

tuercas y tornillos

# TYT

LA REVISTA FERRETERA

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

Especial de camping P.28

Meco ampliará Canal de Panamá P.12

Expoferretera: ¿cómo vender más? P.32

¿Qué es un cable THHN? P.14

¿Cuántas herramientas eléctricas tener? P.18

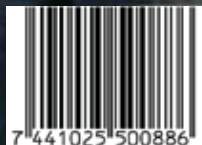


# Panamá líder del "retailing"

Michael Cohen, Director Comercial de Do It Center, de Panamá, afirma que las 10 tiendas que poseen en todo el territorio, aplican lo mismo: una comunicación abierta con los clientes, lo que solo el año pasado les produjo la visita de 3,5 millones de compradores.



ISSN 1409-2301



Porte Pagado  
Port Payé  
Permiso N°130



ENERO 2009 / AÑO 14 / NO. 151



**¡FELIZ AÑO NUEVO!**

**2009**



**STAINLESS™**

la única pintura acrílica mate  
que soporta  
más de **10.000 lavadas**



**Los expertos recomiendan Lanco**

Comparta con nosotros su proyecto nuevo o de remodelación. Busque en los centros de pintura o en ferreterías al experto en pinturas, él le recomendará el producto Lanco ideal para sus necesidades. O bien llámenos al 2438-2257, donde uno de nuestros especialistas le asesorará.

**Gilmour**  
GARDENING INNOVATION



**Rubbermaid**



**TRANSFESA**  
Somos los mejores en servicio

Departamento de Ventas: (506) 22 10 89 89  
Fax: (506) 22 91 07 31  
ventas@transfesacr.com  
Pavas 200m Oeste y 350 Norte del Liceo de Pavas

**Vedova & Obando**  
Husqvarna

Todo para su bosque,  
finca, quinta y jardín

Nuestra División profesional agradece a "Jardiseños S.A." por confiarnos la oportunidad de utilizar nuestros equipos profesionales, para prestar día a día un servicio de excelencia a su estimable clientela.

Gracias "Jardiseño S. A."



También para nuestros Consumidores Exigentes:



[www.vyo.co.cr](http://www.vyo.co.cr)

Vedova & Obando Oficinas Centrales: De la Sede Central de la Cruz Roja,  
50 metros al Sur. Entre avenidas 8 y 10, calle 14, San José. Teléfono (506) 2221-9844. Fax (506) 2.233-2116

Husqvarna

Partner

CIFARELLI

OREGON

WEED EATER

Poulan

# CONTENIDO

En nuestra próxima edición

FEBRERO

**TYT 152**

-Los productazos del 2009

Especial de

Jardinería y herramientas agrícolas

Cierre comercial:  
15 de enero 2009

Para anunciarse  
Gabriela Alpizar  
gabriela.alpizar@eka.net  
Cel. 8831-2296  
Braulio Chavarría  
braulio.chavarría@eka.net  
Cel. 8372-1192

**Suscríbese Gratis**

Si usted pertenece al sector ferretero o de construcción puede suscribirse gratis a TyT por cualquiera de estas vías:  
suscripciones@eka.net  
www.tytenlinea.com

Tel. 2231-6722 ext. 152

**Circulación 4,500**

ejemplares. Suscripciones solicitadas 3,801.



El auge de la construcción en este momento, ha otorgado dinamismo a las ferreterías panameñas y hay gran optimismo en que la tendencia se mantenga, a pesar de los "vientos" de crisis que se avecinan.

## 12 CENTROAMERICA

El área centroamericana toma cada vez más fuerza en el sector ferretero. Los negocios entre estos países están a la orden del día.

## 14 PINCELADAS

## 21 EN CONCRETO

### Panamá

Radiografía del sector ferretero Internados en suelo panameño, decidimos aventurarnos en el sector ferretero, con el fin de dar a conocer el brazo competitivo que empieza a tomar cada vez más fuerza, en este país vecino y muestra genialidades en "retailing".

## 28 ESPECIAL DE CAMPING

Productos de alta rotación en época de verano, en las ferreterías. Conozca quiénes hacen diferencia en este mercado.

DIHASA

Distribuidora de Hierro y Acero S.A.

# ¡Enmótese!

Porque en este 2009 en Arteferrero tenemos Pasión por *La Moto*

## Arteferrero

Pasión por el hierro

Líderes en Importación y Distribución de Hierro Forjado y Acero Inoxidable

Le regala Una Moto ...  
y muchos premios más...

Participe en esta promoción completando el cupón que viene en la parte inferior de esta página recórtelo y envíelo a nuestros números de fax o bien entréguelo a nuestros agentes de venta o en nuestras instalaciones 150 mts oeste de los tanques de la Cía Numar en Bº Cuba.

Fax: (506) 2223-1101  
Tel. (506) 2233-9925  
www.dihasa.com

Además si el ganador es un proveedor ya existente y presenta una factura de compra de nuestros productos recibirá también una cámara fotográfica.  
Y si el ganador es un cliente nuevo recibirá la cámara y un descuento adicional del 5% en sus compras durante un mes.

El sorteo se realizará en las instalaciones de la empresa el día 18 de febrero y será publicado en la revista TYT de marzo, 2009.



Fotos con fines ilustrativos

Promoción válida del 01 de Noviembre, 2008 al 14 de Febrero, 2009.

Nombre de la Ferreteria: \_\_\_\_\_

Nombre Completo: \_\_\_\_\_ Puesto: \_\_\_\_\_

Número de Cédula: \_\_\_\_\_ N° Teléfono: \_\_\_\_\_

Dirección de la Ferreteria: \_\_\_\_\_



Hugo Ulate Sandoval  
hugo.ulate@eka.net

## DEL DIRECTOR EDITORIAL

## CRÉDITOS

# No decida estar en crisis

Ahora en cualquier corralito del país se habla por doquier de la crisis. No hay lugar al que nos dirijamos sin escuchar hablar de los tiempos críticos que se avecinan.

Ante eso, me surge la pregunta: ¿alguien ha visto la crisis? Aunque sea por asomo...

Al menos, yo no he constatado, desde ningún punto de vista, casi en ningún estrato empresarial ningún tipo de crisis.

Ahora bien, es libertad de cada uno y de cada empresa estar en crisis. Por eso, es que de alguna forma he llamado a esto que dicen que se llama crisis, solo una percepción de crisis.

Y por qué digo percepción, porque sencillamente, cuando se viene una crisis, como la que dicen venir, ésta no perdona y toma a quienes quieran estar en crisis.

Si usted desea estar en crisis, es muy obvio que lo vaya a estar, y probablemente, vaya a contagiar

a sus empleados, a sus clientes, a sus proveedores.

Solo deténgase y piense conmigo: -usted y su empresa entran en crisis, al igual lo hacen sus empleados... Probablemente, la primera decisión sea comprarle menos a sus proveedores o no comprarles del todo porque hay crisis... Y si usted compra menos, es lógico que venderá menos (digo, por la crisis), y al vender menos, es obvio que sus clientes comprarán menos, o no comprarán del todo porque no encuentran lo que buscan o al menos en la cantidad que lo requieren.

Usted, su negocio, sus empleados, sus proveedores, y hasta su familia, terminarán envueltos por la crisis. ¡Toda una cadena!

Y si así piensan todos los empresarios, es probable que "doña" crisis, saque sus mejores crisoles para lucirlos a lo largo y ancho del país.

Y siendo así, pues considero que la crisis no es más que una per-

cepción, más anímica que otra cosa, cómo explicarse el hecho de que muchas empresas han surgido con fuerza, han vendido más, han crecido más, en periodos cuando todo mundo estaba en crisis, que en otros periodos. ¡Claro, este cuento es muy familiar! O usted no ha escuchado aquello de que en las crisis hay oportunidad...

Por supuesto que muchas empresas sabias, ha aprovechado estos momentos, mientras todos duermen el sueño de las crisis, para hacer su mejor movida, y surgir con fuerza. Entonces, vuelvo a preguntar: ¿dónde está la crisis?

Generar una cadena en la que usted y sus proveedores no vendan y sus clientes no compren, genera necesariamente un estado de crisis, por el simple temor de que la crisis lo envuelva. Y al haber decidido comprar menos, para vender menos, y evitar estar en crisis, lamentablemente ya usted estará en crisis...

### 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

### Asesores Comerciales

Gabriela Alpizar  
gabriela.alpizar@eka.net

Cel. 8831-2296

Braulio Chavarría

braulio.chavarría@eka.net  
Cel. 8372-1192

### Directora de Arte

Nuria Mesalles

### Diseño y diagramación

Irania Salazar Solís

Erick Alvarado Rojas

### Fotos portada

Hugo Ulate Sandoval

### Fotos Panamá

Hugo Ulate Sandoval

## Suscríbase gratis en:

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

### Circulación

Yariela Duarte

suscripciones@eka.net

Tel. 2231-6722 ext.124 y 152



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

Tel. 2231-6722 Fax. 2296-1876

Apartado 11406-1000

San José, Costa Rica

# QUIEN DIJO SURTIDO?



# MAS DE 150 MODELOS



**Importaciones Vega**

La Respuesta del Ferretero

Tel: 2494-4600

## Últimas noticias de [www.tytenlinea.com](http://www.tytenlinea.com)

- Caída precios del acero por la crisis reanima astilleros del este de China
- Sodimac capacita especialistas en construcción
- Home Depot abrirá centros de distribución en el 2009
- Unión Europea retirará bombillería incandescente
- Panamá se mete de lleno en ahorro energético con luminarias

## INDEX Empresas y personas en esta edición

### A

A. Borbón y Compañía S.A. 28  
Adrián Morera 18  
Almacén Mauro 16  
Álvaro Mayorga 14

### B

Best Value 18

### C

Cámara Guatemalteca de la  
Construcción 14  
Capris S.A 28  
Centro Comercial El Dorado 26  
Cochez y Cía 22  
Cofersa 28  
Conalvías 12  
Constructora Meco 12  
Constructora Meco, S.A. de  
Costa Rica 12  
Constructora Santa  
Fe Limitada 12  
Constructora Urbana, S.A. 12  
Construmás 12

Corporación H & S Int 12

### D

Dennis Mata 16  
Distribuidora Arsa 18  
Do It Center 22  
Douglas Alpizar 18

### E

Erick 28

### F

ferreteria Expoferretería 18  
Ferretería Expoferretería 18  
Festacro S.A (G&Q) 28

### G

Greivin Lopéz 28

### I

Imp. Camvi JLCR S.A /  
Soldaduras L.C. 28  
Importaciones 18  
Importadora América S.A 28

### J

Jaime Sam 27

Javier Rojas 16  
Javier Rudas 26  
José Alfredo Sánchez 12  
José Schifter 28

### M

Marco Romero 28  
María Jesús Hernández 18  
Materiales Colón 27  
Meco 12  
Michael Cohen 23

### N

Niki Sciamanna 28  
Noel Morales 12  
Novey 22

### P

Patric Manuel 28

### R

Rafael Vargas 18  
Randall Campos 28  
Retraneq 12  
Rodney Araya 16  
Rodney Mora 18

Rosejo 28

### S

Sorie International 28  
Sunny Valley 28  
Super 99 26

### T

Tornillos La Uruca 16

### V

Vittorino 28

### W

Werner Ossenbach 28

# Lo que usted busca es... imacasa



Descubra la amplia variedad de líneas que IMACASA produce y distribuye:

Línea de machetes, palas, piochas, carretillas, artículos para la agroindustria, artículos para jardín, mangueras, sierras, herramientas mecánicas, accesorios de seguridad industrial, cuchillos y accesorios para caza y pesca, línea de focos ahorradores y mucho más.

Todo con la calidad y garantía únicas de IMACASA

IMACASA: ORGULLOSAMENTE CENTROAMERICANA • [www.imacasa.com](http://www.imacasa.com)



GUARANTEED QUALITY TOOLS

# ¡Te regalamos!

## 12 bombillos ahorradores TE-15W/65

Por **¢150.000** netos de compra  
Presenta este anuncio con la orden de compra

# Tecno Lite®

I L U M I N A C I O N

[www.tecnolite.co.cr](http://www.tecnolite.co.cr)

Solamente dirigido a nuestros clientes distribuidores.

Oferta válida hasta el 15 de febrero, 2009. Aplicable por una única vez. Fotografías con carácter ilustrativo.



Panamá

# Noticias de Centroamérica



Nicaragua



Constructora Meco, S.A. de Costa Rica, ofreció 36.6 millones de dólares, el monto más bajo, para el tercer contrato de excavación seca del programa de ampliación del Canal de Panamá.

Fuente: <http://www.prensa.com> (Panamá)

## Meco ofreció precio más bajo en ampliación del Canal

**Panamá-**Constructora Meco, S.A. de Costa Rica ofreció 36.6 millones de dólares, el monto más bajo, para el tercer contrato de excavación seca del programa de ampliación del Canal. Seis empresas entregaron propuestas de precios durante la licitación que se realizó en presencia de los miembros de la junta directiva y la administración de la Autoridad del Canal de Panamá (ACP).

La contratación licitada consiste en la excavación de 7,98 millones de metros cúbicos del nuevo cauce a lo largo de 2.250 metros en el sector Pacífico.

José Alfredo Sánchez, Vicepresidente de Meco, S.A., dijo que la empresa de origen costarricense tiene diez años de prestarle servicios a la ACP y conoce muy bien el trabajo que

hay que realizar.

Este contrato —cuyos trabajos deben comenzar en enero y finalizar en el primer semestre de 2011— contempla la excavación, remoción y disposición de aproximadamente ocho millones de metros cúbicos de material.

Además de Constructora Meco, otras ofertas presentadas fueron las del consorcio Conalvias-Retraneq, de Colombia, por 61,3 millones de dólares; Constructora Santa Fe Limitada (Panamá-Costa Rica), 46 millones y Corporación H & S Int.(EE.UU.), 45,2 millones de dólares.

Constructora Urbana, S.A. de Panamá, ofertó por 38,2 millones de dólares y el Consorcio Cilsa Minera María (Panamá-México), del magnate mexicano Carlos Slim, propuso realizar la obra por 74,6 millones.

## Ferreterías nicaragüenses se capacitan

**Nicaragua.-** Uno de los principales vacíos que tienen las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), como el caso de las ferreterías de Nicaragua, es la falta de asesoría administrativa para manejar de manera eficaz el negocio, lo que obstaculiza el crecimiento rápido de las mismas y, en algunas ocasiones, provoca pérdidas económicas fuertes.

Es por eso que la empresa Construmás impulsa este año un proyecto piloto enfocado en asistir a las pequeñas empresas distribuidoras de materiales de construcción y también a ferreterías del país, con asesoría técnica, respaldo de crédito y abastecimiento de productos que distribuye esta empresa.

Noel Morales, Gerente de Construmás, manifestó que esta franquicia “se creó con el fin de agrupar a pequeños y medianos negocios de materiales de construcción en una sola cadena, para ayudarlos a prepararse en áreas administrativas, contables, y de mercadeo, para asegurar que sus negocios, en su mayoría empresas familiares, puedan mantenerse en el largo plazo”.

El empresario expresó que este programa, además de ayudar a las Pymes distribuidoras de

materiales de construcción a mejorar sus sistemas contables, tiene como propósito ayudar a los clientes finales en asesoría básica sobre el uso de productos de construcción.

Es decir, explicó Morales, que además de “enseñarles a las empresas sobre aspectos contables, también se capacitarán a sus trabajadores sobre aspectos básicos de construcción. Por ejemplo, la cantidad de piedra que se necesita para construir una pared con determinadas medidas”.

Morales destacó que las pequeñas empresas, además de ser beneficiadas con la capacitación en gestión y administración de negocios, también reciben un paquete de publicidad que incluye la creación de una imagen y la remodelación de su local.

Este programa cuenta con un fondo de casi un millón de dólares, con lo que se pretende atender a poco más de 60 ferreterías del país en los próximos meses, según estimó el ejecutivo.

Construmás se volverá, posteriormente, abastecedor de los productos que necesiten las Pymes beneficiadas.

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



Último sorteo:  
28 de diciembre  
del 2008

SQUARE D  
**CARGATE DE MUSICA**

CON LA MEJOR TECNOLOGIA  
Porque al comprar  
Centros de Carga QO<sup>®</sup>  
de Square D, podrás participar  
en el sorteo de

**12 iPod<sup>®</sup>**



Activa el código que viene en la caja de los centros de carga QO al teléfono **2290-9909** por medio de mensaje de texto (SMS) al código **7474** o en nuestra página web [www.schneider-electric.co.cr](http://www.schneider-electric.co.cr) junto con tus datos personales y así quedarás participando automáticamente.

iPod® y Apple son marcas registradas de Apple, Inc. Copyright © 2007 Apple Inc. Todos los derechos reservados.

Aplican Restricciones • Ver reglamento en [www.schneider-electric.co.cr](http://www.schneider-electric.co.cr) • Promoción por tiempo limitado.



### Crisis afecta sector construcción guatemalteco

**Guatemala.-** Según la Cámara Guatemalteca de la Construcción, a finales de este año el sector podría tener una pérdida de empleos de hasta 150 mil plazas, debido a la crisis económica que se vivió en este año.

Álvaro Mayorga, Presidente de esta Cámara dijo que entre enero y septiembre se han perdido unos 109,594 empleos. Mayorga indicó que este sector representa el 10% de la fuerza laboral del país.

De acuerdo con información del boletín estadístico Economía de la Construcción, del gremio, los rubros más afectados del sector construcción fueron: maquinaria

con un -48%, la mezcla asfáltica con 46%, el hierro 39.7%, tubería PVC, 18.5%; cemento 15%.

A criterio de Juan Francisco Sandoval, de la Asociación Nacional de Constructores de Vivienda, una de las principales situaciones que genera este comportamiento negativo en cuanto al ingreso de los constructores, es la incertidumbre.

“Es una situación muy difícil de estimar, porque lo que más nos está afectando es la incertidumbre, porque esto hace que dejemos de adquirir nuevos inmuebles”, manifestó.

La información del boletín estadístico detalla que la inversión

que actualmente se hace en el país en infraestructura de la red vial es alrededor de 1% del Producto Interno Bruto (PIB), sin embargo, señalaron que, el Banco Interamericano de Desarrollo advierte que es necesario asignar a ese rubro entre el 4% y 7% del PIB por 20 años, para lograr responder a la demanda de los servicios existentes.

“El acceso, calidad y costo de la infraestructura son críticos para el desarrollo y la competitividad de un país”, aseveró Mayorga.

El sector de la construcción estima que uno de los aspectos que influye negativamente en el progreso de este sector es la falta de

liquidez y el aumento en la tasa de interés.

Fuente: [www.lahora.com.gt](http://www.lahora.com.gt)



### ¿Qué es un cable THHN?

Las ferreterías suelen llegar clientes especializados, preguntando por productos muy específicos, como el caso de electricistas.

Lo importante es estar preparado para darles la atención que requieren, pues al buscar productos muy específicos, no hay duda de que requieren que quien los atiende, sepa con certeza lo que está pidiendo.

Por ejemplo, en el mercado en general, existen muchas dudas sobre lo qué es un cable THHN. Se trata, de monoconductores eléctricos sólidos o cableados de cobre suave, con aislamiento termoplástico de Cloruro de Polivinilo (PVC) y protegido por una cubierta termoplástica de nylon.

Este tipo de cable, es para uso

general en instalaciones eléctricas residenciales, industriales y comerciales.

Por su cubierta protectora de nylon, es ideal para instalarse en plantas petroquímicas o estaciones de servicio. Los calibres 1/0 AWG y mayores pueden ser instalados en bandejas (charolas o canastas).

Por su alta resistencia térmica, los conductores THHN son utilizados en lugares con temperatura ambiente alta. Pueden instalarse en lugares de alta concentración de gente en tubo metálico.

Entre sus características más importantes están: voltaje máximo de operación 600 voltios y temperatura de operación máxima del aislamiento: 90°C, en ambientes secos o húmedos. 75°C, en

ambientes mojados. No propaga la flama.

La cubierta de Nylon brinda protección mecánica y resistencia a los derivados del petróleo, agentes químicos y aceites.

Los productos con pigmentación

negra, en el rango de 1/0 a 1000 kcmil, resisten a los rayos ultravioleta de la luz solar (UV). Menor diámetro externo que los cables TW y THW. Se Fabrican en el rango del 14 AWG al 1000 kcmil.



Un cable THHN, que son muy buscados por los electricistas, tienen diversas aplicaciones, entre ellas instalaciones eléctricas, residenciales y comerciales.

**MADECO PURA CALIDAD**

# EDINA COPPER GROUP

## EDINA

TODO EN TUBERIAS DE COBRE  
ROLLOS, TRAMOS RECTOS Y CAPILAR

San Rafael de Escazú  
C.C. Plaza del Valle,  
local N°6,  
San José Costa Rica  
Tels: 506 2289 8782  
506 2289 9698  
Fax: 506 2288 2774  
[info@copperandtools.com](mailto:info@copperandtools.com)

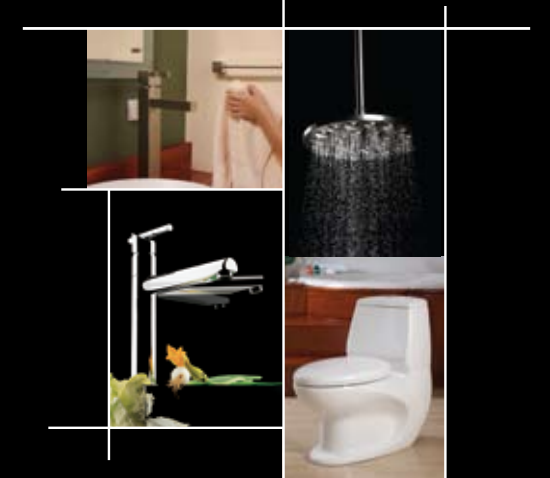
### Disfruta la innovación



DISFRUTA LA INNOVACIÓN

**HELVEX**

garantía de calidad  
[www.helvex.com.mx](http://www.helvex.com.mx)  
[costarica@helvexinternacional.com](mailto:costarica@helvexinternacional.com)



Con nuestros distribuidores en **Guanacaste**  
Papagayo Do It Center Tel : 2667-0667  
Depósito de Materiales La Carreta Tel: 2690-9345  
Ferretería FERBAQU Tel: 2665-1310  
BAQUORE S.A . Tel: 2680-4444  
Ferremayoreo PERVAZ Tel: 2680-2625



## PINCELADAS

### ¿Cómo incrementar las ganancias en la venta de tornillos?

Los tornillos son de los productos que mayor rentabilidad proporcional brindan al ferretero, por lo que es importante tratar de procurar la mayor cantidad de ventas.

De los tornillos más vendidos, están los de techo. Muy utilizados en la construcción.

Sin embargo, para aumentar las ventas, hay que instruir y asesorar bien a los clientes, con el fin de que éstos no lleguen en primer instancia a devolver los productos, casi siempre por el mal uso, o simplemente dejen de visitar el negocio.

“En cuanto a este tipo de tornillos es importante que el ferretero considere que efectivamente esté

comercializando tornillos que sean de ¼ X 2” en su estructura. O sea que su cabeza tenga una medida correcta de ¼ y que su arandela esté bien adherida a su cabeza”, dice Javier Rojas, Gerente de Mercadeo y Ventas de Tornillos La Uruca.

Igualmente, se debe considerar que como son para techo, éstos tornillos deben ser galvanizados y el hule, una vez colocado, no debe desprenderse.

El cliente debe saber que para una aplicación efectiva de los tornillos, éstos no deben meterse a profundidad de manera que no alteren la estructura de las latas de zinc o bien que no causen arrugas y que el tornillo luzca

como aplastado.

Rojas afirma que otros tornillos que también registran buenas

ventas en las ferreterías son: de carrocería, grado 5, tornillo para gypsum, torcón y grado 2.



Los tornillos para techo son de los más vendidos en las ferreterías, por lo que es importante que el ferretero se asegure de tener de todas las medidas.

### ¿Qué han hecho los ferreteros ante la restricción vehicular?



Dennis Mata, Supervisor de Ventas y Rodney Araya, Administrador de Almacén Mauro en Sabana Sur, aseguran que la restricción vehicular no ha afectado grandemente el tránsito de los clientes y más bien han incrementado el servicio express.

La restricción vehicular en la capital, no ha dejado de afectar a clientes y ferreteros que se ubican en el casco urbano de San José.

Sin embargo, algunos ferreteros se las han ingeniado para que esta medida no les afecte, o por lo menos no les perjudique ni sus ventas ni la llegada de clientes al negocio.

Para Rodney Araya, Administrador del Almacén Mauro, en Sabana Sur, la restricción sí les ha afectado, pero muy poco “pues nos hemos organizado mucho más con los pedidos express, reforzando más esta área”.

Afirma que incluso, los clientes han incrementado las llamadas solicitando que les lleven los artículos hasta sus casas o sitios de trabajo.

Araya afirma que dentro de las restricciones, hay que buscar también los beneficios. “De 1 a 10, quizás nos ha afectado un 1”. Si bien las ventas no han bajado por esta circunstancia, algo que le preocupa es la situación del país, por las constantes alzas en todos los productos. “Bajo estas condiciones sí nos preocuparía que las ventas bajaran”, indica Rodney.

renovamos  
nuestro compromiso



A través de dos décadas de innovación y esfuerzo, Coflex se ha consolidado como líder en el mercado de la plomería ofreciendo productos de calidad que brindan seguridad y confianza a sus clientes.

Hoy, Coflex renueva su imagen como símbolo de su avance industrial, confirmando su compromiso de continuar creando las mejores soluciones en plomería.

PRODUCTO MEXICANO



Tel.: (52) (81) 8389-2800  
coflex@coflex.com.mx

www.coflex.com.mx

I.C.R. Importaciones Campos Rudin S.A.

15 AÑOS A SU SERVICIO

Tenemos la bomba y el calentador de agua que usted necesita

Bombas

U.S. Fluid Tech Corp.



Motores

Lincoln MOTORS



Compresores

SCHULZ



Sistemas Hidroneumáticos



IHM

CONTÁCTENOS:

Importaciones Campos Rudin S.A.  
TEL: (506) 2257-4604 • FAX: (506) 2257-5835  
camrudin@racsa.co.cr

## PINCELADAS

### ¿Cuántas marcas de herramientas eléctricas tener?

Esta es la pregunta que más de un ferretero se hace a diario, sin embargo, para muchos otros, la variedad hace la diferencia, pues entre más opciones puedan ofrecer a los compradores, es más fácil asegurar una venta.

Tal es el caso de la ferretería Expoferretería, de Alajuela centro, donde su propietario Adrián Morera cuenta que posee cerca de 9 marcas diferentes de herramientas eléctricas, y que incluso le gustaría tener muchas más opciones.

“Aquí entran muchos clientes en busca de una herramienta eléctrica y cuanto más les mostramos

opciones, les es más fácil decidirse”, dice Morera.

El ferretero comenta que muchos clientes buscan calidad y otros buscan precio, incluso muchos andan detrás de una herramienta que tenga estas dos características.

“A mayor variedad, más poder de satisfacción hacia los clientes, pero lo más importante es asesorar bien al comprador para que la herramienta verdaderamente pueda satisfacer sus necesidades. Dependiendo para lo que necesiten la herramienta, así será nuestra recomendación”.

Afirma que todas las herramientas tienen buena salida, pero las

que más registran venta son las Black & Decker.

Según Morera posee herramientas de las marcas Surtek, Skil, entre otras.

Dice que las Black & Decker le han registrado mayores ventas gracias a la garantía y el precio que otorga.



María Jesús Hernández, Dependiente, Douglas Alpizar, Dependiente y Adrián Morera, Propietario de la Ferretería Expoferretería, coinciden en que las herramientas eléctricas son productos fáciles de vender. Los acompaña Rodney Mora, Agente de Ventas de Distribuidora Arsa.

### Ahorrradores Best Value, opción de alta calidad... Por Importaciones Vega

Desde hace 10 años, Best Value empezó a comercializar ahorradores dentro de su programa de iluminación. Con el tiempo, el surtido y diferentes opciones tanto de presentaciones como luminosidad, han hecho de Best Value, la alternativa más atractiva del mercado.

Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, distribuidor exclusivo de Best Value para Costa Rica, nos comenta que el secreto de ser líderes en el mercado ferretero nacional, es la combinación de varias ventajas con que cuenta la línea de ahorradores de Best Value

1- Garantía de por vida: todos los ahorradores Best Value

tienen garantía de por vida y reposición inmediata en cualquier ferretería del país.

2- Surtido inigualable: más de 150 modelos distribuidos entre Espirales, 2U, 3U, 4U, además de reflectores, sustitutos de halógenos y circulares, que van desde 5 W hasta 125 W, luz blanca, luz amarilla (2700K-6500K).

3- Presencia y constancia: en todas las ferreterías del país, que por más de 10 años han probado y comprobado los atributos de Best Value, como la mejor marca ferretera y de más crecimiento e innovación del mercado ferretero nacional.

Como Importaciones Vega S.A., nos hemos preocupado duran-

te muchos años por invertir en el punto de venta y presencia de marca, de manera que “los ferreteros nos conocen y

saben que pueden contar con nosotros”, comenta Rafael Vargas.



Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, muestra parte de las múltiples alternativas en luminarias que ofrece la marca Best Value.

Mi marca es... **Best Value**  
USA PRODUCTOS DE CALIDAD

- Garantía de por vida  
- El surtido más amplio y diversificado  
- Una marca de confianza

**ELECTRO VALVULAS S.A.**  
Encuentre la calidad Best Value en Electro Válvulas S.A.  
Tels: 2285-2685 · 2285-2785 · Fax: 2285-2885, Guadalupe, San José.

Confort...  
en cada paso.

Mayor Protección para sus pisos y alfombras.

**PRODEX**  
UNDER FLOOR & CARPETS

AISLAMIENTO PRODEX UNDERFLOOR & CARPETS

- Reduce el ruido de impacto.
- Retiene la contaminación sónica.
- Barrera de vapor.
- Resistente al desgarro.
- Resistente a la tensión.
- Se puede instalar sobre cualquier sistema de ENTRE PISOS.

**PRODEX**  
Confort en armonía con el ambiente

Encuentre este producto en las principales ferreterías del país. [www.prodexcr.com](http://www.prodexcr.com)

# De la cancha a la empresa: “Los Valores del Deporte aplicados al Management”

Reflexiones de un Directivo atrapado entre dos pasiones:  
el fútbol y su empresa (tatum)

## EXPOSITOR:

**José Ignacio Rivero Pradera:**

Presidente de Grupo Tatum y

*Vicepresidente del Real Madrid*

Tatum le invita a entrar en la cancha empresarial de la mano de un equipo con experiencia, para compartir las claves para marcar los goles que los convertirán en líderes y campeones: Lealtad y Espíritu de equipo, Ilusión y Entrega, Disciplina y Compromiso, Exigencia y auto exigencia, Reflexivo y Humilde, Entrenador y Competitivo, Ser persona y creer en las personas.

*José Ignacio hablará de su experiencia como alto directivo, como consejero delegado, como líder de equipos exitosos y como Vicepresidente económico de un club de fútbol que tiene una de las 10 marcas más famosas del mundo, y que además vivió lo que significa el talento individual frente al equipo para la obtención de resultados.*

Él posee una vasta experiencia en el sector financiero, habiendo ocupado los cargos de Subdirector General del Banco de Vizcaya, Director Territorial del BBV, Consejero Delegado del Banco Exterior de España, Presidente del Banco de Alicante, del Banco Simeón, del Banco Directo y del Banco Exterior de Bélgica.

## José Luis Altolaquirre: Socio y Director General para Latinoamérica de Tatum Global Consulting

Ha sido Socio Director de Tatum Consulting Group - España; Director General Fondos de Pensiones de Argentinaria para Latinoamérica - Director General Proyecto UNO-E (Banco por Internet); Consejero Delegado Banco Directo de Argentinaria y Grupo Leader; Consejero de Hércules Seguros; desempeñándose como Director Comercial y de Marketing en diferentes entidades financieras, simultaneando su responsabilidad ejecutiva con la docencia en la Universidad Complutense de Madrid y como conferencista internacional en diferentes capitales europeas y latinoamericanas.

Se desempeña como Asesor y Coach de Presidentes y Altos Ejecutivos de empresas clientes.



ORGANIZAN:

**EKA**  
LA REVISTA EMPRESARIAL

**tatum**  
comercial / marketing / personas

19 de febrero del 2009,  
Hotel Real Intercontinental.  
[www.ekaenlinea.com](http://www.ekaenlinea.com)

## Información

Tel: (506) 2231-6722,

Karina Delgado: [karina.delgado@eka.net](mailto:karina.delgado@eka.net), ext 150

Johanna Argüello: [johanna.arguello@eka.net](mailto:johanna.arguello@eka.net), ext 130

Raquel Munguía: [raquel.munguia@eka.net](mailto:raquel.munguia@eka.net), ext 134

# Panamá



## Radiografía del sector ferretero

**Internados en suelo panameño, decidimos aventurarnos en el sector ferretero, con el fin de dar a conocer el brazo competitivo que empieza a tomar cada vez más fuerza, en este país vecino.**

No podemos iniciar nuestro relato, sin mencionar el auge constructivo que sigue tomando Ciudad de Panamá, con sus rascacielos y edificios de mediano tamaño, que hacen cada vez más de este lugar, un sitio apto para las inversiones y el comercio.

El desarrollo urbano responde precisamente a las exigencias de una ciudad modernista con arquitectura e infraestructura de primer mundo. Con puentes, calles, carreteras, edificios, y una distribución inteligente.

Sin embargo, no todo es color rosa, pues en la ciudad, el desarrollo de su red vial, quizás ha ido un poco más lento que el desarrollo vehicular, lo que provoca una buena cantidad de presas, durante casi todas las horas del día.

Y precisamente, del comercio, a cualquier nivel, los panameños parecen haber entendido "al dedillo", la cultura del comercio, lo que buscan los clientes, lo que éstos necesitan, cómo y dónde lo quieren...

Todo hace indicar, por este desarrollo comercial, que Panamá se convierte en el siguiente paso de expansión para cualquier empresa del área que mantenga el objetivo de conquistar otros mercados. Sin

embargo, para cualquiera que quiera establecer una inversión en Panamá, debe hacerlo a sabiendas, de que es una ciudad llena de ideas, agresividad y "ojo clínico" principalmente para los negocios.

Y que no se diga del Puerto de Colón, que alberga una gran cantidad de empresas que apostadas en este puerto libre de impuestos y aprovechando las ventajas que otorga el Canal, envían, desde aquí, sus productos al mundo.

Tal es el caso de empresas como International Hardware, Best Value, Westinhouse, que desde este lugar envían sus productos a todo el mundo ferretero.

Estos empresarios estimulados por las ventajas que otorga un puerto libre de impuestos, ha provocado que en todo momento se entreguen en una lucha por enviar a los distintos mercados, entre ellos el centroamericano, lo último en moda en cuando al área ferretera se requiere.

¿Y qué pasa con la crisis? Preguntarían algunos... Sin embargo, en Panamá, los empresarios no tienen mucho tiempo para detenerse a pensar en los visos de una crisis, pues la entrada y salida de mercaderías no les permite ver más allá que buscar en todo momento la satisfacción mundial de sus clientes.

**Características del sector ferretero**

El sector ferretero panameño luce por su dinamismo y competencia, sobre todo en su estrato profesional.

En Panamá existen un mercado cercano a los 1150 negocios ferreteros. Estos negocios se instalan entre las ferreterías que podrían llamarse de corte profesional como las tiendas Do It Center, que mantienen altos niveles de atracción entre sus compradores y caracterizadas por tendencias modernas de "retailing", además están las tiendas Novey, Cochez y Cia., entre otras.

Posteriormente, se encuentran las ferreterías ubicadas en puntos de venta como supermercados, donde estos negocios no se limitan únicamente a un solo pasillo,

pues en su mayoría poseen de dos a tres corredores repletos con todo tipo de productos, desde herramientas manuales, pintura, herramientas eléctricas y todo un centenar de soluciones para el sector de reparación.

Una de las ventajas que poseen estos centros ferreteros en supermercados, es que en muchos de estos puntos de ventas los horarios van desde las 12 ó más horas, hasta incluso 24 horas, lo que hace que sus ventas se vean incrementadas y brinden una solución de todo el día a sus compradores.

Igualmente, está otro grupo numeroso de ferreterías con puntos de venta similares a los establecimientos costarricenses. Estas ferreterías, en su mayoría, están en manos de empresarios orientales.

**En Panamá, existe un numeroso grupo de ferreterías con puntos de venta similares a los establecimientos costarricenses. Estos negocios, en su mayoría, están en manos de empresarios orientales.**



parecen conocer la letra menuda y gruesa de las ventas al detalle. De hecho, en Panamá los miran como negocios líderes en este sentido.

Sus tiendas están diseñadas para que los clientes no solo sientan el gusto de comprar, sino que en un mismo sitio encuentren más de lo que buscan.

Se trata de las tiendas ferreteras Do It Center, que en este momento ya cuentan con 10 negocios a lo largo de todo Panamá.

Propiedad de la familia Cohen, esta empresa es reconocida por saber lo que hace, interpretando cada detalle, de lo que sus compradores requieren.

Llegamos muy temprano a una de las tiendas del centro, y mientras esperábamos a ser atendidos aprovechamos para internarnos dentro del negocio.

La división por departamentos, acentuadamente luminicos identificaban el lugar y facilitaban que los clientes pudieran observar en detalle cada uno de los productos en exhibición.

En medio del pasillo principal, se ubicaban las distintas y variadas ofertas del momento, que además de identificar con un "hablador" el producto, también daban a conocer su precio.

La rotulación: "Asesoramiento de Expertos", "Estamos en su Comunidad", "Cuando la Calidad Cuenta", eran los indicios para indicar que el cliente podía comprar con la confianza de una empresa aliada y de un negocio que sabía lo que quería.

Igualmente, la rotulación llamativa entre pasillos, facilitaba la ubicación de cada uno de los departamentos.

En el segundo piso, pues se trata de tiendas de más de un piso, se encuentra todo lo que tiene que ver con la línea de hogar y menaje.

Así, que prácticamente, estas tiendas conforman una oferta para atraer a cualquier tipo de cliente, creando una sinergia entre lo ferretero y la línea de hogar y viceversa.

De pronto, llegó la hora en que nos atendieron. El encargado de recibirnos fue precisamente Michael Cohen, Director Comercial de la cadena Do It Center.

Sabía bien de lo que se trataba, pues sus primeras palabras indicaron que "ya conozco esta revista, sobre todo en su versión digital".

Adentrándonos un poco en el engranaje del negocio, empezamos preguntando sobre la estrategia de expansión del grupo, a lo que Cohen indicó que se planea abrir dos tiendas más en cualquier momento, pues desean estar mucho más cerca de sus clientes panameños.

Todas las tiendas de la cadena tienen en promedio de 3500 a 4000 metros cuadrados.

"Tratamos de que nuestras tiendas sean espaciosas, de que el comprador adquiera sus productos con comodidad y tranquilidad", dice Cohen.

Sobre la idea de exportar este concepto a otros países del área centroamericana como Costa Rica, Cohen no niega que en algún momento se ha pensado.

Sin embargo, recalca y advierte que aunque poseen un brazo exportador fuerte sería entrar en competencia con una de las

**Líderes del "retailing"**



Michael Cohen, Director Comercial de la cadena ferretera Do It Center de Panamá, afirma que hablar con los clientes a diario, les ha dado las pautas para tener éxito al complacer a los compradores.

## EN CONCRETO

compañías del grupo que se dedica a mayorizar y que precisamente toca muchos clientes de Centroamérica, entre ellos Costa Rica.

Precisamente, esta empresa es International Hardware, que es distribuidor internacional de ferretería y para ellos Costa Rica se encuentra ubicado como el segundo mercado más grande de exportación en el área, después del Caribe.

“Aún así, en una de nuestras tiendas cercanas con la frontera con Costa Rica, tenemos muchos clientes ticos, por lo que si en algún momento tomamos la decisión de expandirnos hacia allá, creemos que nos iría bien”, indica Cohen.

Sobre el éxito del concepto en Panamá, Michael destaca nuevamente que recae “en estar cerca de nuestros clientes, donde a la gente le gusta comprar. No tenemos ninguna tienda con problemas de tráfico. Igualmente, tenemos la ventaja de que somos importadores directos y por ello, le damos a los compradores el beneficio directo de fábrica, pues solamente el 2% de nuestros productos se los compramos a suplidores locales. Esto también nos da el beneficio de la velocidad para traer los productos”. Asimismo, como tercer punto destaca el desarrollo de programas como “Cliente Frecuente”, que igualmente les ha permitido conocer y acercarse a los compradores.

“Algo para nosotros muy importante es nuestra cercanía con los clientes. Buscar hablar con ellos todos los días, conocer sus nece-

sidades, saber qué es lo que quieren, lo que buscan. Si uno habla con 3 ó 4 clientes diarios, son casi 100 al mes, y esto nos da una cercanía para mantenernos en constante innovación, dando a nuestros compradores lo que ellos quieren”, asegura Cohen.

Michael dice que en este negocio no pueden quedar detalles al azar, por eso es que la atención personalizada, también forma parte de la filosofía del grupo.

“En cada departamento, tratamos de ubicar al menos 3 vendedores”.

Para lograr esto, cada tienda posee cerca de 60 personas en cada piso de ventas y la más pequeña posee 45.

Según Cohen, las tiendas se identifican, por encima de la competencia, por dar más servicio, por ser más grandes, limpias, “con más personal, mayor inventario activo y más completo”.

### En números

Una de las misiones del grupo, es estudiar el “retailing” en todos sus aspectos, por eso no desaprovechan ninguna oportunidad que les signifique crecer en este sentido.

“Tratamos de visitar ferias a nivel mundial, de ver otros negocios que puedan mostrarnos más del negocio”, advierte Cohen.

Sobre el mercado panameño, indica que este es un mercado regido mucho por precios y precisamente, un proveedor que quiera mantener negocios con la cadena deben tener una visión mundial para los negocios, brindar excelentes precios y estar dispuesto a trabajar bajo el sistema de “retailing” que posee instaurado la cadena.



“De hecho, tenemos algunos proveedores ticos como Grupo Inca, Masonite, Colorisa, entre otros”, afirma Cohen. Sobre los números del negocio, Michael cuenta que “en los últimos 5 años, no hemos tenido ningún año en el que no crezcamos menos del 20% y para este

año, ya estamos acercándonos al 30%”.

Y para muestra está que de las 10 tiendas que posee la cadena, las últimas 7 las abrieron en los últimos 5 años.

En otro dato importante, Cohen comenta que el año pasado, 3,5 millones de personas visitaron los

Do It Center, lo que equivale a la población de Panamá y que la repetición de visitas, mediante el programa de Cliente Frecuente, anda por el 80%.

“Nuestra empresa y crecimiento es 100% capital orgánico. No ha habido necesidad de comprar tiendas o cadenas, de fusionarse

con otras compañías, de aporte de socios. No le debemos nada a los bancos. Todo lo hemos logrado a base de la conquista de nuestros clientes”, asegura Cohen.

Solo el año anterior, esta cadena registró ventas cercanas a los \$100 millones.

Las tiendas Do It Center se caracterizan por su espacio, por estar divididas por departamentos, por lograr que los clientes compren con comodidad y por asegurarse de tener todo lo que los compradores requieren.

# De ferretería en ferretería

Aprovechamos nuestra estadía en Panamá para visitar a varios exponentes de este mercado. En el centro de la, hay varios puntos de venta del supermercado Super 99. Propiamente, en el Centro Comercial El Dorado, poseen una ferretería que cuenta no solo con mostrador, sino con dos pasillos amplios con toda serie de implementos. El mecanismo de atención posee dos modalidades, una es la de autoservicio, y la otra es la de atención técnica mediante el mostrador. Esta parte es para clientes que buscan productos más específicos y poseen más tiempo para recibir cualquier asesoría. En los dos pasillos, también están apostados dos personas como demostradoras para mostrar al cliente la diversidad de productos. Precisamente, en este mes de diciembre, estaban ofertando con la línea de pinturas, aduciendo que fin de año es una de las épocas en las que los compradores más adquieren estas especialidades. Javier Rudas, Encargado del Área de Ferretería, de este supermercado, comenta que la idea es que el cliente encuentre de todo en un solo lugar. “La ferretería es uno de los departamentos más importantes del negocio, por eso está ubicada en el área de mayor tránsito de los compradores, en la entrada”, dice Rudas. Afirma que siempre tratan de tener de todo. “Hay producto

para compradores altamente exigentes, como para los que buscan algo sencillo”. Comenta que las ventajas que posee el departamento es que registra ventas durante las 24 horas del día. “Aquí se vende a toda hora. Hay clientes que no pueden venir durante el día y aprovechan la noche, además muchas veces sucede que las emergencias se presentan en las madrugadas, y de repente se necesita hacer una instalación, y los compradores saben que siempre pueden contar con nosotros”. Afirma que aunque el personal especializado no está las 24

horas, en las madrugadas siempre hay alguien para dar atención a los compradores. Dice que la competencia cercana no los afecta, ya que están muy cerca de un Do It Center. “Quienes nos compran saben que además de salir del apuro ferretero, pueden hacer otras compras, así que encuentran una solución bastante integral”, dice Rudas. Esta cadena posee más 31 supermercados, y en cada uno de ellos no puede faltar el departamento de ferretería. Para Rudas, la capacitación constante es clave. “Aquí viene todo tipo de público y con diver-

sas necesidades, y no podemos darnos el lujo de no conocer un producto. Hay que estar al tanto de todos los detalles, sobre todo con los productos nuevos”. Rudas es el que se encarga de atender a los proveedores y posteriormente recomienda la compra. “Aquí es necesario que el mayorista se comprometa a estar al día con el producto en el anaquel. No pueden haber estantes vacíos”. Asegura que al supermercado ingresa mucha gente, pero que aproximadamente pueden estar atendiendo cerca de 400 compradores diarios.



**Javier Rudas, Encargado del Área de Ferretería, de Super 99, asegura que “aquí se vende a toda hora, pues abrimos las 24 horas y para ello, tratamos de tener un surtido amplio”**

# Ferreterías en Colón



**Las ferreterías de Colón en Panamá, lucen por estar abarrotadas, con productos de todo tipo, como en el caso de Materiales Colón, que cuenta con un área de 2000 metros cuadrados y 28 empleados**

El Puerto de Colón, como todos los puertos, son de esos lugares en los que abunda el calor con humedad hasta la saciedad, el ir y venir de la gente y las distintas empresas comerciales por doquier. Por nuestro periplo, nos internamos en el centro de esta ciudad, sucia por partes, trabada por otras por el tránsito, pero de mucho movimiento. Aquí encontramos, casualmente, una ferretería en manos de un empresario oriental. Se trata de Jaime Sam, Propietario de Materiales Colón. En el establecimiento, en el mismo centro de Colón, se combina el autoservicio con la atención personalizada, donde las gabachas rojas identifican a los vendedores de los clientes. En el lugar se encuentra de todo, y todo espacio se aprovecha para montar cualquier exhibición de producto, que va desde herramientas eléctricas, loza sanitaria, herramienta manual, accesorios eléctricos, e incluso relojes de pulsera y otro tipo de productos de bazar. El negocio es atendido por un total de 28 personas y mantiene un aposento aparte donde se albergan algunas líneas de materiales de construcción. Sam dice que es un mercado regular, pero que no se queja, pues le va bien en las ventas. “Hay mucho cliente en la parte de mantenimiento y a ese mercado es al que apostamos”, asegura Sam. Asegura que para su negocio es

más fácil traer productos desde China, que abastecerse con proveedores a nivel local. “Es poco lo que compro aquí, pues ya tengo proveedores debidamente definidos y que siempre me han ayudado”, dice Sam. Materiales Colón posee un área de 2000 metros cuadrados. “Aquí vendemos de todo y todo se vende. Lo malo es que en el área no hay mucho poder adquisitivo, lo que limita las ventas un poco”. Afirma que como en todo negocio, hay días buenos y días malos. “El crédito lo tenemos limitado, solo permitimos ventas al contado. Abrimos todos los días e incluso sábados. En la parte de materiales, las ganancias son menos, por eso tratamos de vender más de la parte de ferretería”. Afirma que le gusta estar en este negocio y que piensa trabajar unos 5 años más y después pensará en jubilarse. “Me gustaría encontrar un inversionista que estuviera interesado en comprar el negocio”. A la pregunta sobre cuánto valoraba su establecimiento, sin dudar, asegura “para mí vale 1 millón de dólares”. Dice que lo más difícil ha sido llevar un control estricto del inventario, pues no ha encontrado un sistema de cómputo eficiente que le pueda ayudar en este sentido. “Siempre hay faltantes, pero igualmente siempre hay ganancias. Todo está en saber trabajar con orden”, concluye Sam.

# ¡Acampe con sus clientes!

Los artículos de temporada, bien aprovechados, hacen la diferencia en épocas difíciles. Sin embargo, detrás de estos productos, como el camping, hay que reforzar las temporadas con algunos esfuerzos en mercadeo.

Tiendas de campaña, lámparas, focos, sillas, implementos de cacería, cañas de pescar, anzuelos, bolsas de dormir, herramientas de emergencia para vehículo, parrillas, hieleras, cajas de herramientas, tijeretas, cuchillos, machetes, termos, cuchillas, zapatos, entre otros productos, son utilizados por los clientes para acampar en el verano.

De esta pequeña lista en mención, no hay un solo producto que no se encuentre en una ferretería.

Según algunos proveedores de estos productos, es importante que los ferreteros motiven a sus clientes con una oferta pronunciada de productos.

Así que más vale ir alistando las vitrinas o cualquier área de exhibición para mostrar a los clientes las posibilidades que su negocio puede ofrecer para vacacionar.

Lo más importante es asegurarse prácticamente de tener de todo.

Claro está, que algunos de los mayoristas consultados, advierten que el ferretero debe, en primer instancia, asegurarse de adquirir productos de buena calidad, pues si algo tienen que tener los artículos destinados al camping es una buena resistencia ante condiciones adversas.

Las tendencias indican que en el país, las ventas de estos productos se incrementan en el verano, propiamente desde mediados de diciembre, hasta incluso chocar con la Semana Santa y que llegan a representar, durante este periodo, más de un 20% del total.

Tome en cuenta que lo que su negocio no tenga, otro ferretero lo tendrá, por lo que lo más recomendable es asegurarse de que su oferta sea lo más amplia posible.

Empresa	Director ó Gte. Gral.	Teléfono	Producto Estrella
A. Borbón y Compañía S.A.	Vittorino Capra	2222-3737	Cañas y carretes Shimano. Señuelos Rapala. Motores Evinrude
Capris S.A	Werner Ossenbach	2290-0102	Lámparas Bayco
Cofersa	Marco Romero	2205-2570	Grill Life, Spray Nine, Barbour, Chefs Basic Select
Festacro S.A (G&Q)	Greivin Lopéz	2447-7886	Cuchillas y lámparas Hunter
Imp. Camvi JLCR S.A / Soldaduras L.C	Randall Campos	2260-8594	Quest de Pro-Line (tiendas, sillas y catres) / Línea Bonfire (cuchillos, parrilla, cocina de gas y lámparas)
Importadora. América S.A	Erick Bermúdez	2292-2424	Thermos Parrillas Grill Zone y Char Broil Linternas Garrity y Dorcy Ventiladores Lasko Puñales Tramontina Cuerdas para pesca America, Plantillas eléctricas Tostamaster
Rosejo	José Schifter	2296-7670	Linternas Garrity
Sorie International	Niki Sciamanna	2296-2117	Cilindros y lámparas Walkover
Sunny Valley	Patric Manuel	2290-5820	Virginia

Las ventas de implementos para camping, en la época de verano, pueden llegar a significar hasta un 20% del total.



**metabo**  
work. don't play.



## Flexiarapid

Discos de 1.6 mm y de 1.9 mm de espesor

**¡El disco recomendado para aquellas máquinas que no son METABO!**



- El más eficiente en el corte
- Requiere bajo consumo de Watts
- No sobre calienta las máquinas
- Disco de menor espesor

Búsquela en los principales establecimientos del ramo ferretero.  
Pida su catálogo a su representante o llamando al teléfono: 2519-5050



# De camping con International Hardware

Por International  
Hardware

Para los ferreteros que requieran en este verano, contar con una carta completa de productos para camping, es importante que tengan presente la oferta que ofrece en el mercado, International Hardware.

Esta empresa cuenta con una amplia variedad de productos bajo la línea de camping, y que gozan de una alta calidad.

Según Damián Vallarino, Gerente Regional para Latinoamérica, de International Hardware, el elemento diferenciador que poseen los productos de camping de la empresa, es "la calidad de nuestros productos, el asesoramiento en el punto de venta (cómo exhibir) y atención eficiente y rápida localmente a través de nuestro distribuidor y socio estratégico Importaciones CAMVI, S.A.". Sin embargo, además de estas diferencias de alto valor, Vallarino también destaca otras ventajas como contar con línea de campamento amplia, bajo una misma marca especializada en el área y desarrollándose cada día más, de acuerdo "con las exigencias y necesidades del campista actual de nuestros mercados latinos".

Argumenta que con esta línea el ferretero, por ejemplo, no tendrá problemas en suministrar a sus clientes, todos los implementos necesarios para acampar y por ende resolver las vacaciones de sus com-

pradores.

"Manejamos una gran variedad, desde tiendas de campañas individuales, así como familiares, pasando por bolsas de dormir, lámparas y estufas a gas, hasta cuchillas en acero inoxidable para acampar. Se trata de una línea muy amplia", dice Vallarino.

- ¿Por qué los ferreteros deben tener estos productos en sus negocios?

- Hoy, los negocios ferreteros tienen que diversificarse y no solo pensar en las ventas de herramientas y otras líneas de ferretería, sino en productos diferentes tales como líneas de camping, ya que el consumidor le encanta encontrar de todo en su ferretería más cercana, "y sobre todo en un mercado como el costarricense donde el camping es de alta práctica en todo el país".

- ¿Qué ventajas en cuanto a rentabilidad otorgan estos productos a los ferreteros?

- La ventaja está en que el cliente ferretero puede manejar toda una línea completa en nuestra marca QUEST, lo que le permite maximizar sus compras con un solo proveedor, lo que le da mayor rentabilidad. Toda nuestra línea está fabricada bajo altos estándares y cuenta con garantía de fábrica para el consumidor final".

Argumenta que precisamente con este último punto el ferretero puede constatar de que puede contar con un producto que otorga un fuerte respaldo, y que ade-

más, por el valor estético que presentan los productos, hacen que sea una línea aún más llamativa y que brinda mayores facilidades de comercialización.



Damián Vallarino, Gerente Regional para Latinoamérica, de International Hardware afirma que en Costa Rica, los productos de camping, se distribuyen por medio de Importaciones CAMVI, S.A.



## ¡Nos vamos de Campamento!



Distribuye:

**Importaciones CAMVI JLCR, S.A.**  
SOLDADURAS L.C.

Tel. 506 2260-8594 / Fax. 506 2206-8597  
600mts. Norte, 15mts. Oeste y 50mts. Norte de la Iglesia  
Católica Barva, Heredia, Costa Rica - e-mail: camvi.gventas@ice.co.cr

Garantía Internacional Respalda por: **INTERNATIONAL HARDWARE** Zona Libre de Colón, Panamá





# XI EXPO FERRETERA

su herramienta de negocios...



## Congreso Ferretero

Dos eventos simultáneos para tener ideas

Para exhibir:  
Zona Este: Gabriela Alpizar,  
Cel.: (506) 8831-2296 • gabriela.alpizar@eka.net  
Zona Oeste: Braulio Chavarría  
Cel.: (506) 8372-1192 • braulio.chavarría@eka.net  
Para más información:  
Tel.: (506) 2231-6722 ext.147

24 al 26 de abril 2009 Pedregal  
Pre regístrese en [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)

### Expositores confirmados al 17/12/2008



# ¿Cómo vender más?

Esta es la pregunta, que muchas veces no encuentra respuesta, pero que significa la diferencia entre ser exitoso o no, en el mercado ferretero.

Y es precisamente, uno de los temas que serán abarcados en el Congreso Ferretero, bajo el marco de Expoferretera. El encargado de ofrecer esta charla será Jorge Sans, quien tiene más de 20 años de experiencia como director ejecutivo de grandes corporaciones internacionales relacionadas a la industria del "retail" (venta al detalle) ferretero y en la venta de materiales de construcción. Como Vicepresidente Corporativo Comercial del Grupo Corimon Internacional, fue responsable de las actividades comerciales de ocho compañías en seis países, con ventas aproximadas de \$460 millones de dólares anuales. Como Vicepresidente Ejecutivo del grupo Corimon internacional creó la primera cadena de centros del hogar en Venezuela donde también fue responsable de su funcionamiento. Posteriormente, fue gerente general de más de 350 tiendas de pintura y productos de decoración en los mercados de los Estados Unidos, México, Venezuela, Colombia y el Caribe.



dad en Ingeniería Comercial y en Mercadotecnia.

En el sector ferretero y de la construcción hay una variable que los empresarios no pueden pasar desapercibida, y va referida a las acciones diarias que deben realizarse para hacer la diferencia en ventas.

Vender más no significa solamente tener un buen día de ventas, sino alargar este proceso por periodos más extensos, de forma que las compañías adquieran valor, tanto interno como para sus clientes.

Todos los días fluyen ideas de cómo mejorar el proceso de ventas, lo importante es tenerlas a mano y posteriormente, implementarlas.

El negocio de "retailing" avanza todos los días con novedades para aplicar a los compradores, por lo que es importante estar al tanto de todos los pormenores que el negocio encierra.

Vender más, es precisamente el primer paso para crear valor en la empresa y para no ser desplazado por la competencia.

"Estrategias de Ventas:

¿Cómo vender más?"

Conferencista:

Jorge Sans

Cuándo: sábado 25 de abril

Hora: de 4:00 pm a 6:00 pm



Dos eventos simultáneos para tener ideas  
24 y 25 de Abril, La Casona, Pedregal.

#### Temas del congreso:

- Estrategia de ventas: ¿Cómo vender más? **Jorge Sans.**
- ¿Cómo ser efectivo en compras y ventas? Manejo eficiente de inventarios. **Helberth Saravia.**
- Taller de Negociación: Saque el máximo provecho de los negocios con mayoristas. **Edgar Medina.**

#### Participación:

1 charla: \$100 • 2 charlas: \$150 • 3 charlas: \$180

#### Inscripciones:

Tel.: (506) 2231-6722 , ext 150,130,134

Organiza:



## PRODUCTOS FERRETEROS



**Destornillador** en acero de carbono templado. Acabado niquelado. Mazo inyectado de polipropileno.



**Mangueras**  
Mangueras en diversos tamaños y acoples.



**Martillo** en acero carbono SAE 1045. Reforzado y templado. Pintura electroestática negra. Mazo de madera fijo.



**Rastrillo** fabricado con acero carbono de alta calidad. Pintura electroestática. Mango de madera.

**Distribuye:**  
**Transfesa.**  
**Tel.: (506) 2210-8989**



**Cajas para herramientas**  
Rimax. Veridad de tamaños.



**Máquina de soldar** de 125 amperios, con motor Subaru de 9 Hp. Cumple la doble función de ser generador y máquina de soldar. El generador tiene 5500 watts. 3 años de garantía en su totalidad.



Variedad de herramientas manuales Great Neck y Bellota.



**Distribuye: Unidos Mayoreo**  
**Tel.: (506) 2275-8822**

**Distribuye Importadora América**  
**Tel.: (506) 2292-2424**

# Las cosas cambian con el tiempo...



Parte A



Parte B

**Los adhesivos epóxicos de ayer son OBSOLETOS**

- ✓ Más opciones de tiempo de curado
- ✓ Totalmente transparente
- ✓ Dosificación exacta 1:1
- ✓ Más fácil de usar
- ✓ Fácil de tapar
- ✓ No hay errores
- ✓ Proceso más limpio
- ✓ Bandeja y paleta de mezcla incluidos
- ✓ Mejor calidad
- ✓ Mayor resistencia
- ✓ Propiedades insuperables



## Fusion es lo de hoy

**Atención al cliente:**

**(506) 2447-7886**

San Ramón, Alajuela  
50 mts, Sur Iglesia Tremedal



Distribuidora Ferretera G&Q

Distribuidor exclusivo en Costa Rica

[www.fusionpolymers.com.mx](http://www.fusionpolymers.com.mx)

Le recomiendo  
**expoempleo**

Enlace entre empresas y talentos



6,7,8 marzo 2009  
**Hotel Ramada  
Herradura**

Le recomiendo  
ExpoEmpleo, la mejor feria de  
reclutamiento en Costa Rica  
donde las Empresas exposi-  
toras tienen la oportunidad  
de entrevistar a una audiencia  
diversa de empleados poten-  
ciales y mejorar su imagen ex-  
poniendo sus ventajas como  
un excelente empleador.

Horario: 10 am a 6 pm

[www.expoempleo.net](http://www.expoempleo.net)

Organizan:



Para exhibir:  
Anayansi Jaen  
Tel. (506) 8844-4116 • [anayansi.jaen@eka.net](mailto:anayansi.jaen@eka.net)

**METALICA  
IMPERIO**

[ Aprovechando su espacio ]



Racks



Mezanines



Mini Racks



Estantería



Góndolas

**METALRACK**

Tel. (506) 2293-3737 • Fax: (506) 2293-0916  
[info@metalcaimperio.com](mailto:info@metalcaimperio.com) • [www.metalcaimperio.com](http://www.metalcaimperio.com)  
San José, Costa Rica

## Guía de Proveedores

EMPRESA	TELEFONO	FAX
<b>ACABADOS</b>		
Ceinsa	2250-5656	2250-5781
Corporación Macavi S.A.	2293-1476	2293-4594
<b>ACERO</b>		
De Acero de C.V.	2296-2384	2296-2384
<b>AIRES ACONDICIONADOS Y VENTILACION</b>		
CoolSpot	San José: 2226-8071/Jacó: 2643-5256	
MULTIFRIO	Solarium: 2668-1140/Huacas	
<b>ALMACEN</b>		
Almacén Mauro	2220-1955	2220-4456
<b>ALQUILER Y VENTA DE EQUIPO E INGENIERIA</b>		
Esco	2242-2929	2232-3737
<b>AUTOMOTRIZ</b>		
AutoStar Vehículos	2295-0000	2295-0052
Purdy Motor	2287-4180	2287-4311
<b>CONSTRUCCION</b>		
Comex	2288-5500	2289-8407
<b>CONSTRUCTORA</b>		
Constructora Costarricense (COCOSA)	2282-7141	2282-7226
Desarrollos Tecnicos S.A.	2234-0065	2234-1528
Deyspo S.A.	2434-1008	2433-8042
Edificadora Centroamericana Rapiparedes (Edificar)	2519-6900	2232-0504
<b>DEPOSITO DE MATERIALES</b>		
Deposito de Materiales El Domingueño	2244-0571	2244-1766
Deposito El Rafaeléño S.A.	2263-4000	2263-4000
Deposito El Trinitario	2245-2562	2245-3434
Deposito Las Graviillas	2259-5555	2219-6886
Deposito y Ferreteria Los Angeles	2262-3303	2237-4110
<b>DISTRIBUIDORA</b>		
DIPROFESA	2234-7286	2225-3042
Distribuidora Arsa S.A.	2285-4224	2245-6331
Distribuidora Ipacarai	2219-9621	2219-8552
Distribuidora Procasa S.A.	2297-3287	2297-3284
Dsit. De Materiales y Equipos Dismatec Técnica S.A.	2292-0184	2229-0147
Torneca	220-7777	2207-7700
<b>DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS AGRICOLAS</b>		
Imacasa S.A.	2293-3692	2293-4673
<b>ELECTRICO</b>		
Aguila Eléctrica Centroamericana	2261-1515	2237-8759
Almacén Electrico Ronifer	2666-8686	2666-2690
Compañía de Desarrollo Eléctrico, S.A CODELEC	2253-1170	2225-0242
Eaton Cutler Hammer	2247-7600	2247-7683
EBISTIC S.A.	2293-8778	2293-6068
Electro Beyco S.A.	2460-0775	2460-0625
Estomba S. A. (SICA)	2227-4107	
<b>EMPAQUES</b>		
Empaques y Productos Plásticos	2265-6500	2265-6600
<b>ESTRUCTURAS PREFABRICADAS DE CONCRETO</b>		
ESCOSA	2234-0304	2234-0185
<b>FERRERIA</b>		
AG Almacenes González	2537-1515	2537-1638
AGELEC	2494-8996	2494-8995
Consortio Ferretero de San José (COFERSA)	2205-2525	2205-2424

Aquí los empresarios encuentran ideas y soluciones para incrementar su productividad, bajar costos y ser más competitivos.  
Información: Johanna Argüello. Tel. 2231-6722 ext. 130, email: [johanna.arguello@eka.net](mailto:johanna.arguello@eka.net)

## CLASIFICADOS

COSMAC	2260-7575	2260-7575
Do it Center Papagayo	2667-0667	2667-0525
El Colono Cedral	2460-2644	2460-0284
El Electrico Ferretero S.A.	2259-0101	2226-5037
El Fontanero	2247-0733	2236-8686
El Lagar	2259-5959	2259-4575
EPA	2588-1145	2588-1147
Grupo Samboro GS, S.A.	2260-0606	2237-2651
I.B. Industrial	2453-1250	2453-1250
Indianapolis S.A.	2243-1716	2243-1733
Kerniko de Costa Rica	2215-3601	2215-3598

## HERRAMIENTAS

Corte y Precisión de Metales Ltda.	2256-1784	2223-1860
------------------------------------	-----------	-----------

## IMPORTACION

German-Tec de Costa Rica	2220-0303	2220-0310
--------------------------	-----------	-----------

## INDUSTRIA

3M Costa Rica, S.A.	2277-1000	2260-3838
Aceros Centroamericanos S.A.	2235-0304	2235-1516
Eaton Cutler Hammer	2247-7600	2247-7683
Bticino Costa Rica S.A.	2298-5600	2239-0472
DIASA	2443-2425	2440-4656
Espartaco	2242-4603	2272-0237
Laminadora y Trefileria Costarricense	2236-0039	2236-3776
Schneider Centroamerica Ltda.	2210-9400	2232-0426

## MAQUINARIA

Agrosuperior S.A.	2210-5350	2231-5059
Madeco Ltda	8386-4789	2239-1674

## MATERIALES DE CONSTRUCCION

Acerplas S.A.	8878-0164	
Cemex Costa Rica	2201-2002	2201-8202
Centros Industriales Torneca	2207-7777	2207-7700
Comercial Superbloque, S.A.	2293-9162	2293-8324
El Guadalupano S.A.	8814-1786	2280-8631
Henkel Costa Rica Ltda.	2277-4800	2277-4881
Holcim Costa Rica S.A.	2205-3000	2205-2700
Vértice	2256-6070	2257-4616

## MAJORITAS

Difesa	2236-7424	2236-7550
--------	-----------	-----------

## PINTURA

Celco de Costa Rica	2279-9555	2279-7762
Duralac	2257-7075	2256-3719
Lanco & Harris	2438-2257	2438-2162

## PLASTICOS

<b>PLASTIMEX S.A.</b> PALMARES	Tel: 2453-1251 • Fax: 2453-1873 <a href="http://www.plastimexsa.com">www.plastimexsa.com</a>
-----------------------------------	---

## SERVICIOS

Condicon Ltda.	2282-1949	2282-1950
Eivatrom S.A.	2242-9929	2232-6071

## SUMINISTROS PARA FERRERIA

Capris S.A.	2290-0102	2231-4485
Electro Válvulas S.A.	2285-2785	2285-2885
Importaciones Vega	2494-4600	2494-0930

## TIENDAS ESPECIALIZADAS

Cerámicas Mundiales S.A.	2233-0153	2259-8484
--------------------------	-----------	-----------

## TUBERIA

Durman Esquivel S.A.	2436-4700	2256-7176
Eisenkraf - Hermann Schmidt Cia Ltda.	2257-6964	2222-8679

## EN EL CLAVO



Michelle Goddard Royo  
Directora General  
michelle.goddard@eka.net

¿Cuál es el recurso más escaso que tiene usted y el que debe administrar mejor? El tiempo.

Para el gerente o encargado de una ferretería, al igual que de cualquier otro sector, el manejo del tiempo es un elemento que puede hacer la diferencia entre el fracaso y el éxito. Casi siempre, el ferretero dedica gran parte de su día a lidiar con el mantenimiento del inventario, la logística de la compra, relación con los bancos y proveedores, es decir, a tareas que difícilmente le otorgarán una ven-

# ¿En qué invertir el tiempo?



taja competitiva importante en el mercado. De esta forma, es necesario preguntarse: ¿qué funciones deberían catalogarse como prioritarias y prestarles más atención que al resto?

Al tratarse de ferreterías, éstas se clasifican en tres categorías:

Características y decoración del negocio: consiga que su cliente se sienta como un rey y que la experiencia de compra, desde la apariencia de la tienda hasta la colocación de los productos, lo haga sentirse lo suficientemente cómodo. Así, el monto de la compra actual podrá ser mayor y habrán más probabilidades de que regrese a su negocio la próxima vez que necesite algo.

Reclutamiento y capacitación de los depen-

dientes: Ellos son los representantes de la cultura, los defectos y virtudes del establecimiento. Y más allá de los recursos que se dediquen a este rubro, no hay que olvidar que una actitud de servicio por parte de la gerencia hacia los empleados, es la mejor manera que éstos transmitan esa misma actitud de servicio y cordialidad hacia los clientes.

Gestión efectiva de clientes: se refiere a identificar necesidades y cubrirlas con productos o servicios que sirvan para no perder a los clientes actuales y atraer nuevos. Un ejemplo de esto es determinar las condiciones del barrio o zona de influencia de la ferretería y adaptarse a ellas, con horarios distintos o productos específicos.

## LISTA DE ANUNCIANTES

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	Email
Capris	Gerardo Gutiérrez	Director Comercial	2519 50 00	2232 85 25	7 2400	gerardo.gutierrez@capris.co.cr
Coflex	Mauricio Coronado	Vicepresidente	(52) (81) 8389 2800	(52) (81) 8389 2850	N.D	mcoronado@coflex.com.mx
Copper and Tools	Jeysol Miranda	Asistente de Gerencia	2289 96 98	2288 27 74	N.D	info@copperandtools.com
Distribuidora de Hierro y Acero	Eduardo Lang	Gerente General	2233 99 25	N.D	N.D	N.D
Electro Válvulas	Ilka Vargas	Directora	2285 26 85	2285 28 85	1235 2100	ilkavargas@gmail.com
Fusion Polymers de Costa Rica	Walter Miranda	Representante Costa Rica	2260 28 17	N.D	N.D	wmiranda@fusionpolymers.com.mx
Iluminación Tecnolite	Alberto Carvajal	Gerente General	2235 6061	2240 05 18	274 2120	tecnolite@racsa.co.cr
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293 27 80	2293 46 73	N.D	azamora@imacasa.com
Importaciones Campos Rudin.	Oscar Campos	Gerente General	2257 46 04	2257 58 35	1216-2100	camrudin@racsa.co.cr
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494 46 00	N.D	N.D	impovega@racsa.co.cr
Lanco Harris Manufacturing	Ignasio Osante	Gerente General	2438 22 57	2438 21 62	7898 1000	lancoyharris@racsa.co.cr
Mapar Consultores	Johan Portugués	Gerente de Ventas	2228 32 32	2228 32 32	N.D	jportuguez@mapar.us
Metálica Imperio	Mario Solano	Gerente Comercial	2293 37 37	2293 09 16	N.D	msolano@metalicaimperio.com
Prodex	Silvia González	Directora de Mercadeo	2438 23 22	2438 23 41	330 4060	silvia.gonzalez@prodexcr.com
Schneider Electric Centroamérica	Ramiro Alvarez	Gerente General	2210 94 00	2232 04 26	4123 1000	ramiro.alvarez@cr.schneider.electric.com
Soldaduras LC	Randall Campos	Gerente de Ventas	2260 85 94	2260 85 97	N.D	rand77cr@hotmail.com o el soldad@ice.co.cr
Sur Química	Eduardo Fumero	Gerente General	2211 34 00	2256 06 90	2234 11 50	N.D
Transfesa	Oscar Martínez	Gerente de Ventas	2210 89 89	2291 07 31	215 21 50	omartinez@transfesacr.com
Vedova y Obando	Gerardo Ortuño	Gerente Comercial	2221 98 44	2233 21 16	N.D	g.ortuno@vvo.co.cr

## Eficiencia en aplicaciones comerciales

Logrando más con menos

Disfrute y diviértase...nosotros trabajamos en soluciones integrales que buscan optimizar la distribución eléctrica, la seguridad, la conectividad y los costos de mantenimiento en instalaciones comerciales. Asegurando el mejor desempeño del edificio.

Schneider Electric su socio especialista le ayuda ahorrar hasta un 30% en energía eléctrica en hospitales, hoteles, centros comerciales y oficinas. Nuestras soluciones abarcan:

- Monitoreo y control de motores para sistemas de ventilación
- Aires acondicionados, ascensores y escaleras eléctricas
- Control y gestión de iluminación
- Seguridad del edificio en control de accesos
- Grabación y monitoreo de eventos en todo el edificio

"Schneider Electric, asistiéndolo a lograr más con su energía".



## → Rain Block

- Impermeabilizante.
- 150% de resistencia a cambios de contracción y dilatación.
- 100% Acrílico.
- 5 colores de cartilla.



## → Polysil

- Revestimiento decorativo.
- 100% acrílico.
- De alta resistencia a factores climáticos.
- Alta lavabilidad.
- Amplia gama de colores.



## → Magnum

- 100% acrílica.
- Ideal para uso tanto en interiores como exteriores.
- Más de 3000 colores de cartilla.

