competir en cualquier mercado.

Capacitar, capacitar y capacitar

Los equipos especializados reciben capacitación permanente. Los profesionales de la medicina deben recurrir a continuada capacitación para mantenerse al día en sus conocimientos. Se estima que un profesional, que no renueve sus conocimientos al menos

cada tres años, se queda obsoleto en sus habilidades.

Muchos empresarios estiman que invertir en capacitación de su personal, de ventas especialmente, es un gasto innecesario. No lo ven como una valiosa inversión en el activo más importante que tiene toda organización: sus recursos humanos.

Otros empresarios, pretenden que una charla de dos o tres horas es suficiente para cambiar actitudes, desarrollar lealtad y aprender técnicas. Se olvidan que un programa de capacitación parte haciendo un diagnóstico de las necesidades individuales. No todos los integrantes de un equipo son iguales y se encuentran en igual situación. Lograr integrarlos a la cultura de la empresa, puede ser largo y difícil.

Participación en el grupo

La idiosincrasia conductual de los individuos puede perjudicar a un equipo. Un integrante puede guardar silencio absoluto en una reunión, y hacer críticas fuera de ella.

En un equipo de mercadeo de

línea de productos combinada, a cada integrante le puede resultar difícil, hacer a un lado sus preocupaciones de la línea de productos a su cargo, para participar activamente en el grupo.

Interacciones de grupo

Con dos o más personas en un grupo, necesariamente se tiene diferencias de opinión, estilos, ritmos de trabajo, niveles de educación y experiencia, maneras de aprender, todo lo cual puede originar conflictos interpersonales. (Piense solamente lo que cuesta integrarse con su pareja, ya sea su novia o esposa).

Las formas en que los miembros de un equipo interactúan entre sí deben fortalecer en todo momento la confianza, la clarifi-

cación de metas y la toma de decisiones, aspectos esenciales en todo desempeño de alta productividad.

Ver el todo y no el detalle

Los miembros de un equipo deben mantener lo que los psicólogos industriales llaman "conciencia situacional", es decir, deben ver primero el todo, y después los detalles.

Para ver la reacción de los miembros de un equipo y demostrar la importancia de este punto, se hace en un pizarrón totalmente limpio un punto grande en el medio del mismo. Luego se pregunta a cada uno de los participantes lo que ven en el pizarrón. La gran mayoría menciona que ven un "punto".

La verdad es que muy pocos ven todo el tremendo espacio en blanco, no manchado del pizarrón.

Todos estamos muy orientados a ver el detalle, a veces intrascendente y banal. Cuando se trabaja en equipo se debe ayudar a reforzar la percepción de la imagen global y dar a los detalles una prioridad secundaria.

Conclusión

Si usted nota evidencias de problemas de equipo en diferentes áreas, le ofrecemos un solo consejo: consulte a su médico. Obtenga ayuda de un experto interno o externo: un consultor de proceso o un consultor de desarrollo organizacional. **TTT**



Pinturas CELCOLOR

Pinturas para uso Doméstico, Profesional e Industrial.
Acabados para Maderas tipo Nitro y de Poliuretano, Barnices, Tintes.
Acabados Automotrices, Adhesivos y Disolventes.

con la garantía
CELCO

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



KleenGuard®

Usalos. Amalos.

Guantes Recubiertos G40

- Excelente destreza en trabajos con objetos pequeños.
- 25% más de productividad vs los guantes de cuero.
- Comodidad y movilidad por ser de nylon.
- Sin costuras para un mejor ajuste.
- Recubiertos con nitrilo sirviendo como aislante de corriente de bajo voltaje.
- Alta Resistencia a la abrasión y corrosión.
- Brindan un excelente agarre inclusive en aceite y grasa.

Más información:
www.kcprofessional.com
Costa Rica (506) 298-3183, Guatemala (502) 7888-8100
El Salvador (503) 2319-4551, Honduras (504) 574-8966
Nicaragua (505) 266-6330, Panamá (507) 360-0420

Kimberly-Clark Professional

¿Vender solo una vez?



Si hay algo que debemos tener hoy en claro en el Departamento Comercial de una empresa es que cada día más las compras automáticas son las que permiten la supervivencia.

Las ventas que se logran sin esfuerzo. El cliente llama y la empresa despacha el pedido. Hay muchos ejemplos de empresas que han quebrado vendiendo. Empresas que vendían obteniendo como resultado de esas transacciones un margen de contribución pobre o negativo, en algunos casos producto de un gasto elevado en el esfuerzo de comercialización

o directamente siendo víctimas de sus clientes como es el caso del supermercadismo. Diariamente buscamos captar nuevos clientes. ¿Cómo lograr que individuos que tienen el mismo perfil de los que ya nos compran se decidan por nosotros? Pero... ¿pensamos alguna vez que la solución probablemente esté sobre nuestro escritorio, dentro de nuestra propia com-

putadora? Analizando esta idea y los números de la empresa nos daremos cuenta que la venta que se realiza a un nuevo cliente tiene para la empresa un costo elevado, y es cuando éstas compras se repiten (o la necesidad de servicio que surge después de haber comprado el producto) donde se genera la verdadera rentabilidad. Después de todo este es el verdadero objetivo que deberíamos buscar: que se repitan las ventas. Cuando preguntamos en algún seminario a los empresarios si conocen cuál es el costo de una entrevista de sus vendedores, en el 90% de los casos nos miran sin entender qué les estamos preguntando. Debemos conocer estos datos con exactitud, ya que afectan directamente la rentabilidad de cada operación.

Si para poder cerrar la venta de un producto de 500 pesos se hicieron diez llamados, los vendedores concertaron tres reuniones y conocemos con anticipación que el cliente nos va a comprar por única vez, hemos hecho un pésimo negocio.

Fuente: Mercadeo.com

Vale la pena repasar algunos de los puntos que podrían llegar a ser los pilares de nuestra próxima Estrategia Comercial.

A. En este nuevo milenio no hay muchas opciones, debemos retener al cliente y fidelizarlo, ofreciéndole lo mejor (el mejor producto, el mejor servicio, la mejor atención), este es el verdadero negocio al que tenemos que apuntar.

B. Desarrollar las estrategias necesarias que lleven a nuestro cliente a aumentar su frecuencia de compra.

C. Estudiar la posibilidad de venderle nuevos productos, ya que al comunicarnos asiduamente conoceremos qué otras soluciones busca, y estas-remos cerca para ofrecérselas.

D. Si está conforme con nuestro servicio sus amigos podrán convertirse rápidamente en nuestros clientes, casi sin esfuerzos, únicamente con una llamada suya de recomendación.

E. Antes de salir a captar nuevos clientes y gastar mucho dinero en el camino, nos quedaría aún pensar en los que se fueron (los ex-clientes), analizar por qué no volvieron más, e ir a buscarlos.

F. Ofreciéndoles corregir los errores pasados. Las estadísticas nos muestran que más del 68% de los clientes que se alejan lo hacen por indiferencia de la empresa o del personal de contacto.

Reflexionemos y logremos con rapidez aumentar la rentabilidad de nuestras ventas. **TYT**



El servicio es un mandamiento

Implemente servicio de calidad en su negocio. Siga los pasos de los 14 mandamientos y de la agenda de servicio al cliente y ponga a su negocio como una empresa diferenciada en el mercado.

Por Milagro Arias R

Los clientes son el elemento más importante para toda empresa, son ese factor que se hace más que indispensable. Un negocio sin ellos está destinado a la quiebra. Está comprobado, según estudios de mercado, realizados alrededor del mundo, que el éxito y posicionamiento de un negocio depende del servicio que se le brinde al cliente. Todas las ferreterías, depósitos de materiales o tiendas especializadas, así como los proveedores, los mayoristas y fabricantes brindan servicio. Alguna vez se ha preguntado: ¿si está ofreciendo y recibiendo servicio de calidad? Llegó el momento de que empiece a evaluar hacia qué camino lleva su negocio. Queremos ayudarle a direccionar ese establecimiento que usted maneja. Tome nota por qué para dar servicio no hay secretos. Cristóbal Pérez, Experto en

Economía Internacional y Estrategias Empresariales, explicó que un paradigma empresarial que ha calado en la sociedad costarricense es el servicio al cliente como fuente de fortalecimiento empresarial y crecimiento de la rentabilidad de las empresas. En el corazón de esta estrategia está la firme creencia de que la empresa transforma al cliente en el principal beneficiario de sus actividades, según Pérez, además de llegar a ser el protagonista de sus estrategias. "Para potenciar el servicio al cliente como un instrumento estratégico y no una palabra de moda tenemos que indicar qué hacer en la empresa", aseguró el consultor. Al cliente hay que hacerlo sentir a gusto, de acuerdo con Edwin Barquero, Administrador de Empresas y Funcionario de la empresa Baxter, del departamento de servicio al cliente, lo más importante es suplir a un cliente de las necesidades que

requiera. "Debemos tomar en cuenta que nosotros también somos clientes y debemos brindar el mismo trato que quisiéramos recibir", indicó Barquero. Es importante que los ferreteros recuerden, indica Barquero, que siempre un cliente intenta determinar si la empresa que usted representa es capaz de responder a sus necesidades.

Pruebas con estrategia

Estrategias hay muchas, sin embargo, usted debe saber utilizar las adecuadas. Edwin Barquero recomienda que para brindar un servicio al cliente eficiente primero que nada se debe tomar en cuenta el proceso de ventas, que debe ajustarse al proceso de compra del cliente. En este segmento, hay empresas que venden a empresas grandes o medianas; pequeñas empresas que venden a otras pequeñas empresas y pequeñas empresas que venden al

consumidor. Así que depende del servicio que se brinde, esa cadena de ventas manifestará por sí sola el éxito o por el contrario el índice de satisfacción del cliente empezará a caer y ese no es precisamente el objetivo. Freddy Brenes, Propietario de la Ferretería Brenes, en Heredia asegura que para lograr el éxito no hay secretos, además de reconocer que en el servicio al cliente está la clave. "Nuestro personal está bien organizado, tenemos jefes, auxiliares para clientes y brindamos una capacitación constante a los empleados, así podrán ayudar al cliente a tomar decisiones oportunas y lograr la venta", contó Brenes. El propietario de la Ferretería Brenes está seguro que su negocio ha obtenido mucho éxito gracias al calor humano que se brinda en su establecimiento. "No somos de autoservicio como muchos, nos hemos preocupado por reforzar el servicio



EN CONCRETO

personalizado. Así seguiremos siendo la opción ferretera nacional más surtida, consolidándonos cada día, porque pretendemos seguir creciendo”, aseguró Brenes.

La Ferretería Maflor, en Tibás, es un negocio que ha crecido mucho y como toda empresa, reconocen que el éxito es el resultado del buen servicio.

José Manuel Villalobos, Encargado de Venta al Detalle de Maflor contó que ellos tienen clientes que se han ganado el derecho de piso “es que son clientes que han permanecido por más de 15 y hasta 20 años”, dijo.

En Maflor brindan como parte del servicio mucho valor agregado. Ofrecen asesoramiento en todo lo que un cliente necesite, disponen de asistencias



José Manuel Villalobos, Encargado de Venta al Detalle de Maflor indica que buscan darle un servicio diferenciado al cliente. “Tratamos de satisfacer sus necesidades y más”.

Mandamientos

- 1 Convertir el servicio al cliente en una cultura, un nuevo estilo de conducta en la conducción de la empresa
- 2 El futuro está lleno de riesgos y oportunidades. El referéndum del CAFTA, por ejemplo. El servicio al cliente nos prepara de la mejor forma para comprender las necesidades del cliente y la sociedad que están unidas indisolublemente.
- 3 Trasformar nuestra empresa en una institución de la sociedad que dote de coherencia, orden y estabilidad al entorno, dándole confianza a nuestros consumidores de la calidad, confianza y buen servicio de nuestros productos.
- 4 El servicio al cliente significa que los consumidores reciben parte de nuestra riqueza, compartimos la riqueza social fortaleciendo la confianza y la fe en el futuro.
- 5 El cliente quiere encontrar su propia satisfacción, ensayemos un ataque directo al conformismo de las empresas productoras en masa. Compartir las ilusiones y necesidades del cliente fortalece nuestra imagen empresarial.
- 6 La empresa avanzada tiene como base la satisfacción completa del cliente, la creación de riqueza para el cliente. Una cultura avanzada es producto de una sociedad avanzada.
- 7 Construir una cultura de servicio al cliente significa moverse con rapidez, inducir a proveedores y distribuidores en la misma dirección.
- 8 En la sociedad existen muchos grupos de interés que buscan obstruir el cambio, que hacen lo posible por obstruir las reformas o por lo menos retrasarlas. El servicio al cliente como cultura de construcción innovadora se impone no gracias al apoyo de los grupos de presión, sino pese a ellos.
- 9 El servicio al cliente es intangible. No podemos ver ni tocar y está en los que atienden a los usuarios darle la mejor implementación.
- 10 El servicio al cliente no es lineal. Cuando proveedores, distribuidores, clientes y la organización trabajan en la misma dirección, con la misma cultura los resultados se multiplican.
- 11 El servicio al cliente es relacional. Induce a crear redes de conocimiento de necesidades y deseos, a unir todos los segmentos del negocio hacia un fin de servicio a la comunidad.
- 12 Buscar una estrategia de servicio al cliente permite evitar el inmovilismo, el envejecimiento prematuro de las organizaciones.
- 13 El servicio al cliente evita la coartada para ocultar pequeños errores y defectos, para contener las críticas empresariales. Permite ver al futuro.
- 14 También contribuye a potenciar todas las energías y mejoras subjetivas del cliente interno y externo. Generalizando el protagonismo de la empresa en la sociedad y teniendo como sujeto la interacción empresa-consumidores.

del servicio



EN CONCRETO

técnicas, decoradores y hasta cuentan con una base de datos de trabajadores en las diversas áreas.

“Nosotros le recomendamos al cliente que necesita construir o instalar desde los productos hasta la mano de obra, si fuera necesario”, contó Villalobos.

¡Evaluése y no peque!

Determine qué elementos del proceso de ventas funcionan y cuáles no, a través de una respuesta inmediata de sus clientes.

Edwin Barquero, recomienda a los empresarios evaluar su negocio mediante algunos factores importantes, respondiendo las siguientes preguntas.

¿Ha aumentado el índice de satisfacción de los clientes? ¿Se sienten los clientes más inclinados a recomendar sus productos o servicios? ¿Se están generando nuevas oportunidades de ventas? ¿Se vuelven a repetir las operaciones comerciales?

“Es muy importante la capacitación en el personal, para que las empresas puedan brindar a los clientes un servicio de calidad, ofrecer la oportunidad a los empleados de algún curso de un segundo idioma es ideal, por la globalización”, explicó Barquero.

Una mala organización, la falta de integración de los procesos de ventas y servicios de atención al cliente, no contar con una adecuada base de datos, y dejar de brindar valores agre-



“No somos de autoservicio como muchos, nos hemos preocupado por reforzar el servicio personalizado”, indica Freddy Brenes (derecha), Propietario de Ferreteria Brenes.

gados, son algunos de los pecados que usted no debe cometer.

¿Son más exigentes sus clientes? ¿Le resulta difícil atraer y mantener clientes? ¿Le parece que su personal de ventas reacciona a veces con demasiada lentitud ante la aparición de nuevas oportunidades? ¿Considera que su personal de ventas no consigue proyectar una imagen profesional y constante? ¿Se vuelven obsoletos los datos de sus clientes, o terminan dispersos en distintos lugares de la empresa?

Si obtuvo más de dos respuestas positivas a las interrogantes anteriores definitivamente usted está pecando. ¡Cuidado! No pierda la dirección.

Ponga marcha atrás y cumpla con los mandamientos del servicio para que su ferreteria sea un negocio de éxito. Haga parte suya la agenda del servicio al cliente.

Agenda de servicio al cliente

- El análisis de la situación de nuestro mercado y los bienes y servicios producidos, y sus determinantes.
- El desarrollo de la investigación y de nuevas formas de comunicación y de intercambio de información sobre necesidades y expectativas del cliente.
- La participación de todos los sectores de la organización buscando las bases de equidad, consenso y solidaridad de la sociedad como método para satisfacer las necesidades del cliente.
- Participar en acciones concretas para mejorar la atención a grupos de población.
- Los principios de organización de una empresa de avanzada deben basarse en:
 - Orientación hacia el cliente
 - Mejoramiento continuo
 - Rápido aprendizaje
- La organización tiene que responder:
 - ¿QUÉ hace realmente la organización, cual es la razón de su existencia y qué fines persigue?
 - ¿CÓMO pretende alcanzar estos fines, de que forma se estructura?
 - ¿CON QUÉ medios cuenta para realizar sus actividades?
 - ¿QUIÉNES son sus clientes externos e internos, cuáles son sus relaciones de poder, actividad de influencia y las motivaciones que los impulsan?
 - ¿CUÁNDO actúan, en qué momento del ciclo de vida se encuentra la organización?
- La empresa tiene que innovar sus procesos y productos permitiendo mantener al cliente en una constante admiración por la variedad, el gusto y la satisfacción. **TYT**

PERFIL



10 años ofreciendo calidad

Cablesa electrónica amplió sus divisiones y está introduciendo nuevas líneas e innovando con productos de alta tecnología.

Innovando cada mes, con la diversidad de productos e introducción de nuevas líneas, de alta calidad, garantía, respaldo, de una empresa líder en tecnología, que ha crecido a través de los últimos diez años en nuestro país, Cablesa electrónica promete llegar tan alto como sus líneas y hasta tiene dos divisiones más: el Music Center by Cablesa y Cablesa Electrónica Nicaragua. Con confiabilidad, calidad, servicio, una atención personalizada, asesorías, la innovación constante y un inventario fuerte en los productos, esta empresa se ha logrado consolidar con fuerza. Prueba de ello, la nueva división de Cablesa Electrónica Nicaragua, que se abrió en Junio del 2006. De acuerdo con Ivonne Mena, Gerente de Mercadeo, en Nicaragua a pesar de ser

un mercado muy diferente, el resultado ha sido excelente. “Tenemos buenas expectativas, definitivamente podemos seguir creciendo ahí”, explicó. En los últimos 10 años, no solo Cablesa Electrónica ha surgido, también el Music Center by Cablesa, que es una división de instrumentos musicales y sonido profesional, donde además cuentan con una academia de música en sus instalaciones, según la Gerente de Mercadeo, son muchas líneas que ellos manejan y que muchos clientes no conocen. Debido a esa situación, Cablesa realizó una feria propia, en sus instalaciones el año anterior, “quisimos traer al cliente a Cablesa. Muchos nos decían que no sabían que vendíamos ciertos productos. Eso nos sirvió para evaluar que tanto saben los

clientes de nosotros”, dijo Ivonne Mena. Por el buen resultado de la feria, Cablesa seguirá realizándola todos los años, además de continuar brindando asesorías por medio de los representantes de las diferentes marcas, como lo han estado realizando, según Marco Ulloa, Gerente de Ventas, la capacitación será un programa continuo. “Los temas a desarrollar, se harán dependiendo de las últimas tendencias en cuanto a los productos, desde el mercado ferretero hasta nuevas tecnologías, como reproductores de MP4, es que nuestra línea es muy amplia”, aseguró la Gerente de Mercadeo.

Diversificación tecnológica

En Cablesa se han caracterizado por tener productos nuevos

cada mes, según Ivonne Mena, esa ha sido una de las metas primordiales. Han ampliado todas las líneas, no se han limitado únicamente al área electrónica. “Hemos ido cambiando con el tiempo, ofrecemos accesorios, desde tarjetas de memoria, de todo para cámaras digitales, para juegos, tenemos mucha novedad, traemos MP4, MP3, súper pequeños, además de llaves maya”, dijo Mena. La línea electrónica es muy extensa, de acuerdo con Ivonne, no se puede caer en el error de mantenerse igual, “hemos tratado de innovar teniéndole al cliente mucha novedad”, señaló Mena. Crear más divisiones, ampliando las líneas, con las nuevas tecnologías que presente el mercado, es una proyección que tienen en Cablesa, siempre con productos de calidad. **TYT**



PERFIL

“Olfa brinda mucha ventaja al cliente, por la calidad de sus productos, que es el resultado de diversos procesos”, Olger Barquero, Gerente de Ventas y Mayoreo de la empresa Guilá.

Olfa está reconocida internacionalmente desde 1956, al ser los pioneros en introducir las cutters en el mundo.

Olfa es un marca distribuida por Guilá, una empresa que tiene más de 50 años de gran trayectoria en la comercialización de productos, además han ido innovando y evolucionando conforme a los requerimientos que exige el mercado en todos los ámbitos. De acuerdo con Olger Barquero, Gerente de Ventas y Mayoreo de la empresa Guilá, Olfa brinda mucha ventaja al cliente, por la calidad de sus productos, que es el resultado de diversos procesos.

“Además Olfa ha ido innovando, logrando evolucionar a nivel internacional, eso lo demuestran los diversos premios obtenidos”, contó Barquero.

Diferenciación y competitividad

A su negocio de fijo llegan desde estudiantes, arquitectos hasta profesionales o industriales. Tenga qué ofrecer. Esta información le interesa.

Hay cortadores diversos, cuchillas de cuchillas, cutters, tijeras, entre muchos otros productos. Tome en cuenta que el uso determina la compra. Olfa diversifica,

brindando la mejor resistencia contra el oxido, además de ofrecer una larga vida útil.

Los cortadores para trabajos estándar disponen de cuchillas muy afiladas de larga duración. Son ideales para corte de papel, película, cartón, cuero, especiales para uso en áreas donde se requiere un control preciso y un corte detallado.

Para trabajos pesados, las cuchillas industriales es lo requerido, porque están diseñadas para realizar cortes en materiales duros como madera contrachapada o alfombras, así como en proyectos de bricolaje, aplicaciones industriales y para diversos usos en construcciones.

Más allá de la utilidad de los cutters rotativos, diseñados para usos textiles, cuero, este producto ha adquirido otros usos y se ofrecen en diversidad de tamaños o modelos.

La diversidad de Olfa es amplia, los cuchillos artísticos estándar, cuchillo artístico profesional, el stencil cutter diseñado para cortes de plantillas decorativas, el compás cutter especial para realizar corte de círculos en papel, cartón, cuero, etc. Acompañado por una gran ventaja que usted le dará al cliente: todos los modelos cuentan con sus respectivos repuestos.

Olfa es seguridad y variedad para profesionales y los que quieren serlo. **TYT**

Olfa indispensable en su negocio

Conquiste a sus clientes ofreciendo en su ferretería una marca de reconocimiento internacional y con el respaldo de Guilá.

Los productos Olfa 100% japoneses y de alta calidad están disponibles al mercado con garantía y durabilidad, ofrecen una amplia gama de opciones, para clientes exigentes que requieren diversas utilidades, desde lo más simple a lo industrial, desde lo liviano a lo profesional. Recuerde que un negocio debe brindar ventajas a sus clientes.

Tome en cuenta que una ferretería es visitada por todo tipo de

consumidor, que busca opciones de calidad. La competencia está esperando por lo que su negocio no abastece. ¡Así que tome nota! La ergonomía está presente en estos productos, los mangos plásticos de sus tijeras, cuchillas y gran variedad de cutters se hacen resistentes a los golpes o caídas, garantizando la durabilidad y seguridad que tanto busca el cliente. La amplia variedad de estos productos y su trayectoria es su carta de presentación. Y es que

Guilá
AL SERVICIO DEL ARTE Y LA TÉCNICA
LAS MEJORES MARCAS / LOS MEJORES PRECIOS

OLFA

CREANDO DESDE 1956

ADVANCED MODEL



Mango seguro que permite aplicar una fuerza de corte máxima

18 mm

L-5

25 mm

XH-1

COMFORT GRIP

18 mm

L5-AL

New 9 mm

XA-1

EXCEL BLACK
ULTRA SHARP BLADE TECHNOLOGY

Serie en diseño X con un mango cómodo innovador.

Con un mango cómodo recién diseñado y un pico de metal duro, las series en diseño "X" son productos de alto valor agregado recomendado especialmente para profesionales. El mango habilita una fuerza de corte máxima y seguridad.



DESIGN
Comfort Grip
SERIES

EN BODEGA

Reforzar las líneas ferreteras, ofrecerle al cliente más que variedad y calidad, con una garantía de por vida, además de mucha innovación, fueron los objetivos que se propusieron en Ferreterías El Mar, desde el momento que introdujeron la línea ACE, que se caracteriza por disponer de productos únicos y novedosos.

Hace apenas dos meses, las Ferreterías El Mar fueron abastecidas con 3 mil productos de esta nueva línea, que llegó para quedarse e ir más allá, pues conquistó clientes y apuesta por seguir creciendo.

De acuerdo con Francisco Murillo, Encargado de Compras Internacionales de Cofersa y Ferreterías el Mar, la alianza que se hizo con ACE fue para fortalecer las ferreterías. "Eso no se podría lograr únicamente con la compra local, si se quiere crecer no hay que limitarse a lo común", aseguró Murillo.

ACE ofrece artículos diferentes a los tradicionales, según Francisco, por eso buscaron la introducción, por la variedad, sin limitaciones, además de ofrecer mejores productos, calidad, excelentes precios y respaldo, brindando soluciones a los clientes con la gran gama de novedades.

"Hasta el momento hemos introducido 3 mil artículos, pero el objetivo es llegar los 8 mil productos", dijo Murillo.

Ya se remodelaron las ferreterías de San José y San Pedro, se acomodó todo por departamentos:



ACE refuerza El Mar

Con productos de alta calidad, respaldo y trayectoria internacional, innovando en el mercado, con artículos exclusivos, las Ferreterías el Mar se fortalecen con la alianza de ACE.

pinturas, herramientas, eléctrico, plomería, herrajes, hogar, jardín, automotriz, barbecue, camping. "Nos estamos diferenciando, porque ACE ofrece garantía de por vida en sus productos y un sistema que da un valor agregado, con mejores servicios. Es que cualquier cosa que nos pidan la traemos", explicó Murillo.

Más que crecimiento

ACE es una cooperativa, que fue fundada en Chicago, Estados Unidos, desde hace 80 años, con el objetivo de fortalecer el mercado internacional y lo ha logrado.

Su crecimiento se ha ido desarrollando alrededor del mundo, y quienes hacen alianzas con ACE son socios de la empresa, obtienen acciones y una serie de

ventajas para sus negocios.

Tienen acceso directo a sus catálogos de 120 mil productos, en todas sus marcas, a las fábricas y ferreterías del mundo. Es un sistema completo, en el que no hay limitaciones, porque se puede consultar lo que se quiera, hasta los productos que vienen en los contenedores, supervisando directamente el tiempo de entrega.

"Bajo la sombra de ACE vamos a seguir creciendo con los productos, vamos a expandir los negocios, siempre innovando. El resultado de las ventas desde que introducimos las líneas ha sido excelente, porque para nosotros el cliente es muy importante", puntualizó el Encargado de Compras Internacionales de Cofersa. **TYT**

La alianza que se hizo Cofersa con ACE fue para fortalecer sus ferreterías. "Eso no se podría lograr únicamente con la compra local, si se quiere crecer no hay que limitarse a lo común", aseguró Francisco Murillo, Encargado de Compras Internacionales de Cofersa.

FORCE[®]

Tenemos las herramientas que usted necesita



Central telefónica 8000 Capris (227-747)
Grupo Ferretero: 519-5050

www.capris.co.cr



Secretos del adoquín

Tienen un alto soporte, ofrecen una larga vida útil y hay variedad en diseños, tamaños, colores. Los adoquines además, brindan estética a las construcciones de los clientes.

Representan una magnífica solución para el proyecto de aceras, calles urbanas, espacio público y otros usos diversos... Los adoquines; entre estructuras y diseños arquitectónicos, ofrecen una larga vida útil, los hay de diferentes tipos, son fáciles de quitar o de colocar de nuevo, sin perjudicar el pavimento. Hasta son producidos en diversidad de colores. Una de sus ventajas es que no hay que bachear cuando es necesario hacer un arreglo a las cañerías.

Empresas como Pedregal, Concreto Industrial y Productos de Concreto, fabrican y distribuyen adoquines, en diversidad de estilos, tamaños y colores, así como la empresa Concreto Coloreado, de Don Benito Dessard, que comercializa los pigmentos o colores para los adoquines.

Según Rolando Aguilar, Gerente de Ventas de la empresa Concreto Coloreado, ellos fabrican mezclas de múltiples colores, "son fórmulas realizadas y dosificadas que pasan por un adecuado control de calidad. No fabricamos adoquines, solamente los colores y sus mezclas".

El tiempo de respuesta es rápido, por parte de la empresa de Don Benito Dessard, para suplir colores atractivos a los fabricantes estructurales.

Los adoquines superan en múltiples ventajas la utilización del asfalto, según los ingenieros, Jorge Solano y Marvin Moya, Director Técnico y Coordinador del Área de Pavimentos, respectivamente, del Instituto Costarricense del Cemento y del Concreto (ICCYC).

Los expertos del ICCYC señalan que no afecta la resistencia al implementar color en el adoquín, "más bien es otro factor de estética que alienta la escogencia de los pavimentos de adoquín como solución estructural y arquitectónica", indican.

Y es que, el pavimento de adoquín puede catalogarse como un pavimento de estructura flexible, que distribuye las cargas de la capa de ruedo a la base y a través de ésta, mediante el contacto y trabazón entre partículas, hasta la sub-rasante (nivel del suelo natural), según los ingenieros del ICCYC.

De acuerdo con los expertos, versus el pavimento asfáltico, los pavimentos segmentados de adoquines son mucho más durables en condiciones de diseño equivalente, por cuanto poseen una mayor resistencia a las cargas concentradas y a los ataques de agentes del intemperismo, como los derrames de aceite, combustibles, o la abrasión.

Variedades de soporte

Los pavimentos de adoquines se diseñan como cualquier otro tipo de pavimento, con capas de soporte como sub base y base, según los expertos del ICCYC. Los espesores de las capas de soporte, así como del adoquín mismo, dependen del tipo de suelo y del tránsito que soportan.

Los ingenieros Jorge Solano y Marvin Moya explicaron que es común el empleo de adoquines de 60 mm de espesor en calles con tránsito vehicular liviano de hasta 50000 ejes estándar en el periodo de diseño, de adoquines con espesor de 80 mm para todo tipo de tránsito vehicular, y 100mm o más para usos particulares de tránsito muy pesado, como puertos, zonas de carga y descarga, patios de contenedores.

Miguel Zamora, Agente Vendedor de la empresa Pedregal explicó que ellos venden diversidad de estilos de adoquines, además de ofrecerlos en colores como gris, terracota y amarillos. Los hay rectangulares en 8 y 6 cm de espesor, el alemán en 8 y 10 cm, así como el greco estampado en 8 cm, además del uni-stone y uni-decor en 8 cm de espesor.

Zamora contó que Pedregal también dispone de la loseta

peatonal que presenta un tamaño de 40x40, mientras que el espesor es de 4cm de grueso.

Usos de excelencia

El ingeniero Rolando Madriz, de la empresa Cemex, dice que los adoquines de concreto son un producto muy utilizados en nuestras construcciones de hoy como unidades individuales que componen estructuras como aceras, carreteras e inclusive en otros países, se usan para construir pavimentos de tránsito pesado como los aeropuertos.

También los adoquines de concreto tienen una larga duración semejante a la del concreto, según los ingenieros del ICCYC, indican que como dato histórico se tiene que los adoquines usualmente se diseñan para periodos de 20 ó más años, teniéndose ejemplos de estructuras que han durado en buen estado y prestando servicio 50 ó más años en países como Holanda o Bélgica. "También en Costa Rica, se tienen casos de pavimentos de adoquines de más de treinta años, como es el caso de la ciudad de Abangares", indican los ingenieros del ICCYC.

Es de suma importancia recordar que la calidad de un adoquín



también depende del diseño del concreto, según el ingeniero de Cemex, así como de los controles de calidad que posean los fabricantes, ya que un cemento certificado y con propiedades de resistencias iniciales altas no le asegura al consumidor final que el adoquín es de buena calidad.

"Por lo que se recomienda en todos los casos, sin importar el tamaño de la obra, solicitarle al productor garantías de calidad del adoquín. En el caso de CEMEX, el cemento de alta resistencia inicial SANSON 4000 es el más recomendado para fabricación de adoquines", dijo Madriz. Esto, según el ingeniero de Cemex, porque SANSON 4000 posee 2 certificados, el del Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO) y el ISO 9001:2000 para Sistemas de Gestión de la Calidad; que le facilitan al productor el control de calidad y habilitación rápida de sus moldes y al consumidor final comprar adoquines que le permitan construir las obras con calidad y seguridad. Para los ingenieros del ICCYC, el cemento es un componente impor-

Pavimento de adoquines ventajosos

Se puede fabricar localmente, propiciando una disminución en los costos y una generación de empleo. Una vez alcanzada su resistencia, se puede almacenar adecuadamente por bastante tiempo sin que sufra en nada su calidad y su posterior empleo. Se puede colocar mediante la participación de personal con poca experiencia, guiados por un buen inspector, lo que también repercute en la generación de empleo y en la reducción de costos. Su diseño se puede adaptar a múltiples formas y colores. Es fácil de cargar, transportar y colocar. Fuente: ICCYC

tantísimo en la fabricación de los adoquines, por lo que es de suma importancia que el mismo cumpla con las especificaciones de calidad que le atañen. **TYT**

PALAS CLASSIC IMACASA

ISO 9001 CERTIFIED

- Punta cuadrada profunda
- Punta cuadrada plana
- Mango robusto fijado y barnizado.
- Anillo de refuerzo para mayor seguridad
- Asa nueva ergonómica para mejor agarre.
- Busque logo Imacasa sellado de garantía.
- Original hoja indestructible.

LAS ORIGINALS

imacasa

DESAFIANDO EL TIEMPO... POR SU CALIDAD

MARCA ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA
www.imacasa.com

WAGNER
BRAKE PRODUCTS



Líquido de Frenos



Bujías para Chapeadoras
y moto guadañas

...y muchos productos más!



Tel: (506) 240-2010 • Fax: 236-5529
apdo: 167-2150 Moravia
www.gruporere.com.

BAJO TECHO

Reñido mercado de canaletas

Los valores estéticos crecen a pasos agigantados. Las canaletas se convierten en un producto altamente buscado por los clientes casi a diario, por lo que los negocios no se pueden dar el lujo de dejar ir a los compradores con las manos vacías.

Son ideales para soluciones de cableado, brindan seguridad, buen confort y son un excelente negocio para las ferreterías. No descuide su inventario y ofrezca a sus clientes canaletas de calidad. Procure tener siempre en su inventario este producto.

Las canaletas ofrecen flexibilidad, seguridad y son ideales para soluciones de cableado estructurado, algunas hasta permiten compatibilidad total entre redes de fuerza y datos.

Eagle Centroamericana S.A., tiene 2 líneas o marcas de canalización JSL y EfaPel, y se ofrecen en diversidad de tamaños y son de la mejor calidad.

De acuerdo con Esteban Chaves, Encargado de Mercadeo de Eagle Centroamericana, la línea JSL es la más importante en ventas y participación de mercado.

La empresa Bticino distribuye las canaletas de la marca Legrand y Bticino, además de microcanaletas y minicanaletas.

La canaleta Legrand ofrece el sistema DLP, su resistencia permite intervenir la tapa muchas veces y por distintos profesionales, la canaleta y tapa flexible no se quiebra ni se deforma.

Soluciones eléctricas ideales

La canaleta JSL, de Eagle Centroamericana ha sido concebida para responder a la mayoría de las situaciones que se puedan

dar en las instalaciones eléctricas, está disponible en 10 dimensiones diferentes y son de color blanco.

Están fabricadas en PVC estabilizado UV, con baja emisión de humos, tienen el cuerpo del canal y minicanal fuerte y duro soportando con facilidad las pequeñas irregularidades de las paredes o el techo.

Según el Encargado de Mercadeo de Eagle, sus características demuestran las ventajas que el producto puede ofrecer al cliente, además estas canaletas tienen la tapa montada a presión, la que es muy segura y fácilmente desmontable para permitir el mantenimiento o alteración en los cables instalados.

La línea de canaletas EFAPEL, adicionalmente a las características de la línea JSL, ofrece una gama distinta de medidas especialmente en grandes tamaños para aplicaciones de cableado estructurado donde además agrega el accesorio de ángulo variable, especialmente útil en este campo de aplicación.

El material del que son hechas no propaga la flama, tiene baja emisión de humos y los mismos no son tóxicos para las personas.

El nuevo sistema DLP de Legrand, distribuido por Bticino, permite integrar en una misma canaleta fuerza y datos, a través de sus distintos accesorios, a la vez ofrecen una solución completa para el cableado estructurado y están disponibles en 6 tamaños diferentes. ■■



¡Gane en Expoferretera!

Rifas de productos aportados por los expositores

Quizás usted llegue con las manos vacías a Expoferretera, pero también es muy probable que salga con las manos llenas de productos para su negocio, gracias a que muchos expositores han aportado varios productos para que sean rifados en la feria.

Desde hace varios días, la organización de Expoferretera organizó una campaña para que los expositores pudieran aportar productos para ser rifados entre los visitantes de la feria.

Claro está que en el evento, cuando llegue el momento de rifar los productos se le darán todos los créditos correspondientes al proveedor que los aportó y se hará mención de las características, ventajas y bondades de los diferentes productos. Las empresas que hasta el momento han confirmado su participación en esta modalidad de rifas son:

- Tecno-Lite
- Proveeduría Total
- Importaciones Vega
- Vértice
- Mundo Mayorista
- RMI

Está más que demostrado que impulsar eventos de este tipo, con estrategias como estas motivan para que más visitantes se aproximen a la feria, pues la mayoría llega con la intención de buscar incentivos.

Estas fotografías corresponden a algunos de los productos que aportarán varios mayoristas. ■■





clave
para el éxito

9 EXPO FERRETERA
su herramienta de negocios...

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

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



EXPOSITORES **9 EXPO FERRETERA**
su herramienta de negocios...

Confirmados al 5 de Mayo, 2007

PRODUCTOS FERRETEROS



Sargentos
Herramientas de sujeción.
Marca Piher.



Herramientas eléctricas Makita
Amplia variedad.



Fregaderos Teka
Variedad de estilos.



Cinta de aluminio contra la intemperie
Especial para uso industrial. La cinta de aluminio de 3M viene en su ayuda al diseñar una cinta especial e ideal para las reparaciones industriales como: canales, tuberías, sistemas expuestos a la superficie solar y las superficies metálicas.

Distribuye: Abonos Agro Tel. (506) 212-9494

Distribuye: 3M Tel. (506) 277-10-00



Kit de herramientas Crescent
Juego profesional de 30 piezas, estuche plástico para alto impacto, prolongador para llaves tubo.



Broca para roto martillo Irwin
Diseño con tres ranuras, punta de tornillo completa, espuelas cortantes para orificios sin residuos.



Aliate Cooper Tool
Especial para uso de electricistas. Mangos antideslizantes, inyectados en PVC. Sobrepasa los estándares ASME.



Lámpara de emergencia Empalux
Iluminación por 5 horas, resiste hasta 70°C de temperatura, circuito de protección sobre carga para prolongar la vida útil.

Distribuye: Transfesa Tel. (506) 210-8989



Nivel láser con trípode
Marca Stanley.



Grapadora - Clavadora
Marca Stanley



Cuchara para albañil
Marca Stanley.



Aceite semisintético


Distribuye: Valco Tel. (506) 252-2222

Distribuye: Imp. RE-RE Tel. (506) 240-2010


WYPALL

PAÑOS DE LIMPIEZA MULTIUSO

- Alto nivel de absorción
- Excelente desempeño con desinfectantes y químicos
- Lavable, reutilizable y desechable
- No generan estática
- No adquieren olores
- No desprenden pelusa
- Trapo lavable y reutilizable




WYPALL X80



SHOP

Para información:
www.kcpprofessional.com
 Costa Rica (506) 298-3183, Guatemala (502) 7888-8100
 El Salvador (501) 2319-4551, Honduras (504) 574-8966
 Nicaragua (505) 266-6330, Panamá (507) 360-0420



Kimberly-Clark Professional

**EL
DEPENDIENTE**

¿Cuáles son los proveedores que brindan más incentivos por venta?



Juan Fernando Zúñiga
Ferretería Nanán Zúñiga
Heredia
Gerente
13 años de experiencia

En mi opinión son Distribuidora Arsa y Abonos Agro.



Eduardo Carín
Ferretería La Cumbre
Urbanización la Cumbre,
Heredia. Administrador
17 años de experiencia

Imacasa y Distribuidora Arsa son los que brindan mucho más apoyo en ese sentido.



Minor Durán
Ferretería Jerisa
Tibás
Administrador
10 años de experiencia

Reposa y Distribuidora Arsa.



Adrián Matamoros
Ferretería Matamoros
Santa Cecilia, Heredia
Dependiente
6 meses de experiencia

Ningún proveedor nuestro incentiva, sería bueno que lo hicieran.

Think BIC
Piensa en grande...
www.bicgraphic.com.mx

EXCELENCIA PROMOCIONAL

Ferretexpo

Feria de la Ferrería

del 6 al 8 de Julio
Feria Internacional de El Salvador

Logos of suppliers including: JOSE N. IBATARSE, ATMOR, ASTRA, COFLEX, TRUPER, imacasa, Sista, GAMASONIC, Abracol, Amazonas, MC, TRAMONTINA, Kwikset, YALE, DeACE, HOÑER, VIDUC, SIEMENS, Best Value, Henkel, BLACK & DECKER, MHA, VIDRI, BALDWIN, Super Bonder, Sika, Manual del Constructor, Price Pfister, SISTEMAS Y PROYECTOS, S.A., ROTOPLAS, RED JACKET, FERCO, SH, ACE International, AMANCO, Teka, WEISER LOCK, UNDISA, Makita, Ben Haim, ADI, ADITIVOS DE EL SALVADOR S.A. de C.V.

ASDEMAC
ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE DISTRIBUIDORES DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

EL FERRETERO

Construplaza: Soluciones totales

Es un centro comercial de la construcción que dispone de un área de 16200 m² y que se perfila a seguir creciendo.

Apostador al 100% del buen servicio y de brindar una capacitación constante a todos sus empleados, Gerardo Fait Meza, Propietario de Construplaza ha logrado posicionar su negocio con un concepto innovador, diversificando con estrategia. Su empresa va más allá de una ferretería, es mucho más que un depósito de materiales, donde los acabados, la decoración y la amplia variedad en líneas rompen con lo tradicional, para conjugarse en detalles que difieren de lo común y muestran en tendencias opciones especiales, exclusivas e innovadoras.

Hablar de Construplaza es describir el lugar con pocas palabras: un negocio de soluciones totales.

Es definitivo, Gerardo Fait es un empresario de muy buen gusto, que proyecta éxito.

Son 16 200m², donde el cliente puede realizar sus compras con tranquilidad, según Fait, en su negocio disponen de todo para la construcción.

Variedad

Desde hace 5 años, Construplaza se metió al mercado a conquistar clientes.

Según Fait, iniciaron con la venta de maderas y con el clásico depósito de materiales.

El concepto de tienda ferretera, Fait lo ha manejado con diversificación, con estrategia y un estilo propio que trasciende la dirección de los negocios.

Como objetivo común que tiene todo empresario de acaparar clien-



tes, Construplaza demuestra que todo es válido, porque el cliente que llega a este establecimiento no se escapa sin nada y hasta puede salir muy bien asesorado con la ayuda de un arquitecto para diseñar una casa, una piscina o hasta un jardín.

En Construplaza disponen de diversas oficinas de atención al cliente, que pertenecen a distintas casas comerciales, áreas, líneas o hasta profesionales independientes, que ofrecen sus servicios, gracias a que Fait alquila a proveedores, logrando de esta manera brindar soluciones totales al cliente. Autoservicio, asesoría especializada, personal bilingüe, accesorios y equipos de seguridad, equipos especializados, centro de pinturas, accesorios de jardinería y un amplio surtido en

herramientas manuales y eléctricas, además de un servicio completo de transporte para todo el país, son parte de las soluciones que brinda este negocio.

Con exclusividad

En Construplaza tienen una revista propia para los clientes, una página en internet www.construplaza.com y realizan todos los años dos ferias.

Gerardo Fait está más que satisfecho, porque en su negocio cuenta con el apoyo de su esposa Agnes Acosta, quien se encarga de la sala de acabados y en dar el mejor servicio al cliente.

Y es que, Fait señala que la clave del éxito está en el servicio que se le brinde al cliente, sin embargo, comentó que en Costa Rica el personal no es bien preparado y

eso hace que se haga difícil.

“Nos preocupamos mucho en capacitar de manera constante a todos los empleados, con el apoyo de proveedores entrenamos al personal, desde el guarda, porque nos interesa que todos tengan la capacidad de conducir bien a las personas”, explicó Fait.

“Queremos ser el negocio más eficiente que brinde el mejor servicio del país”, expresó Fait.

Ya son 35 años de experiencia que tiene Gerardo, en el mundo de los negocios y de la construcción. Desde que su papá construía casas, le llamó la atención este gremio. Pero fue después de que tuvo un negocio de transportes, en específico vagonetas, cuando visualizó tener algún día Construplaza y lo hizo a lo grande. **TYT**

UNICA

Símbolo de éxito en un nuevo estilo de vida



Vanguardismo en diseño e innovación en cada elemento.

Única refleja las inquietudes estéticas de un nuevo tiempo, con sus formas sintetizadas, se integra con total armonía a la arquitectura actual.

Su amplia paleta de colores permite jugar a tono con los elementos decorativos, o acentuar contrastes con un refinamiento distintivo.

Dispone de una numerosa combinación de funciones, desde interruptores hasta la regulación y programación de ambientes, cuidadosamente pensados para su fácil uso.

Única es libertad en ambientes. Única es el símbolo de éxito en un nuevo estilo de vida.

ENCIENDE TUS SENTIDOS...



Oatey®

EXPO FERRETERA

su herramienta de negocios...

1-2 y 3 de Junio



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.