

- Arsa vivió su fiesta p.28
- Abonos Agro volvió a sus raíces p.32
- ¿Quién manda en bombillos? p.14

Enredo eléctrico

¿Cuáles normas avalan la seguridad de los materiales eléctricos? ¿Solamente, UL o existen otras? ¿Cómo reconoce el ferretero entre materiales clonados y originales? p18



 / Revista TYT

Suscríbase en: www.tytenlinea.com/digital

MARZO 2014 año 18 / no. 213

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios

**30, 31 Mayo
y 1 Junio 2014**

Instalación de Revestimientos Cerámicos y Minerales

Productos complementarios
con garantía y calidad

¡Mayor rentabilidad para su negocio y mayores beneficios para sus clientes!



Maximix®
Mortero para nivelar pisos



Bondex®
Mortero adhesivo para cerámica,
porcelanato y minerales



Groutex®
Mortero para rellenar juntas

• **Píntame** • **Protégeme** • **Olvídame**



- Fácil de aplicar
- Con poliuretano
- Mayor poder anticorrosivo
- Resistente a la corrosión

Los expertos recomiendan Lanco

Teléfono: 2438-2257 • www.lancopaints.com • Síguenos en 



10 PINCELADAS 31 con posibilidades a Ferretero del Año

12 MERCADEO
Liderazgo empático
Liderar no es dar órdenes únicamente y esperar que se cumplan, es encontrar los espacios propicios para recomendar.

14 EN CONCRETO
¿Quién manda en bombillos ahorradores?

Perfil

- 18 Maraña eléctrica
- 22 ¿Verdaderamente, son rentables los tornillos?
- 28 Arsa vivió su fiesta
- 30 ¡Celebración roja en el Sur!
- 32 Abonos Agro volvió a sus raíces

Expoferretera

40 España y China se vienen para Expoferretera

El Ferretero

44 ¿Licitaciones? Pregunte en Materiales Samuel



Lea en **TYT** digital
tuercas y tornillos
LA REVISTA FERRETERA

Guatemala: Light Tec busca iluminar Guatemala
Panamá: Doit Center: ¡Desde la mira de un comprador!
El Salvador: Nelson Moz sueña en grande en Ferretería Salem

www.
tytenlinea
.com/digital

3112 visitas en la edición digital



TUS EXTERIORES



VIVIRÁN EN VERANO TODO EL AÑO

Para techos y estructuras galvanizadas
nuevas o envejecidas.

Ideal para:
TECHOS ENVEJECIDOS

AHORA
¢11.950 iva

ANTES:
¢17.400 iva



Ideal para:
TECHOS NUEVOS

AHORA
¢16.950 iva

ANTES:
¢24.900 iva



PROTECO

www.grupokativo.com

 /KativoColorFans

Promoción válida del 1 de febrero al 31 de abril del 2014.

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Directora General

Michelle Goddard
michelle.goddard@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Directora Eventos

Carolina Martén
carolina.marten@eka.net

Asesor Comercial

Braulio Chavarría
braulio.chavarria@eka.net
Cel. (506) 7014-3611
Tel.: (506) 4001-6726

Directora de Arte

Nuria Mesalles

Diseño y Diagramación

DO2 - Design Outsourcing Solutions S.A.

Colaboradores

Claudia Montes, Periodista El Salvador
Mynor Martínez, Periodista Guatemala
Vielka López, Periodista Panamá
Ing. Minor Santillán

Circulación

Andrea Moodie
andrea@ekaconsultores.com

Una producción de
EKA Consultores Internacional
Apartado 11406-1000
San José, Costa Rica
contacto@ekaconsultores.com

Reciba una Suscripción Digital Anual de Cortesía*

Llámenos al Tel.: (506) 4001-6724, o ingrese a www.tytenlinea.com y complete el formulario, o escribanos a suscripciones@eka.net y le enviaremos la revista digital. *Aplican Restricciones



En nuestra próxima edición

Abril / TYT 214

Especial: Herramientas Manuales

Llegó el momento de que sus herramientas hagan diferencia. Aproveche la oportunidad que le ofrece TYT de vender todos sus productos en todas las ferreterías del país. Recuerde que las herramientas manuales ocupan más de un 20% en el inventario de los ferreteros.

¿Cómo profesionalizar su negocio ferretero?

En muchas partes del mundo, las empresas ferreteras se han establecido como negocios familiares, y en el pasado, este modelo tuvo éxito, sin embargo, la globalización y la competencia obliga a manejar otros esquemas y a profesionalizar las empresas. Conozca el paso exitoso que han dado muchas compañías que hoy han modernizado sus estructuras.

Cierre Comercial: 17 de marzo, 2014



Anúnciense en TYT Y exponga en Expoferretera

Braulio Chavarría
braulio.chavarria@eka.net
Tel.: (506) 4001-6726 • Cel: 7014-3611

metabo®

+33%

Metabo disco para cortar acero inox flexiarapid super rect.A60-u 125x1.0x22.2mm

Novo-rapid

Flexia-rapid

Flexia-rapid super



	mm		/min	Bestell-Nr.
A 60-U	115 x 1 x 22,23	—	13,300	6.16216
A 60-U	115 x 1 x 22,23	—	13,300	6.16217
A 60-U	125 x 1 x 22,23	—	12,200	6.16220

+33%

de rendimiento vrs el disco tradicional de 4 1/2 o 115

TODOS QUIEREN LLAMARSE METABO, PERO METABO SÓLO HAY UNO

¡RESPALDA SU INVERSIÓN!



Tel.: 2919-5066 • www.capris.cr



¡Haga una juguetería DE SU NEGOCIO!

Una vez en México, un administrador ferretero, definió su ferretería como “la juguetería de los grandes”. Y es que a quienes nos gusta, que nos dejen sueltos en una tienda podríamos calificarlo como un lugar mágico, en el que podríamos pasar un buen tiempo observando herramientas, y aunque parezca lo más sencillo del mundo, hasta cualquier novedad en un pliego de lija.

Por suerte, para todos, de estas jugueterías hay muchas, de diversos tamaños. La única diferencia es que al no ser niños en una juguetería, que no diferencian mucho entre un juguete marca A y uno marca B, el comprador se define entre uno y otro negocio no solo por los “juguetes” sino por el valor que le dan al estar ahí. En otras palabras, requiere sentirse querido...

Y hay detalles, aunque pequeños, que generan en el comprador esa sensación de que lo quieren, atender bien. Por ejemplo, para un vendedor de mostrador, es imposible atender dos clientes a la vez, necesariamente, alguno de los dos terminará marchando por el camino de la insatisfacción.

Todo entra por la vista, y en todo momento, es importante cuidar la imagen de la ferretería. Si por abrir temprano, hay horarios de desayuno, quien está comprando puede vivir sin la información de que “me voy a desayunar, ya vuelvo...”

¿Qué sensación podría sentir quienes están

comprando, con la ferretería llena, de saber que mientras esperan ansiosamente, aún deben dar tiempo para que los vendedores acaben de tomar su desayuno? A algunos se les agota la paciencia, y prefieren caminar los pocos metros o centímetros hacia el otro negocio.

Cuando un comprador encuentra el “juguete” que busca, para muchos ni siquiera el precio es importante. Esto me recuerda la vez que un cliente entró a una tienda en busca de unos audífonos y cuando hizo su pedido, el vendedor dijo: “solo tengo de los más caros y son de este precio...” El cliente se fue sin comprar nada porque entendió que no lo querían, no querían su compra.

La gran diferencia está, muchas veces, en el modo y la forma de atender. Quizás con haber dicho: “Con mucho gusto le muestro los audífonos que tenemos...” Y aunque esto no nos asegure una venta, nos asegura que ese comprador se irá sintiéndose querido, y con ganas de regresar.

A todos nos pasa: las cosas más sencillas, que parecen de juguete, las hacemos difíciles...

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Alto al “no hay”

Leyendo el editorial de la última revista TYT, me gustó mucho el comentario sobre la atención al cliente con los ejemplos que mencionados y debo indicar que a muchos ferreteros se nos olvida que dependemos de nuestros clientes y hacemos de la atención un centro de consulta, donde muchas veces sacamos a relucir el “no hay”. En el comentario se menciona muy bien: debemos ser más asesores, hacer que ese cliente vuelva y nos siga buscando y que las ventas que esperamos llegarán con mayor facilidad, que es fin de nuestro negocio .

Debemos demostrar que somos profesionales en nuestro campo y, no solo decirlo con palabras sino demostrarlo con una buena actitud de servicio.

Me gusta la revista y la sigo constantemente.

Alex Alvarado Serrano
Encargado Telemercadeo
Ferretería Industrial La Florida S.A. Costa Rica
Email: alexanderalvarado@floridacr.com

Bolsa de empleo

Administrador ferretero y ventas

Nombre: César Calderón
Experiencia: 14 años de conocimiento en ventas y servicio al cliente.
Relación con marcas, productos, calidades y garantías en ferretería.

Puestos desempeñados y funciones: administración, proveeduría, jefe de personal, supervisor de sucursales, telemarketing, pago a proveedores, entre otros.

Ferreterías en las que laboró: Ferretería Zúñiga Hermanos, Ferretería Reflejos, Ferreterías El Mar, Ferretería Almacenes Unidos.
Teléfono: (506) 2291-01-32
Correo electrónico: bccesar07@gmail.com

ILUMINESE CON IMACASA



FUERZA EN SU TRABAJO

¿Cómo innovar en un mercado con competidores que venden lo mismo?

“O se es distinto o se está extinto. Lo que lo hizo exitoso en el pasado, no lo va a hacer exitoso en el futuro. Hay que cambiar...”

Así de tajante fue la respuesta que obtuvimos de Mario Morales, especialista en el tema de innovación, cuando le formulamos esta pregunta.

Y va un poco más allá, al decir que:

“las empresas mueren no por ineficiencia sino porque se vuelven irrelevantes para el cliente”.

Destaca que innovación no es igual a ocurrencias y que “los concursos de ideas son un fracaso porque no existe una estrategia. Detrás de la innovación debe existir una estrategia que involucre a la gerencia general y determinar el retorno que generaría”.

Aquí viene lo mejor, porque asegura que innovar es poner en práctica ideas que produzcan valor y hagan sonar la caja registradora, pero para ello se debe destinar recursos para innovar. “En una empresa donde se castiga el fracaso no habrá innovación”, dice Morales.

Para quien esté pensando en innovar en el servicio al cliente, debe tener en cuenta que este factor ya no tiene nada de nuevo, es un requisito y que más bien los esfuerzos deben dirigirse en agregar novedades en la experiencia del cliente. “Cuando se es igual que muchos se cae en la guerra de precios, pero cuando se innova se puede cobrar más porque se es diferente”, asegura Morales.

Universal de feria

Universal de Tornillos sigue de fiesta, y se alista para celebrar este 14 y 15 de marzo, en Guápiles, en el Hotel Suerre, su feria ferretera, por lo que invita a todos los clientes de la zona a aprovechar las promociones y descuentos en tornillería, y otros productos.



Mario Morales, Especialista en el tema de Innovación, afirma que para competidores de productos similares, lo mejor es poner en práctica ideas que produzcan valor y hagan sonar la caja registradora.

ideas, contactos, productos y servicios para su hotel o restaurante
o bar, cafetería, panadería, repostería, soda...

EXPHORE
EXPO-HOTELES Y RESTAURANTES

Martes 6 al Jueves 8 Mayo, 2014
Centro Eventos Pedregal . Costa Rica

Adquiera su Entrada
Adquiera su entrada en www.exphore.com

Exhibición y venta de productos y servicios para el sector gastronómico y hotelero.
Reserve su Stand: Guillermo Rodríguez guillermo.rodriguez@eka.net
Tel.: (506) 8997-1651 Tel.: (506) 4001-6729
Actividades: Reto Barista, Copa Culinaria, Premio XHR, y mucho más... Horario: 11 a.m. a 8 p.m.

Organiza:
Apetito
Una producción de EKA Consultores Internacional

Tel.: (506) 4001-6722
revistaapetito@ekaconsultores.com
www.exphore.com

Revista Apetito
[@revistaapetito](https://twitter.com/revistaapetito)

[/Exphore](https://www.facebook.com/Exphore)

31 con posibilidades a Ferretero del Año

¡Así es! En este momento, el sector designó, por medio del sitio web de Expoferretera: www.expoferretera.com a 31 candidatos que podrían convertirse en el nuevo Ferretero del Año. Para votar hay que acceder el sitio: www.expoferretera.com/ferretero/

Estos son los 31 nominados que el sector ferretero ha designado:

- Dannis Ulate (Fábrica de Niples y Ferretería Dannis)
- Dora Emilia Meneses (El Cipresal Cartago)
- Edgar Jiménez (Ferretería San Rafael S.A.)
- Esteban Vargas (Ferretería Vargas y Araya)
- Fernando Núñez (Almacén Hernán Núñez y Hnos.)
- Freddy Brenes (Ferretería Brenes)
- José Quirós (Arroyo Pisos y Azulejos Porras)
- Mario Otárola (Materiales Otárola)
- Miguel Rodríguez (Depósito Ferretero Pacayas)
- Rodrigo Gazel (Ferretería Fergaz)
- Víctor Argüello Peralta (Materiales Arpe S.A.)
- Eugenio Vargas (Agroservicios de la Península)
- Julio Salas (hijo) (Agropecuaria La Carreta)
- Edgar Picado (Almacén Agrologos)
- Carlos Cordero (Fixsur)
- Fernando Ruiz (Ferretería Boston)
- Gilberth Quirós (El Guadalupano)
- German Quesada (Depósito Las Gravilias)
- Rocío Jiménez (Maderas y Ferretería Buen Precio)
- Sebastián Fait (Construplaza)
- Nelson Méndez (Mercasa)
- Juan Diego Solórzano (Ferjuca)
- Freddy Rodríguez (Rojas y Rodríguez)
- Juan Carlos Chaves (Ferretería Canalete)
- Orlando Herrera (Electrobeyco)
- Diego Barrantes (Coopemadereros)
- José Porras (Almacén El Mejor Precio)
- Santiago Pereira (Ferretería Pereira López)
- Víctor Rodríguez (Ferretería Rojas y Monge)
- Jorge Jiménez (Materiales El Tanque)
- Olga Ruiz (Distribuidor Raver Pinturas)



El Ferretero del Año será dado a conocer el viernes 30 de mayo a las 6 de la tarde, en Expoferretera. El año anterior, este reconocimiento causó sensación en el sector.

KLINGSPOR
Abrasive Technology

LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA EN ABRASIVOS

Capris
Tel.: 2919-5066
www.capris.cr

Pinturas CELCOLOR

Le ofrece **NUEVA**
Pintura Antibacterial
de Alto Nivel



Es una pintura sanitizante especial a base de copolímeros modificados de acetato de vinilo y etileno, recomendada para aplicaciones en hospitales, colegios, quirófanos, clínicas y centros de salud, industria alimentaria, así como en cualquier vivienda, donde se desean acabados de alta calidad y protección para la salud y el medio ambiente.



www.celcodecostarica.com

Tel.: (506) 2279-9555

Pinceladas

Liderazgo EMPÁTICO

Liderar no es dar órdenes únicamente y esperar que se cumplan, es encontrar los espacios propicios para recomendar, pero también, participando directamente en el proceso productivo de la empresa: sobre todo en la parte de ventas.



Para nadie ha dejado de sorprender que el nuevo Papa Francisco sea tan diferente a los anteriores. Todos sus antecesores aparecían hieráticos, fríos y lejanos. Francisco, por el contrario, es cálido y cercano a sus feligreses. Este poco usual estilo papal, ha sido llamado el “efecto Francisco”, que al parecer es el que atrajo a tres millones de jóvenes en su visita a Brasil.

Entre las más notorias diferencias, Francisco rechaza el Mercedes-Benz prefiriendo un viejo modelo Ford Focus. Se autodenomina Obispo de Roma, en lugar de Papa. Calza zapatos negros, de cuero de su tierra natal. No ha querido utilizar la suite destinada a pontífices en el Vaticano, prefiriendo para vivir un pequeño, sencillo departamento.

Los vehículos que se usan demuestran mucho de personas y organizaciones. El automóvil es actualmente el más prominente símbolo de estatus. Muchos compran y utilizan grandes y ostentosos vehículos solo para mostrar, a desconocidos y conocidos, lo poderosos que son. En muchos casos, los carros, en que circulan muchos conductores, son más grandes y mejores que las casas en que viven. Para enorme cantidad de hombres, el automóvil es su “casa”, la adornan e invierten en ella todo lo que pueden. La casa, dicen curiosamente estos personajes, es de la mujer, y ellos no hacen nada en ella.

El ejemplo: poderosa enseñanza

Aunque no nos demos cuenta y nunca lo entendamos, al igual que todos los animales, los humanos aprendemos solo con el ejemplo. Los ejemplos de liderazgo con moderación, probidad, honradez y empatía, se ven rara vez y contadas ocasiones. En el sector público, ya desde antiguos tiempos, la carencia de esas virtudes hizo caer imperios, destruyó naciones que parecían indestructibles.

Antiguo Liderazgo

El liderazgo inculcado por la marina inglesa a sus oficiales, era no inmiscuirse con los marineros. El capitán de una nave de guerra comía solo en su camarote o con otros oficiales en el comedor destinado a ellos. Al personal inferior no se le habla, pregunta o pide opinión, solo se le dan órdenes, que debe obedecer ciegamente. La frase "usted está aquí para recibir órdenes", es algo que se repite mucho por muchos "jefazos". Ese tipo de liderazgo, se hizo norma en las grandes empresas y organizaciones.

Puede parecer muy curioso, pero en contraste con lo anterior, en la tan denigrada edad feudal, los señores usaban comer en grandes espacios del castillo destinado para ello, con todos sus siervos y sirvientes.

No hay que olvidar que el 90% de las reglas administrativas, que hoy estudiamos, emanan de las fuerzas armadas que tuvieron que gestionar inmensas operaciones de guerra, la más compleja de las empresas, o emprendimientos que han existido, existen y existirán. Los manuales de los cuerpos armados han sido la fuente de las normas de administración y recursos humanos.

Estar en la línea frontal

Las lecciones de liderazgo solo puede darlas la experiencia. Francisco tuvo una larga carrera que inicia como cura de barrio y llega a la posición en que se encuentra. Nunca deja de ser un cura que mantiene contacto con sus feligreses, atenderlos, escucharlos. Siempre se encuentra en la línea frontal. No se encierra en una torre de marfil, como sucede con la mayoría de los que se acceden a la dirección de una organización, aunque sea una modesta cooperativa de un lejano y desconocido pueblito.

En las propias palabras de Francisco: "la tentación en que podemos caer los clérigos es la de ser administradores y no pastores. Esto lleva a que, cuando una persona va a la parroquia para pedir un sacramento, o por cualquier otra cosa, ya no le atiende el sacerdote sino una secretaria parroquial que, en ciertas oportunidades, puede resultar una arpía. En una diócesis, había una secretaria a la que los feligreses llamaban la tarántula". ("El Jesuita", Sergio Rubin 2010).

No caer en la tentación de ser administradores

En esa misma tentación de dejar en manos de cualquiera la atención del cliente, pueden caer las empresas y organizaciones. Existen gerentes de mercadeo y venta que no visitan clientes, porque dicen que es labor de los vendedores, que no siempre son lo mejor de lo mejor. No entiendo cómo pueden, esos encargados de mercadeo y venta, evaluar su personal, dales lecciones y ayudarles en sus actividades.

Mucho gerentes caen en la tentación de ser "administradores". Casos hay muchos, especialmente, ahora que la computadora se ha hecho tan popular. Para un gerente de producción, su posición de trabajo es junto a su personal que maneja las maquinas y equipos, haciendo supervisión y capacitación en el trabajo, para que los productos sean de alta calidad y entregados en tiempo, en las cantidades requeridas.

Fuente: www.mercadeo.com



&
LOCTITE®

Que las
**BUENAS
INTENCIONES
SE QUEDEN
PEGADAS
JUNTO A TI**



Tel.: 2919-5066
www.capris.cr

¿Quién manda en BOMBILLOS AHORRADORES?

La tendencia de compra de bombillos ahorradores, lejos del precio, se centra en ubicar proveedores que brinden respaldo sobre las marcas y más del 70% coinciden en que en el negocio deben existir al menos 2 marcas, y 3 máximo.

Ahora que los compradores están metidos de lleno con el tema del ahorro, los bombillos ahorradores han visto aumentada su rotación.

En un sondeo realizado a 70 ferreterías al azar, se le hicieron varias preguntas a los encargados de compra de los establecimientos, con resultados esclarecedores de cómo se mueve el área de bombillos en el sector.

¿Cuál es la marca de bombillos ahorradores que más vende y de qué proveedor? Fue la primer consulta que se les hizo.

La lista agrupa, en orden, las marcas más mencionadas y sus proveedores.

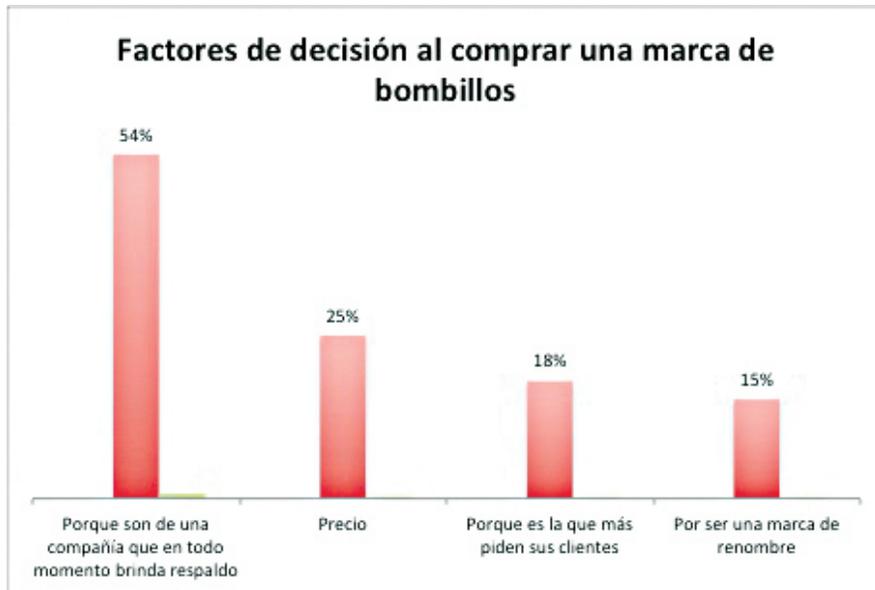
Marca	Proveedor
Best Value	Importaciones Vega
	Electroválvulas
Sylvania	Distribuidora Arsa
	Sylvania
	El Eléctrico Ferretero
	Megalíneas
	Matex
General Electric	Arqdeco Iluminación
Voltech	Unidos Mayoreo
	Finhe
Philips	El Eléctrico Ferretero
	Distribuidora Arsa
	Cofersa
Aguila Eléctrica	Águila Eléctrica
	Distribuidora Arsa
Truper	Unidos Mayoreo
Ful Gore	Casa Electrica
Argos	Elektrosistemas
Ecomax	Tornicentro
Hunter	Elektrosistemas
Tecnolite	Tecnolite
Imacasa	Imacasa
Energic	El Eléctrico Ferretero
Rotter	Más Ferretero



Posteriormente, se le consultó a los ferreteros si escucharían nuevas propuestas de empresas que no tienen como proveedores de bombillos en su lista. Aquí el 87% considera que le daría oportunidad a otros proveedores, pero siempre y cuando otorgaran respaldo de los bombillos y marca que comercializan.

Y cuáles son los factores que el ferretero establece como críticos a la hora de comprarle bombillos ahorradores a un mayorista.

En el siguiente gráfico se observa que para este rubro, el precio se enmarca como un factor de segundo plano. Podríamos decir que el ferretero valora más el respaldo que se traduce en productos a tiempo, garantías, y que la empresa que comercialice tenga un stock permanente de bombillos.



Sobre cuántas marcas se recomienda tener en el negocio, un 73% estima que como mínimo se debe contar con dos, y un máximo de tres marcas de bombillos diferentes, pues el factor variedad agiliza y facilita la venta.

Sobre cuáles empresas de las que les compran bombillos les han brindado un servicio eficiente: entregas rápidas, atención pronta a las devoluciones, reposición rápida de productos, inventario permanente, los ferreteros definieron una lista de empresas que cumplen con este perfil.

Empresas:

- Importaciones Vega
- Distribuidora Arsa
- Unidos Mayoreo
- El Electrico Ferretero
- Arqdeco Iluminación
- Cofersa
- Electroválvulas
- Megalineas
- Tornicentro
- Tecnolite
- Casa Eléctrica
- Matex
- Aguila electrica
- Iluminando Costa Rica
- Abonos Agro

Las mejores herramientas
en su lugar de trabajo

La protección de Kimberly-Clark Professional* se basa en productos de seguridad para ambientes saludables, seguros y productivos.

Kimberly-Clark
PROFESSIONAL*

Tel.: 2919-5066
www.capris.cr

¡Vega

ENCENDIDO!

Por Importaciones Vega

En el sector de bombillos ahorradores, todos buscan diferenciarse para aumentar las ventas, sin embargo, en Importaciones Vega, afirman que más que elementos diferenciadores, poseen valores que hace que el ferretero vea incrementadas sus ganancias y la afluencia de clientes en sus negocios.

Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, afirma que en la vida hay productos que duran, y que duran bastante, y que entre esos están los bombillos ahorradores que comercializan.

- ¿En qué se diferencian los bombillos ahorradores de Best Value a otros del mercado?

- Los ahorradores Best Value son todo un concepto de ahorro energético, y conforman todo un programa con más de 150 modelos, estilos y usos diferentes, teniendo prácticamente un sustituto para cada bombillo incandescente, además la garantía real de 2 años.

- ¿Por qué un ferretero debería contar con estos bombillos y no con los de la competencia?

- Best Value es pionero en la fabricación de ahorradores, la garantía es probada y comprobada, además de que en Vega contamos con una distribución y logística profesionales que es ya característico de la compañía.

Sin factura...

- ¿Cómo funciona el sistema de garantía por 2 años y en qué consiste, qué cubre?

- Cada ahorrador tiene la fecha de fabricación, todo bombillo que tenga menos de 2 años de fabricado y presente algún problema, se cambia automáticamente, sin necesidad de presentar factura. Esto le reafirma al cliente que por un mínimo 2 años, su inversión está garantizada.

- ¿Al otorgar 2 años de garantía, quiere decir que el rendimiento de los bombillos supera este lapso?

- No. La vida útil de los ahorradores es de 8000 horas, y los dos años es el plazo de garantía máxima por defectos de fábrica, pero como no se puede medir la cantidad de horas al día que el ahorrador funcionó, se limita a la garantía hasta 2 años.

- ¿Cuántos bombillos vende Vega mensualmente?

- Entre los 150 modelos aproximadamente, se venden 31000 ahorradores mensualmente.

- ¿Qué tipo de luz ofrecen los bombillos ahorradores: blanca, amarilla, LED, cálida?

- Se tienen todos los tipo de colores de luz, amarilla (2700K), luz día o blanca (6500K), además de la ampliación de iluminación en LED y en esta categoría, precisamente, estamos creciendo con fuerza.



¿Cuántas cosas pasan en 2 años?



2190 COMIDAS
730 BAÑOS MATUTINOS
30 DIAS DE VACACIONES
2 NAVIDADES
1 BOMBILLO



Los Bombillos ahorradores Best-Value son los únicos en el mercado con garantía de 2 años a partir de la fecha de fabricación, sin presentar la factura de compra.

Distribuidor exclusivo: **VEGA**

Maraña ELÉCTRICA

¿Cuáles certificaciones respaldan la seguridad de los materiales eléctricos? ¿Solamente, UL cumple o existen otras en el mercado? El ferretero debe estar preparado para saber qué le venden y qué comercializa, pues como afirman los expertos, con la electricidad no se juega...

Los materiales eléctricos son como las modelos, a simple vista se ven muy, pero muy bien, pero usted no sabe si lo que tienen o muestran es o no falso.

Es por eso, que los materiales eléctricos que se comercializan en el país, de acuerdo con el Código Eléctrico, deben estar de conformidad con una certificación que indique que son seguros para la aplicación que fueron creados. Y en el caso de las modelos, pues vaya usted a saber cómo se podría certificar si lo que exhiben es seguro... Claro, seguro para ellas...

Aquí lo malo, o el punto de discordia, nace porque en el sector se ha desatado desconocimiento y confusión con respecto al tipo de certificación que deben contener estos productos, pero también una falta de ética de parte de quienes distribuyen, pues aún sabiendo que existen no solo materiales eléctricos de dudosa procedencia, sino clones que no poseen respaldo alguno, insisten en tenerlos a la venta.

Más conocida

Una de las certificaciones o entes certificadores más conocidos es UL, que es de Estados Unidos, y sin embargo, muy a contrario de lo que muchos piensan, ésta no es la única que es válida.

Y con esto, ha sucedido que, como el papel aguanta lo que le pongan, a muchos materiales eléctricos, como por ejemplo, breakers, los han clonado y les han consignado que son certificados UL. ¡Así que mucho ojo!

Precisamente, para conocer qué otras certificaciones cumplen de conformidad con lo que el Código Eléctrico establece, sobre todo con las nuevas directrices, agregados o parámetros, consultamos varios especialistas.

“Lo que realmente pide el decreto del Código (Eléctrico) es una declaración o evaluación de conformidad, y normalmente, lo más conocido en el mercado es UL, pero no es la única”, asegura David Castro, Ingeniero de Aplicaciones Centroamérica & Caribe de Eaton.

Las palabras de Castro son secundadas por las de David Ulloa quien es ferretero, y dice que “la gente está cegada o confundida y cree que sólo



David Castro, Ingeniero de Aplicaciones Centroamérica y Caribe de Eaton. “Lo que realmente pide el decreto del Código (Eléctrico) es una declaración o evaluación de conformidad”.



Jorge Vargas, Gerente de Normalización de Bticino, afirma que además de UL, “se pueden usar otras normas internacionales reconocidas, pero el ingeniero tiene la responsabilidad de verificar que los materiales eléctricos estén certificados”. Lo acompañan Ivannia Morales, Gerente de Mercadeo y Federico Calderón, Director General.

UL es calidad o que sólo UL cumple”. Asegura que esto afecta a proveedores y vendedores, “y desde luego, a nosotros los ferreteros, pues se pierde tiempo explicando al cliente que existen otras certificaciones igual de buenas que UL, todo esto por culpa de 2 ó 3 fabricantes que han extorsionado al mismo ferretero”, agrega Norman. Castro dice que el código en ningún momento especifica u ordena sobre alguna certificación en especial. “UL es muy conocida por una influencia norteamericana, y se conoce mucho por la parte de universidades, que cuando dan cursos de diseño eléctrico se basan mucho en el código norteamericano, conocido como NEC”, dice David. Aclara que el decreto lo que solicita es que haya una certificación de conformidad confeccionada por un tercero, y no es de calidad, sino “más bien de seguridad. O sea que quede certificado que el producto es seguro para lo que está hecho”, asegura Castro.

Sondeo

En un sondeo al azar, realizado por TYT, a 15 ferreteros de todo el país, 9 de ellos indicaron

conocer únicamente UL, y 6 afirmaron no conocer ningún tipo de certificación para materiales eléctricos. Rodrigo Otárola, Jefe de la Oficina de Control de Instrumentos Eléctricos del CFIA, indica con respecto a UL que lo primero que hay que tener totalmente claro es que además de ser un laboratorio, UL es un ente emisor de normas de seguridad, y como se indica en el Anexo A del NEC (National Electrical Code), con respecto al listado de las normas UL: “es una guía informativa sobre las características del producto en las que se han basado los requisitos de este Código”, dice Otárola. “Con esto debe quedar claro que a pesar de que las normas UL no son las únicas que existen en el mercado, si son la base para las condiciones de operación y funcionamiento en las que se basa el NEC para establecer las condiciones mínimas del diseño de la instalación”. “Una analogía de esto es que el fabricante de un auto deportivo indique que el combustible óptimo a usar es la gasolina súper, pero usted use gasolina regular, el auto puede funcionar pero no brindará el mismo rendimiento y el motor probablemente tendrá una vida útil más corta”. Otárola firma que teniendo esto en cuenta se debe verificar para cada producto, en primer lugar, cuál laboratorio realiza las pruebas de cumplimiento con las normas, y en segundo lugar, cuáles son las normas de seguridad que se cumplen. “Existen otros laboratorios de pruebas eléctricas como ETL Testing Laboratories, MET Laboratories, NFS International, QPS Evaluation Services, que listan productos bajo las normas UL, en este caso los listados son 100% equivalentes a los realizados por UL, puesto que utilizan las mismas normas”. “Por otro lado, existen otros sellos como CSA, NOM, entre otros, que usan en sus pruebas normas de cada país, en estos casos hay que verificar si estas normas son homologadas o equivalente con las normas UL, lo que requiere un trabajo más elaborado de un profesional, para determinar si



Rodrigo Otárola, Jefe de la Oficina de Control de Instrumentos Eléctricos del CFIA. “Las normas UL no son las únicas que existen en el mercado, pero si son la base para las condiciones de operación y funcionamiento en las que se basa el NEC para establecer las condiciones mínimas del diseño de la instalación”.

efectivamente la norma es equivalente”.

Otárola asegura que tanto el ferretero como el profesional deben tener presente que el objetivo primordial de las normas UL es garantizar la seguridad de los equipos eléctricos, tanto para el usuario como para la instalación, por lo que un gasto es una inversión en seguridad para una instalación que debe tener como mínimo una vida útil de 25 años.

Para Jorge Vargas, Gerente de Normalización de Bticino, el decreto del Código Eléctrico es claro al establecer que “se pueden usar otras normas internacionales reconocidas, pero es el ingeniero que diseña o construye es quien tiene la responsabilidad de verificar que los materiales eléctricos estén certificados”.

Vargas asegura que “aparte de los certificados UL, se pueden instalar otros productos, pero siempre y cuando estén certificados de conformidad, y que sean de verdad, porque nos hemos encontrado en el mercado productos que no están certificados por un ente oficial”.

Vargas dice que al estar regulada la importación de productos, lo más recomendable para el ferretero es no jugarse el “chance” y

comprar productos seguros.

Sin embargo, Vargas señala que ya se está en proceso de introducir regulaciones a los productos importados para que solo se permita el ingreso de materiales eléctricos que gocen de certificación.

¿Y los clones?

¿Pero qué hacer ante los clones? “Como empresa no podemos corregirlo, a no ser que detectemos una falsificación de nuestra marca, pero si no es de nuestra marca, debería existir una denuncia de un cliente, por ejemplo”, agrega Vargas. Y va un poco más allá, al indicar que “con la electricidad no se juega”.

Al respecto, Rodrigo Otárola ratifica que “si es de conocimiento del CFIA que en el mercado hay muchas falsificaciones de productos, muchos que no están fabricados bajo ninguna norma y otros con sellos que no implican ningún cumplimiento de normas de seguridad, sino que más bien se refieren a normas de fabricación, y muchos comerciantes por ignorancia o por dolo, tratan de vender estos productos a los consumidores”.

Para el Director de Desarrollo de Negocios de Schneider, Fernando Escalante, y quien tuvo participación directa en la confección de las nuevas directrices del Código Eléctrico, el ferretero debe ser el primer filtro para detectar aquellos materiales que no cumplen con respaldo.

“Es cierto que aún se requiere de mucha capacitación en el sector, pero ante la duda, perfectamente el ferretero, puede solicitar copia de la certificación que respalda los productos, y si quiere ir más allá, lo puede verificar en el sitio oficial de cada ente”, indica Escalante.

Aunque el Código Eléctrico ni el CFIA establecen sanciones directas a distribuidores, Escalante advierte que en este caso sí se podrían exponer a penalizaciones por parte de otros entes como el Ministerio de Economía Industria y Comercio, el Ministerio de Salud y otras instancias como la Defensoría del Consumidor, y podrían recaer sanciones de carácter judicial y multas.



Fernando Escalante, Director de Desarrollo de Negocios de Schneider, afirma que "el ferretero debe ser el primer filtro para detectar aquellos materiales que no cumplen con respaldo".

Otras normas

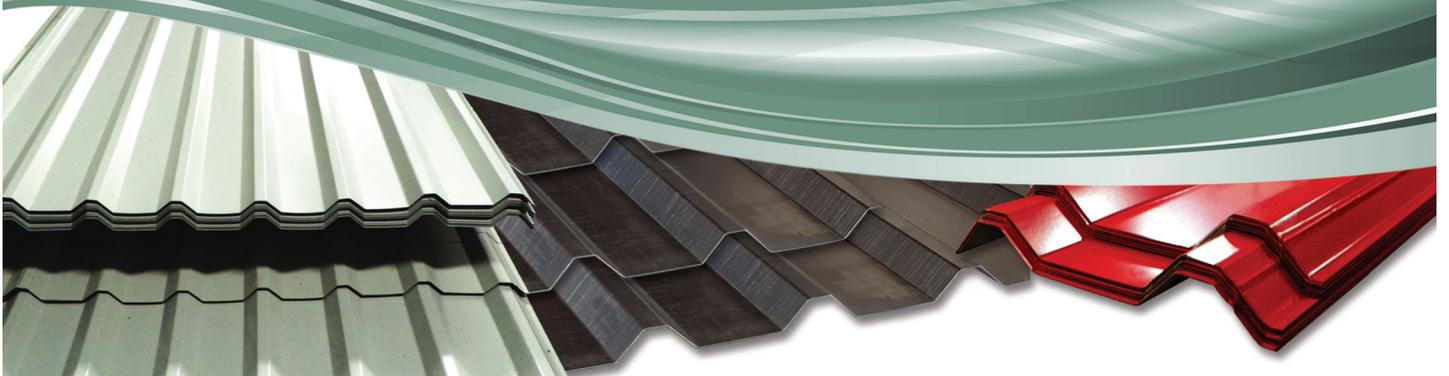
- UL
- Intertek (ETL)
- IEC
- NOM (México)
- CSA (Canadá)
- IRAM (Argentina)
- IMQ (Italia)
- NF (Francia)
- VDE y GSA (Alemania)

El ferretero debe ser el primer filtro para detectar aquellos materiales que no cumplen con respaldo.

DISPIESA 
EN LO MÁS ALTO DE LA CONSTRUCCIÓN

**SERVICIO,
RENTABILIDAD,
VIDA ÚTIL...**

Valores que respaldan nuestros productos



Dirección: La Uruca, 100 mts antes de la entrada principal de migración
Teléfonos: (506) 2282-0641 / 8353-1332 • Fax: (506) 2282-0642 • ventas@dispiesa.com

¿Verdaderamente, SON RENTABLES LOS TORNILLOS?

¿Qué piensan los ferreteros acerca de sus proveedores de tornillería? ¿Le compran al que ofrece mejor precio o esta variable pasó a otro plano?



William Salazar, Administrador y Mario Chacón, de CooproNaranjo



Juan Fernando Zúñiga

En el sector de fijación y tornillería hay una lucha casi a muerte entre proveedores por adueñarse de la mayor parte del pastel del mercado. Pero qué dicen los ferreteros y qué toman en cuenta a la hora de tomar la decisión de comprar tornillos, les será rentable o simplemente se trata de productos que únicamente son necesarios para usarlos como ganchos para vender otros artículos que otorgan más utilidad.

Para William Salazar, Administrador de CooproNaranjo, dice que “nosotros compramos tornillos a quien cumpla con dos variables críticas: surtido, y que tenga un servicio ágil” y como servicio con agilidad aclara que es aquel mayorista capaz de atender las devoluciones, sí las hay, y entregar las mercaderías con rapidez.

Y si una empresa cumple con esto, “nos basta con un proveedor”.

Para Salazar los tornillos que más vende son: gypsum, techo, carrocería, hexagonal, tirafonfo y el pequeño que llaman “frijolillo”.

Más que rentable

Aunque Salazar no habla de precio, para Juan Fernando Zúñiga, de Ferretería Nanán Zúñiga, de Heredia, lo indispensable que debe tener un proveedor de la tornillería es servicio, precio y calidad.

“Es muy difícil que alguien llegue al negocio preguntando si un tornillo es grado 3 ó 4, eso es para clientes muy especializados, pero la calidad sí es importante para no acarrear con el problema de las devoluciones”, dice Zúñiga. Para Juan Fernando los tornillos son altamente rentables, incluso dice que “lo son en un 200%”.

Piensa que en este rubro lo mejor es tener varios proveedores. Afirma que los más vendidos son gypsum y techo.

Ancho y roscado

Juan Carlos Ureña, Propietario de Materiales Ure, dice que el mercado de los tornillos es sumamente cambiante porque la demanda entre una línea y otra varía.

“Para mí lo importante es la calidad. Para elegir un proveedor me fijo mucho en el tipo de tornillos, que no presenten diferencias en el roscado y en el ancho. Me he encontrado con proveedores que manejan distintas calidades”, dice Ureña. Recalca que si un proveedor mantiene una calidad estable, prefiere mantenerse con uno. Dice que la tornillería es sumamente rentable.



Juan Carlos Ureña (izquierda)

En La Uruca NO SE GUARDAN NADA...

Por Tornillos La Uruca

Aunque siguen siendo de corazón tonillero, en Tornillos La Uruca mantienen una fuerte apuesta basada en servicio y respaldado con una serie de productos y marcas, que según su Gerente de Ventas, Denis Córdoba, ayuda al crecimiento del negocio de sus clientes.

“Seguimos siendo muy fuertes en tornillos”, dice Denis, y enfatiza que “también hemos incorporado otras marcas con productos vanguardistas que hace que las empresas atraigan más compradores”.

Rápidos

Ridgid, rodamientos Blickle, equipo para madera Steel City, son solo algunas de las marcas y productos que la empresa ha hecho llegar a las tiendas ferreteras.

“Sabemos que el ferretero requiere contar con los productos lo más rápido posible, por eso apostamos al servicio con tiempos de respuesta en cotizaciones y entregas de mercadería mucho más rápidos”, agrega.

Córdoba dice que precisamente mantener ese servicio en el sector, los ha llevado a cosechar un crecimiento promedio de un 20%. “Seguimos enfocados en tornillos, pero también le llevamos al ferretero otros complementos para que aumente sus ventas”, sostiene Córdoba.



Denis Córdoba, Gerente de Ventas de Tornillos La Uruca, asegura que las marcas que posee la compañía, acompañados de su especialización en tornillos, procuran ayudar a los clientes en su crecimiento en ventas.

TORNILLOS

La Uruca

Felicita a su vendedor SATA del mes de Enero el señor Randall Chacón Quirós.



Sata Forjando el Mercado Internacional

SATA®

Marca perteneciente al grupo Apex Tool donde podemos encontrar marcas como Nicholson, Armstrong y Weller.

Posee las normas ANSI, DIN y tiene un ISO 9001 Que la certifica como herramienta con garantía de por vida.



Tel: (506) 2256-5212

Fax: (506) 2258-3909

www.tornilloslauruca.com

Tornicentro es MUY TORNILLERO

Por Tornicentro

Aunque comercializan también otro tipo de productos, su gerente general es claro al indicar que mientras otros se desenfocan, ellos no pierden el norte y siguen manteniendo la especialidad en tornillos.



David Sossin le sonríe al mercado de los tornillos, pues dice que posee más de 8 mil tipos diferentes, y su enfoque está basado en crecer en esta área. Actualmente, posee cerca de 800 clientes.

Para David Sossin, Gerente General de Tornicentro, dice que mientras algunos competidores se han desenfocado y hasta han perdido especialización, en su empresa sucede todo lo contrario.

“Es cierto que ofrecemos otros productos complementarios, pero seguimos siendo especialistas en tornillería, pues con eso nacimos y los más de 25 años de experiencia en el mercado, nos dan el criterio suficiente para saber todo lo que se requiere en esta área”, dice Sossin.

Tornicentro existe desde hace 7 años, y actualmente, se ubica en San Joaquín de Flores, en Heredia.

Asegura que ha visto como poco a poco algunos de sus competidores han decaído en el mercado. “Estos espacios los hemos aprovechado para

recuperar terreno y aumentar nuestra cartera de clientes”, asegura.

Manifiesta que una diferencia que hace la empresa en el mercado, es que “como dueño estoy involucrado con el sector y trato de hablar todos los días con los clientes, eso nos da no solo un acercamiento, sino que nos permite saber con claridad cuáles son las necesidades claras del negocio de los tornillos”, dice David.

Experiencia

Otro punto fuerte y que recalca el gerente es su equipo de trabajo, con gente que en promedio tiene 10 años de atender el mercado ferretero.

“Aquí hay mucha gente que trabajó al lado de mi padre –Marvin– en Torneca, y ahora lo hacen conmigo. Es gente que siempre ha trabajado con tornillos y se conocen muy bien el nicho, lo que los convierte en expertos en el tema”.

David sabe que su empresa es pequeña en el mercado, quizás, el más pequeño de todos, pero eso no lo desanima, pues dice que las cosas se construyen de a poco.

“Lo más importante es que tenemos una clientela que nos ha sido fiel”, destaca Sossin.

Precisamente, para corresponder esa fidelidad, David dice que han conseguido ser más eficientes en el tema de las entregas de mercadería.

“Mientras la competencia tarda hasta 1 semana para entregar un pedido, nosotros lo hacemos en 24 horas en el Gran Área Metropolitana y 48 horas en las zonas rurales”.

Sabe que uno de los valores que más conquista ferreteros es mantener una calidad constante en los tornillos y por eso dice que “yo sí cuido la calidad. Por ejemplo, en tornillo para techo tengo con doble galvanizado, de color amarillo, y sé que solo nosotros lo tenemos en el mercado”.

Recalca que este tornillo no solo alarga la vida útil de los proyectos en zonas costeras donde se requiere que los materiales sean resistentes a ambientes salinos y de humedad, sino que evita devoluciones que regularmente causan molestias.



Hexagonal Métrico



Hexagonal Inoxidable



Gypsum Punta Fina



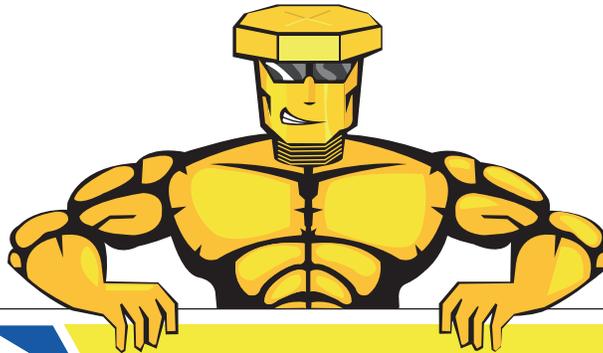
Hexagonal Grado 5



Expander



Arandelas



“Los Expertos en la Tornillería”

•Entregas al mismo día

•Pregunte por nuestro servicio de acomodo de sus centros de tornillos



Tornillo de Ventaneria



Brocas HSS



Gypsum Punta Broca



Carroceria Gr2



Tornillo Techo



Tirafondo

Tel.: 2265-7474
Ventas@tornicentro.la
www.tornicentrocr.com

Alma DE TORNILLOS

Por Universal de Tornillos

Precio, servicio y surtido, son tres variables que para Universal de Tornillos no solo son esenciales, sino que toman una radiografía a su propuesta de valor que todos los días llevan hasta sus clientes.



Actualmente, esta es la sede central de Universal de Tornillos. En este momento, existen proyectos firmes de expansión.

“Cuando un cliente nuestro ha logrado especializarse en tornillos, hemos notado que su empresa crece porque le termina atrayendo muchos tipos de clientes y negocios”

Óscar Castellanos
Gerente General de
Universal de Tornillos

Sin dejar nada al azar, reconocen que actualmente el mercado exige que cualquier proveedor no solo sea el que lleva los productos a las tiendas, sino que el brinda asesoría, y acompaña al cliente hasta en el proceso de venta.

“Entendemos que en este mercado, el ferretero requiere de proveedores eficientes en las entregas, con productos que luzcan por su calidad, ojalá constante, y por eso nuestro enfoque ha sido convertirnos en ese proveedor que requieren”, dice Óscar Castellanos, Gerente General de Universal de Tornillos.

Castellanos dice que su empresa sigue especializándose cada vez más en la parte de tornillería, pero que además, sin que signifique perder este enfoque, han incorporado un mix de productos que son muy complementarios. “Sabemos lo que el ferretero requiere y queremos satisfacerlos”, dice Castellanos.

Castellanos asegura que cuando al catálogo se le agregan otra serie de productos, además de la tornillería, los clientes exigen que se tenga el mismo soporte y respaldo. “Eso lo sabemos y es lo que aplicamos y que tengamos otra serie de productos no significa que perdamos nuestro enfoque tornillero”.

Tornillos estandarizados

Muchos ferreteros buscan una calidad en tornillos estandarizada, que los productos que compren hoy, tengan el mismo desempeño mañana...

Ante esto, Castellanos dice que la empresa se cuida mucho en lo que comercializa.

“Al ser especialistas en tornillos, tenemos proveedores internacionales que también poseen esta especialidad, y así nos aseguramos de mantener un

estándar”.

Y va un poco más allá, al indicar que estamos en capacidad de ofrecer todas las certificaciones de calidad que respaldan los tornillos y que pueden ofrecer a los clientes que lo requieran.

Castellanos dice que los tornillos generan un muy buen margen de utilidad y cuanto más amplia la variedad, más los beneficios.

“Cuando un cliente nuestro ha logrado especializarse en tornillos, hemos notado que su empresa crece porque le termina atrayendo muchos tipos de clientes y negocios”, asegura Castellanos.

Dice que para que un cliente sea especialista en tornillos, no está solo “porque nosotros lo acompañamos en ese proceso de asesoría para que no solo tenga tornillos de alta rotación, sino otros que igualmente complementan y genera clientes de otras industrias”.

Para Juan Carlos Bolaños, Gerente de Ventas de la empresa, esa asesoría que “damos a los clientes les ha permitido crecer, porque al instalar un centro de tornillos en la ferretería, hemos visto como, por ejemplo, compradores industriales, se han acercado a las tiendas”.

Somos los especialistas en Tornillería



TORNILLO HEXAGONAL:
G-2, G-5, G-8, MM...



TORNILLO ALLEN:
CILINDRICO, PLANO,
BOTON, PRISIONERO...



TORNILLO GYPSUM,
TECHO, ESPECIAL...



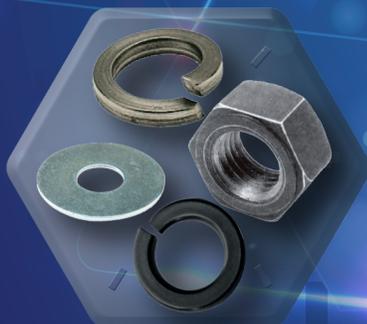
TORNILLO INOXIDABLE,
BRONCE...



SU TORNILLERO DE CONFIANZA



ANCLAJES,
REMACHES Y EXPANDER...



TUERCAS Y ARANDELAS



TORNILLO METAL,
ESTUFA, MADERA...



TORNILLO CARROCERIA
TIRAFONDO, Y BARRAS...

Arsa VIVIÓ SU FIESTA

Distribuidora Arsa celebró su 20 edición de su Festival Ferretero. Además de los descuentos y promociones, en cada uno de sus productos, la empresa aprovechó para mostrar a los clientes el potencial de marcas propias como Graciela, que aporta novedad, sofisticación y belleza.



Dos generaciones! Manuel Salas y Luis Fernando Arguedas, Gerentes Generales, de Distribuidora Arsa, acompañados de sus hijos: Esteban Salas y Luis Fernando Arguedas, integrados de lleno a la empresa.

“Aquí hay de todo para nuestros clientes”, fueron las primeras palabras de Fernando Arguedas, Gerente General de Distribuidora Arsa, cuando nos recibió en las instalaciones de la compañía. Un verdadero desfile de marcas y productos fue lo que pudimos observar. Cada una de las casas proveedoras se “pulizó” a lo grande para atraer a los compradores que llegaron desde todo el país. Calor humano y un encuentro entre amigos, fueron los calificativos de los ferreteros que se hicieron presentes a la actividad durante uno de los fines de semana de febrero.





Una fuerte cantidad de clientes acudió a las instalaciones de la empresa atraídos por la cantidad de productos y líneas.

**seguimos
siendo
TU MEJOR
OPCIÓN**

 **TORNECA**
Grandes ideas. Grandes soluciones.



¡Celebración roja EN EL SUR!

En uno de los fines de semana de diciembre pasado, Grupo Materiales, como dicen “lanzó la casa por la ventana” y durante tres días, en todas sus 5 tiendas, puso descuentos, actividades y promociones para todos sus compradores.



Juan Carlos y Odilio Villalobos se encargaron de recibir a los primeros compradores que llegaron a Sabalito en busca de las ofertas. Ambos coinciden en que los descuentos hay que hacerlos y no a cualquier producto, sino aquellos artículos de alta rotación para que genere impacto en los clientes.

Y como las cosas para contarlas hay que verlas, podemos decir que en Aguabuena, San Vito, Laurel, Potrero Grande y Sabalito, el Fin de Semana Rojo se vivió en grande por los compradores que, ya con tres años de experimentar esta actividad, acudieron a la cita.

De acuerdo con Odilio Villalobos, Presidente de Grupo Materiales, una actividad de este tipo no podría ser posible si además de los precios, no se agregan ingredientes como innovación y asesoría personalizada en cada uno de los puntos de venta.

Los 80 colaboradores que conforman el grupo, sabían que la faena era fuerte, ya que durante los tres días, todas las tiendas debían estar abiertas desde las 6 de la mañana.

Una buena parte de proveedores se unieron a la fiesta, que por medio de stands con productos y asesoría, promovieron la venta.

“Se trata no de dar un descuento cualquiera... Sino todo se hace pensado en establecer descuentos para aquellos productos que tienen mayor rotación. No es una actividad de vender por vender, es para que los clientes le saquen provecho”, cuenta Villalobos.

Afirma que solo en este fin de semana se llegó a atender un promedio de 3 mil compradores. “Las promociones solo se hacen durante este fin de semana. Después de eso, los precios regresan a su estado original, por así decirlo”.



Sistema controlado

¿Y cómo lo logran, cómo hacen para que el sistema aplique los descuentos por 3 días y después los elimine? Villalobos cuenta que eso lo

Así lucía la tienda de Sabalito. Un ambiente de fiesta con el predominio del rojo que es el color oficial del grupo.

tienen contemplado, y que la experiencia les ha enseñado cómo hacerlo.

“Una persona nos da el servicio con el sistema para los códigos de barra en el fin de semana registren un precio, y el lunes, el mismo sistema asigna los precios originales”, dice Villalobos.

Las tiendas de Grupo Materiales se basan en tres formatos básicos: materiales de construcción, ferretería y hogar.

La última que abrió el grupo fue en Laurel, muy cerca de la frontera con Panamá. La tienda tiene cerca de 1100 m², situada en un terreno de más o menos 2250 m², y la atienden cerca de 13 personas.

Según Odilio, la apertura de esta tienda se debió a que la zona registra una economía muy estable con la industria de la palma aceitera que se cosecha todo el año.

“Apostamos fuerte a Laurel y sentimos que nos va a ir bien”, recalcó Villalobos.



Esta es la última conquista de Grupo Materiales: la apertura de su nueva tienda en Laurel. Muy cerca de la frontera con Panamá.

Seguimos INNOVANDO



**Herramienta
100% Brasileña**

**Pensamos en CALIDAD,
pensamos en UD.**



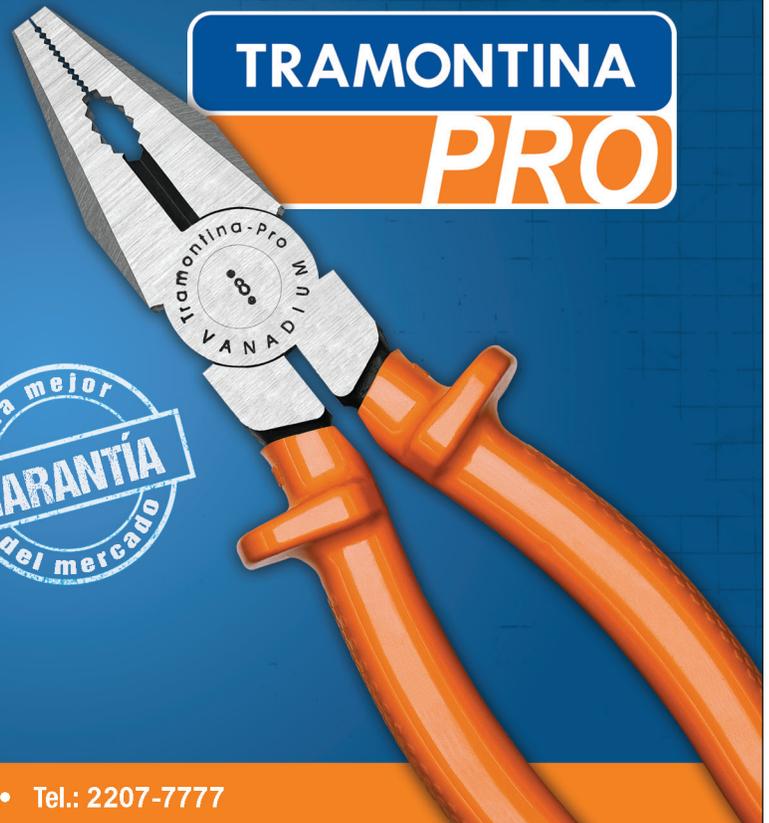
TORNECA

Grandes ideas. Grandes soluciones.

Distribuido por



**TRAMONTINA
PRO**



www.torneca.com •  Grupo Torneca • Tel.: 2207-7777

Manrique Jiménez, Gerente Comercial de Mayoreo Ferretería y Acabados de Abonos Agro, dice que están experimentando aumentos en las ventas por el orden del 25% y 30%.



Abonos Agro volvió A SUS RAÍCES

Tres etapas fotografían de cuerpo entero a Abonos Agro, una empresa de tradición que supo conquistar el mercado ferretero, tanto que hasta El Progreso de Guatemala no se pudo resistir a invertir y comprarla, pero hoy, nuevamente, retorna a sus antiguos dueños, en una etapa que denominan de más agilidad, menos burocracia y más enfoque.

Hay engranajes, por ejemplo, de un carro, una motoguadaña, y hasta los de un reloj, que el propio fabricante podría eliminar para hacerlos más eficientes o de mejor desempeño, y por eso vemos comúnmente, la llegada de nuevos y mejorados modelos...

Citamos este ejemplo porque lo mismo sucede con las empresas... Si bien es cierto, en la gestión de negocio es necesario deshacerse de engranajes o piezas para tener éxito, también es cierto que hay algunas partes que son inamovibles.

Decimos esto para entrar de lleno a relatar la historia que desde hace algún tiempo se viene tejiendo alrededor de los hilos de Abonos Agro, un mayorista de todos conocido en el sector de ferretería y materiales para la construcción.

Bueno, resulta que ese día llegamos, ahí a La Uruca, donde está la parte de mayoreo y que ahora se llama MFA (Mayoreo Ferretería y Acabados), precisamente buscamos sentarnos con Manrique Jiménez, Gerente Comercial del grupo, y que me imagino, ya irán entendiendo el porqué anteriormente, les hablaba sobre el asunto de los engranajes y piezas clave. Precisamente, Jiménez estuvo en el grupo desde que era comandado por los Pujol, posteriormente se mantuvo en el cambio cuando Abonos Agro fue adquirido por El Progreso de Guatemala, y ahora que está en manos de tres socios: José Alberto Castillo, Ricardo Mora y una parte importante aún sigue en manos del Grupo Progreso, Jiménez sigue teniendo la confianza de su lado.

“En un inicio Abonos Agro funcionaba como una sola razón social, pero cuando se vino lo de la venta y, al tiempo, la invitación por parte del Progreso para participar accionariamente a José Alberto Castillo y Ricardo Mora, la empresa se separó en dos sociedades, por eso hoy somos: Aceros Abonos Agro y Mayoreo Ferretería y Acabados (MFA), y se manejan con independencia”, cuenta Jiménez.

Más ventas

A raíz de este nuevo cambio, o nueva etapa, para llamarlo por su nombre, Jiménez dice que las ventas han mejorado, incluso reportan crecimientos por el orden del 25% y 30%, lo que indica que el mercado ha aceptado el cambio.

“Tenemos muchas oportunidades de mejora aún. Queremos presentarnos

a los clientes con precios muy estables, con entregas rápidas de no más de 48 horas”, asegura y a la vez, afirma que “queremos recuperar algunas estrategias que en un momento descuidamos”.

- ¿Entonces, no es casualidad observar una bodega con más dinamismo y hasta más producto?

- Sobre todo, en la mañana hay mucho dinamismo, los camiones saliendo mucho más temprano. Gente trabajando sin obstáculos o trabas que a veces impone la burocracia. “Y claro, la llegada de estos dos socios, dos hombres que todo el mercado conoce, han traído como otra inyección a la empresa, pues la filosofía de Ricardo Mora y José Alberto Castillo, es ir muy de la mano con el recurso humano y la gente se siente muy identificada”.

- ¿Qué aprendieron con Grupo Progreso?

- A Progreso hay que agradecerle mucho. Con ellos aprendimos a ser muy ordenados y nos dieron muchas oportunidades de actualizarnos en la parte de gestión empresarial, además es gente con un gran sentido humano.

- ¿Y qué siente que les ha venido a dar esta administración?

- Dinamismo, agilidad, toma de decisiones inmediatas, experiencia, y amplio conocimiento del sector.

- ¿Podríamos hablar de esta etapa de Abonos Agro como la vuelta a las manitas?

**LÍNEA PREPARADO
AUTOMOTRIZ DE**



**NEGRO PARA CHASIS
BLACK CHASSIS PAINT**

**REMOVEDOR DE PINTURA
PAINT REMOVER**

**MASILLA PLÁSTICA 15100
LIGHTWEIGHT BODY FILLER**



AUTOMOTIVE PRODUCTS

TEL.: (506) 2448-8155  
info@pinturasalfa.com / www.pinturasalfa.com

La administración ha vuelto a sus raíces y ha hecho que la organización se dinamice más. Y la ventaja para la parte de mayoreo, es que nos hemos enfocado más.

¿Crisis?

- En el mercado se llegó a hablar de que Abonos Agro estaba en crisis. ¿Qué hay de cierto?

- Para nada hay crisis. Hemos pasado por momentos fuertes por cuestiones de mercado o por estrategias no bien ejecutadas o bien planteadas. Quien dice que estamos en crisis es porque así lo quisiera.

“Enfrentamos situaciones de faltante de algunas líneas porque proyectamos ventas menores y nos pasó que fueron mayores, pero son cosas que a término de un mes, ya van a estar solucionadas. “Si a eso se le puede llamar crisis, entonces que vengan todas”.

Jiménez afirma que incluso ahora la operación se ha vuelto mucho más ágil en la parte de crédito, al ser más negociadores con los clientes. “Nos han dado la oportunidad de empoderarnos y nos está yendo bien. De esta gestión que estamos desarrollando, nuestros proveedores son testigos y pueden dar fe de que ellos se han beneficiado”.

- ¿Hay más marcas ahora?

- Diría que estamos igual. Hemos salido más a ferias a buscar productos nuevos y otras alternativas de negocio. Y queremos agregar más a nuestra oferta de producto.

- ¿Y qué pasó con las líneas que se fueron como Makita?

- Entendemos la posición de Makita, que al ver tanto cambio, quizás se preocuparon, asustaron, se sintieron inseguros y tomaron su decisión, y que ojalá les vaya bien.

“La ausencia de una marca no debilita la operación porque no podemos depender de una marca. Ellos se fueron y llegó Milwaukee. Y con la llegada de esta marca, nuestras condiciones de cara al mercado en herramienta eléctrica mejoraron mucho porque ahora le podemos dar más a los clientes. De hecho, compramos más del 50% de lo que le comprábamos a Makita”. “Viakon que fue otra marca insigne nuestra, considero que fue una decisión de ellos, respetable, pero ahora estamos con Phelps Dodge y puedo decir que hasta estamos colocando más cable en el mercado que antes”.

Manrique asegura que todas las etapas vividas por el grupo han ayudado a que la empresa madure, se mantenga en el tiempo y aumente su competitividad, y esta principalmente, la asume con especialidad: como un reto.

**“La ausencia de una marca no debilita
la operación porque no podemos
depender de una marca”**

Tendencias en TECNOLOGÍAS, DE PROTECCIÓN

Es importante concientizar el riesgo que puede ocasionar la corriente eléctrica y el uso inadecuado de las protecciones en una instalación eléctrica. Es común subestimar los riesgos que pueden tener un inadecuado diseño eléctrico, tomando en cuenta que tan solo una corriente eléctrica de apenas 0.05 amperios podría resultar ser dañina para una persona. Para hacernos una idea de cuánto es esta cantidad, un tomacorriente sencillo de cualquier casa puede dar una descarga de hasta 20 amperios, lo que ya es 400 veces superior a la cantidad que puede ser nociva, (considerando que se den las condiciones adecuadas), de aquí la importancia de hacer una buena selección del equipo que va a conformar el sistema de protecciones de nuestra instalación.

En primera instancia, la selección de los correctos disyuntores termomagnéticos, o mejor conocidos como breakers, nos puede ayudar de manera muy significativa a proteger la integridad de nuestra instalación.

Inspección

Los breakers funcionan de manera que protegen a los usuarios, equipos y al propio cable de descargas eléctricas muy elevadas. La función del breaker es desconectarse cuando se sobrepasa la corriente para la que está diseñado o bien cuando aumenta significativamente la temperatura del cable conectado al circuito del breaker. De aquí la importancia de revisar la instalación cuando se tiene un breaker que está constantemente desconectándose.

Es muy posible que estemos sufriendo de sobrecalentamiento o hay una sobrecorriente que sobrepasa los límites de protección. Si este fuera el caso, es recomendable realizar una inspección de la instalación con el fin de detectar el problema.

Una variante de breaker que se introduce con el nuevo código eléctrico, son los Interruptores de circuito por falla de arco o breaker AFCI.

Los breakers actuales se desconectan al detectar alguna chispa a lo largo del circuito eléctrico, evitando que algún chisporroteo en la instalación pueda generar cualquier tipo de riesgo.

Otra consideración que debe tenerse presente, es el uso de Interruptores de Circuito de Falla a tierra, o tomacorriente GFCI. Este tipo de tomacorrientes son autoprotectidos, esto significa que en el momento que el tomacorriente detecta un corto circuito, por si mismo se desconecta, protegiendo tanto al equipo eléctrico que tenga conectado, como al usuario que esté usando el



Por Ing. Minor E. Santillán Badilla.

ADECA

Asesoría y diseño eléctrico de Centroamérica

San José, Costa Rica

Tel.: (+506) 8310-3428

Email: adecasrl@gmail.com

equipo. Estos tomacorrientes deben ser usados para lugares con presencia de humedad, por ejemplo cocinas, baños y cuartos de lavado, donde la presencia de agua y la humedad podrían conllevar a provocar un corto circuito no deseado.

Es de vital importancia tener estas consideraciones al elegir las correctas protecciones para una instalación eléctrica y siempre seleccionando a un profesional debidamente calificado, tanto para hacer el diseño eléctrico como la instalación y productos con su debida certificación..

EN EL CORAZÓN

de los abrasivos
y accesorios

Por DeWalt

Para que una herramienta eléctrica tenga un alto desempeño, se requiere de tener a la mano accesorios y abrasivos que igualen su calidad, por eso DeWalt puso en el mercado de abrasivos, sus discos ultrafinos para corte de metal. Los accesorios y abrasivos representan casi el 60% de las ventas de la empresa.

Rafael Serracín, Encargado de la Línea de Accesorios para Costa Rica de DeWalt y Black & Decker, dice que estos discos vienen en dos presentaciones: amarillo y negro.

“La principal ventaja que tienen estos discos contra los de su competencia, es que poseen la mejor relación precio – calidad del mercado”, asegura Serracín.

Y bueno, a la pregunta de cómo podría asegurar esta relación por encima de otros discos de la competencia, Serracín enfatiza que “hemos hecho pruebas que nos lo confirman”.

¿Qué tipo de pruebas? El especialista dice que lo primero que se ha hecho es tomar los discos, medirlos y pesarlos, posteriormente, con cada uno, se hacen 40 cortes en una platina de 1/4" X 2", se cronometra el tiempo que tarda cada disco en hacer los cortes y al final, se vuelve a medir y a pesar.

“Por el rendimiento de nuestros discos, basados en esta prueba de tiempo y dimensión, podemos decir que somos muy eficientes en esa relación de precio y calidad”, asegura Serracín. Estas pruebas se realizan con los discos DeWalt y los de otras marcas.

Amarillo y negro

¿Y por qué en dos colores? El especialista dice que el amarillo responde a fabricación alemana para cubrir una necesidad de mercado de un disco de alto rendimiento y el negro se comercializa para un sector de mercado de usuarios que requieren un producto con precio más accesible, pero sin dejar de lado la calidad.

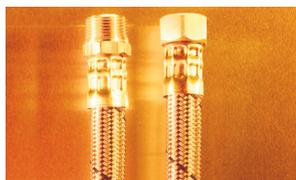
Además de las presentaciones, en ultrafinos, DeWalt también posee todos los discos convencionales.

“Las ventas de discos y accesorios representa el 58,7% de las ventas y para que los ferreteros estén mayor capacitados en el uso de accesorios, ofrecemos asesorías donde los clientes lo requieran. Los abrasivos y accesorios poseen características técnicas que si se emplean mal, hace que su rendimiento se vea alterado”, concluye Rafael.

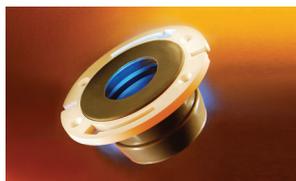


COFLEX: 25 años de innovación en plomería

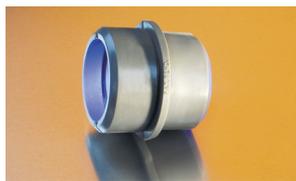
Durante más de dos décadas, Coflex ha contribuido al desarrollo de la industria de la plomería en México y el continente Americano.



Desde sus inicios en 1989, con la introducción del concepto de flexibilidad en las conexiones para agua y gas, Coflex se ha distinguido por ser una empresa innovadora en los ámbitos tanto organizacional, como humano. La búsqueda de mejores soluciones para la industria de la plomería ha sido siempre un valor preponderante de la cultura corporativa de Coflex.



La constante innovación que implementa en sus procesos de fabricación, sistemas de calidad y tecnología, así como el profesionalismo y compromiso de su capital humano, la colocan como una empresa de clase mundial.



A través de estos 25 años, Coflex ha invertido recursos estratégicamente para impulsar su evolución. Coflex cuenta con la planta más grande y de mayor capacidad productiva en el ramo en América Latina, para abastecer gran parte de la demanda actual de conectores flexibles en los mercados latinoamericanos. Su tecnología de investigación y manufactura es de vanguardia en México, lo que le permite ofrecer una verdadera amplitud de líneas para adecuarse a las necesidades de cada uno de los mercados a los que sirve.



Este año se inauguró una nueva planta, cuya principal actividad será la inyección de plástico empleando diversos tipos de resinas para asegurar la calidad de los productos que comercializa.



En Coflex, las exportaciones iniciaron hace más de quince años y en la actualidad se ha consolidado su presencia en todo el Continente Americano. Este año iniciamos operaciones comerciales en Estados Unidos ofreciendo productos para el mercado de la plomería.



Con una cultura permanente de innovación y esfuerzo, Coflex sostiene su compromiso de ofrecer productos de calidad, que brinden confort y tranquilidad al usuario final. Para lograrlo, Coflex ha obtenido importantes certificaciones internacionales como ISO-9001, SICAL, IAPMO, NSF, ICONTEC... las cuales dan soporte a los procesos de la empresa. Asimismo, Coflex ha recibido reconocimientos oficiales por la calidad de sus productos y procesos en México.



Aunada a estas líneas de acción, la política de calidad de Coflex motiva a su equipo de trabajo a mantener una vocación común de servicio hacia los clientes y un enfoque de innovación continua buscando introducir al mercado y patentar soluciones inspiradas en el beneficio de sus clientes.



Solución LED. CECI 90 4 W CECI 120 3W , CECI 160 7W Resistente a los ambientes salinos y uso exterior. 20 mil horas. Marca Fumagalli.

Distribuye: Arq-Deco Iluminación
Tél.: (506) 2272-4007



Solución LED. Tommy 7w y 10W Lámpara para jardín o pared. Resistente a ambientes salinos. 20 mil horas. Marca Fumagalli.

Distribuye: Arq-Deco Iluminación
Tél.: (506) 2272-4007

Solución LED. Mini Tommy 4w Lámpara para jardín o pared. Resistente a ambientes salinos. 20 mil horas. Marca Fumagalli.

Distribuye: Arq-Deco Iluminación
Tél.: (506) 2272-4007



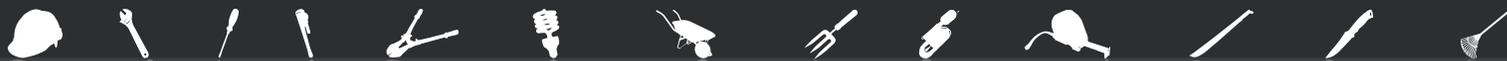
Lámpara LED Best-Value E33416. Watts: 7W. Factor de poder: >0.371. Horas de vida: 30000. Color: 6400k. Base: E27. Voltaje: 130V. Tamaño: 60 x 110mm.

Distribuye: Importaciones Vega
Tél.: (506) 2494-4600

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



CLOSETMAID®

CLOSETS MODULARES

CM 1840



Ancho: 1,22m a 1,72m
Profundidad: 40cm

CM 1940



Ancho: 2,13m a 2,74m
Profundidad: 40cm

CM 2105



Ancho: 1,52m
Profundidad: 30cm

CM 2108



Ancho: 1,52m a 2,44m
Profundidad: 30cm

KIT DE REPISAS



IDEALES PARA COMPLEMENTAR CLOSETS

1021- 61 x 30 cm
1031- 91 x 30 cm
1041- 122 x 30 cm
1061- 183 x 30 cm

1075 - 61 x 40 cm
1079- 122 x 40 cm
1081- 183 x 40 cm



Soluciones para la
organización
del hogar

Hoggan Internacional S.A.
Tel: 2244-5880 • Fax:2244-3370

 /Hoggan.Closetsypuertas • www.hogganint.com

expo

FERRETERA

su herramienta de negocios



ESPAÑA Y CHINA

SE VIENEN PARA EXPOFERRETERA

Expoferreteria está que arde, pero arde en expositores y productos... Tanto así que ya se han incorporado dos delegaciones de empresas provenientes de China y España, y está por confirmarse otra con empresarios de Portugal.



A estas empresas también se les sumarían otras compañías que vienen de Estados Unidos, México, Guatemala, entre otros países.

Del lado de las empresas españolas, Grupo Panorama de España, es el ente encargado de reunir a las empresas interesadas en exponer en Expoferreteria y ofrecer todas las facilidades para la exploración en este mercado.

Antonio Miranda, Ejecutivo de este grupo afirma que el objetivo del grupo de fabricantes españoles que acudirán a Expoferreteria es, principalmente, “fortalecer nuestra exportación y dar a conocer nuestros productos, en muchos casos de primera línea, que compiten en mercados tan exigentes como Alemania, Francia o Italia”.

“Son, casi todas, empresas con tradicional carácter exportador (algunas están en más de 20 países), y otras, necesitan ayuda porque, dada la situación económica de nuestro mercado, deben salir al exterior, y no tienen tanta experiencia”, dice Miranda.

Dice que para ellos, la feria es un foro ideal, tanto por la idiosincrasia de las personas, “pues somos muy cercanos en carácter, por el idioma, por la ubicación geográfica y Costa Rica posee mercados limítrofes importantes”.

Argumenta que Costa Rica es un mercado muy atractivo para los fabricantes españoles. “Algunos llevan tiempo queriendo ir y hay algunos que ya tienen la experiencia de haber ido a visitar varias empresas e incluso han estado como visitantes en Expoferreteria”, asegura Miranda.

“Solo el hecho de que estas empresas que ya conocen Expoferreteria quieran volver, es buena señal y significa que han visto mucho potencial en este mercado”.

Miranda dice entre las empresas pueden adelantar que en la exposición tomará parte el mayor fabricante español de ruedas para mobiliario e industria: Ruedas Alex, Pentrillo que es fabricante de herramientas para el pintor, Panter, el mayor fabricante de calzado laboral, Rombull Ronets, de cordelería, Gahibre, fabricante de guantes profesionales, Gala Gar,



de los más importantes fabricantes españoles de compresores y grupos electrógenos, Cintacor que fabrica barras de cortina y accesorios para ventanas, así como Orfesa, especialista en grifería y ahorro de agua.

“Esperamos llevar más de 15 empresas, pero aún estamos a la espera de que más empresarios nos confirmen”, dice Miranda.

10 empresas chinas

Igualmente, cerca de 10 empresas provenientes de China estarían en la feria.

Se trata de fabricantes de productos como herramientas manuales, herramientas eléctricas, materiales eléctricos, sujeción, tornillería, maquinaria para la construcción, accesorios eléctricos, paneles solares, bombillos LED, materiales eléctricos, plaquería, discos abrasivos

y de corte, generadores eléctricos y a gasolina, soldadura, plomería, grifería, entre otros.

Yi Baishui Yi, de CMEC International Exhibition Co., Ltd., encargados de traer a los empresarios chinos, aseguran que los productos chinos tienen un gran potencial, pues estos se distribuyen en todo el mundo, y ven a Costa Rica como una oportunidad para hacer crecer sus negocios.

“Con el objetivo de abrir un nuevo mercado para hacer más comercio internacional, las empresas chinas irán a su país para asistir a esta feria”, dice Yi.

En el área, Costa Rica es el único país centroamericano que ha establecido relaciones diplomáticas con China, “por lo que representa un mayor atractivo. La feria nos ha ofrecido una buena oportunidad para encontrar compradores profesionales de todo Centroamérica”.

Apunta que “Costa Rica es un país famoso, conocido por muchos países y que tiene mucho potencial. En junio pasado, nuestro Presidente Señor Xi, visitó su país para fomentar más la amistad”.





¡Yo también voy a expo

¡Y ya tengo mi Entrada Gratis*!

Adquiera su entrada gratis en www.expoferretera.com
o llámenos al Tel.: (506)4001-6738
(Precio de la Entrada en el evento \$7)

FERRETERA!

su herramienta de negocios

30, 31 Mayo y 1 de Junio, 2014 • Centro Eventos Pedregal • Costa Rica

Más de 100 empresas exponiendo productos y servicios para ferreterías y construcción
Reserve su stand: Tel.: (506) 7014-3611. **Horario:** Viernes y Sábado de 11a.m.- 8p.m. y Domingo de 11a.m- 6p.m.



Servicio de transporte
Reserve su espacio
Tel: (506)4001-6736

Organiza:



/Expoferretera Costa Rica
www.expoferretera.com

Expositores confirmados al 28 de Febrero, 2014

Expositores



Empresas de Costa Rica



Delegación de China



Delegación de España



Empresas de México



Empresas de Guatemala



¿LICITACIONES?

Pregunte en Materiales Samuel

Materiales Samuel, de la mano de Mauricio Robles, basa su estrategia de negocio en tres estrategias: creatividad para innovar, estudio exhaustivo de catálogos de sus proveedores y participación en licitaciones para vender más.

Al ir bajando, a la derecha, después del Empalme, y con el frío prácticamente, encima, llega un momento en que cambia todo: la temperatura cambia, sale el sol, y empieza a anunciarse un paisaje de zonas verdes y cafetales a lo lejos, que invitan a la pregunta obligada: ¿de verdad, este mercado de la Zona de los Santos es bueno para la ferretería?

Seguimos avanzando porque si queríamos responder a nuestra interrogante, había que llegar y constatarlo. Al arribar a San Marcos de Tarrazú, por un momento creímos disipar nuestras dudas, y claro nos dijimos, siendo una zona tan cafetalera, con procesadoras y tostadoras, la oferta ferretera debía basarse en herramientas manuales y agrícolas, y quizás algunos insumos.

Adentrados ya en lo que tiempo atrás fue Ferretería Lena y hoy es Materiales Samuel, de inmediato salió quien por más de 20 años, 21 para ser exactos, ha estado al frente del negocio como ferretero. Él es Mauricio Robles, un amante de la ferretería y un apasionado de esos que se toma el negocio tan en serio que basa su estrategia en algo más allá de lo que el mercado le exige: la creatividad para aumentar las ventas.

Y entre sus “secretos” más importantes está su colección de catálogos que los proveedores le han entregado o bien recoge en las ferias del sector –que por cierto no se pierde ninguna- a las que asiste. “Prácticamente, me los sé de memoria, y si me llega alguno nuevo, lo remuevo al archivo hasta que lo haya estudiado”, dice Robles, quien afirma que es una forma de saber qué mayorista distribuye cuáles productos y así se atiende mejor a los clientes y no se pierde tiempo buscando qué empresa podría traérselo.

Mauricio sabe que el servicio es esencial en este mercado, que es casi como una obligación, por eso da un paso adelante enviando dos camiones diariamente donde los proveedores: uno que se va en busca de los pedidos más urgentes y está de regreso al mediodía, y el otro marcha por lo que se debe entregar al día siguiente.

“Además tengo el control de la llegada de los camiones de los proveedores, para hacer los pedidos como máximo el día antes. En este negocio, el cliente no espera mucho”, dice Robles. Otra de las estrategias que implementa, como él mismo asegura, es tener cosas raras. “Hace unos días, entró un comprador buscando un soplete específico que se pegara a un cilindro de 25 libras y otros detalles y lo encontré aquí. Se lo conseguí en Arfosa porque los vi en una Expo y aún conservábamos el catálogo”.

Manifiesta que si no se aprende un catálogo de memoria, siempre que

va a las ferias, visita todos los stands para así recordar la mayoría de productos que distribuyen las empresas, y es así como ha resuelto las necesidades más peculiares de sus clientes.

“Si se le logra vender esa cosa extraña a quien la necesita, y que ha buscado por varios negocios, es un comprador que va a venir siempre a este negocio, además de que le da a la ferretería una imagen de que en verdad sabemos lo que hacemos”, recalca Robles.

18 de 21

Mauricio es de los que piensa que cualquier venta por pequeña que sea hace diferencia y para ello dice que el equipo de trabajo es fundamental.

Y precisamente, al buscar cómo vender más, se han puesto creativos y en este momento apuestan con fuerza a ganar licitaciones del Estado.

“De 21 proyectos que han salido en la zona, solo en 3 no tuvimos participación. Hemos creado un equipo que se encarga de todo lo que tiene que ver con licitaciones. Una vez que iniciamos el proceso, cuidamos cada detalle, porque cualquier omisión o error, o una simpleza como que el documento vaya sin timbres, un precio ruinoso, nos deja fuera”, afirma Robles.

Y aunque sean procesos engorrosos, Mauricio dice que para ellos ha sido una forma de competir. “Cuando el mercado se contrae, nos obliga a buscar nuevas formas de crecer”.

Y a base de licitaciones, según dice, han construido varios colegios e incluso se han convertido en proveedores de la Caja y otras instituciones.

Dice que esto fue ver una oportunidad y tomarla.

“En esta vida, y en este negocio, todos los días se aprende, se des-aprende para volver a aprender”.

Y para mantener el control de un negocio con 36 personas, dos bodegas y una ferretería que suman 2300 m2, y una clientela promedio de 300 compradores, Robles dice que todo se resume en: “confianza en la gente”.

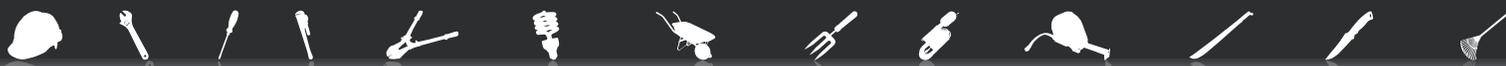


Mauricio Robles (de tercero), Administrador de Materiales Samuel, en San Marcos de Tarrazú, dice que cuando los mercados se contraen toca ponerse creativos, por eso buscan traer cosas que la competencia no tiene e innovar en la venta por medio de la participación en licitaciones.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Apartado	email
Black & Decker	Kenia Delgadillo	Coord. Mercadeo	(506) 2234-7286	N.D	N.D	kenia.delgadillo@sbdinc.com
Capris	Peter Ossenbach K	Gerente General	(506) 2519-5000	(506) 2520-1579	7-2400 San José 1000, CR	peter.ossenbach@capris.co.cr
Celco de Costa Rica	German Obando	Gerente General	(506) 2279-9555	(506) 2279-7762	N.D	gobando@celcocr.com
Hoggan	Milena Solano	Mercadeo	(506) 2256-8680	2233 33 95	N.D	
Imacasa	Andrés Zamora	Gerente General	(506)2293-2780	(506)2293-4673	N.D	azamora@imacasa.com
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	(506) 2494-4600	(506) 2444-8351	N.D	rvargas@importacionesvega.com
INTACO	Roger Jimenez	Gerente Comercial	(506) 2211-1717	(506) 2222-4785	N.D	roger.jimenez@intaco.com
Kativo	Adriana Brenes	Gerente de Mercadeo	(506) 2518-7300	N.D	N.D	adriana.brenes@pintuco.com
Lanco Harris	Ignacio Osante	Gerente General	(506) 2438-2257	(506)2438-2162	N.D	lancoyharris@racsa.co.cr
Pinturas Alfa	Vianey Molina	Gerente de Ventas	(506) 2448-8155	(506) 2448-5119	N.D	vianey.molina@pinturasalfa.com
Sur	Ricardo Chanto U	Gerente Ventas	(506) 2211-3741	N.D	N.D	r.chanto.u@gruposur.com
Tecnolite	Alberto Carvajal	Gerente General	(506) 2235-6061	2240 05 18	N.D	acarvajal@tecnolite.co.cr
Torneca	Luis F. Quesada C	Gerente General	(506) 2207-7777	2207-7700	N.D	lquesada@torneca.com
Tornicentro	David Sossin	Gerente General	(506) 2239-7272	2239-2828	N.D	dsossin@tornicentro.la
Tornillos La Uruca	Denis Córdoba	Director Comercial	(506) 2256-5212	N.D	N.D	ventas@tornilloslauruca.com
Universal de Tornillos y Herramientas	Óscar Castellanos	Gerente General	(506) 2243-7676	N.D	N.D	gerencia@unitorni.com
Distribuidora Piedades	Sergio Zamora C	Gerente General	2282-9015	2282-2872		szamora@dispiesa.com

Encuentre el talento que su empresa necesita en **expoempleo**



Enlace entre empresas y talentos

Del 5 al 7 de Setiembre
Antigua Aduana
www.expoempleo.net

facebook.com/ExpoempleoCR



¡Reserve su stand!

Sergio Murillo
Asesor Comercial
Tel.: 4001-6747
Cel: 7014-3610
sergio@ekaconsultores.com

Mariela Smith
Asesora Comercial
Tel.: 4001-6739
Cel: 7014-3608
mariela@ekaconsultores.com

Organizan:



Patrocinan:



LA COMPAÑÍA DE HERRAMIENTAS MÁS GRANDE DEL MUNDO

DEWALT® STANLEY®



Con el respaldo de la **MÁS GRANDE**
RED DE CENTROS DE SERVICIO del país.

SAN JOSÉ

APLECSA

Paseo Colón. Avenida 3, calle 22 y 24.
De Torre Mercedes Benz, 200 mts al norte y
50 mts al este. **Tel: 2257-5716**

VILUGUI

Guadalupe, de Palí de Novacentro 25 mts
norte, 25 mts oeste. **Tel: 2280-4940**

SAN Y SAN

Desamparados, 100 mts sur de la Iglesia
Católica, Centro Comercial La Villa,
local #24, segundo piso.
Tel: 2219-9571

REPUESTOS JUANCA

Pérez Zeledón, San Isidro del General,
75 mts del Hotel Chirripo. **Tel: 2771-2269**

CJ CUATRO LA RECTA

Pérez Zeledón, San Isidro de Pérez Zeledón,
600 mts al sur del hotel la Hotelera, sobre
carretera Interamericana Sur.
Tel: 2772-4411

CARTAGO

SERVIPARTES CARTAGO

Cartago, 125 mts oeste de Tienda Pigo Pérez.
Tel: 2553-3758

TALLER TAMARA

Turrialba. 225 mts este de la Iglesia Católica
San Buenaventura. **Tel: 2556-1568 / 67**

HEREDIA

REPUESTOS UNIVERSALES

Heredia, 100 mts al norte y 25mts oeste del
Banco Nacional. **Tel: 2237-3351**

LIMÓN

SERVICIOS ELÉCTRICOS DON JUAN

Guápiles, 50 mts sur del INS, fte. Iglesia
Salón del Reino Diagonal a Universidad
UACA. **Tel: 2710-2780**

ALAJUELA

MULTISERVICIOS SOTO

Alajuela, costado sur antigua estación de
Alajuela. **Tel: 2442-7287**

PARTES GENUINAS

Palmares, 125 mts norte de la Iglesia
Católica. **Tel: 2453-0871**

ELECTRO ATENAS

Atenas, 50 mts norte de los Tribunales, frente
al parque de Atenas. **Tel: 2446-4590**

SERVICIOS ELÉCTRICOS DEL NORTE

San Carlos, del Banco Popular 50 mts oeste.
Tel: 2460-1830

GUANACASTE

TELCA CHOROTEGA

Nicoya, 450 mts oeste del I.N.S
Barrio la Cananga. **Tel: 2685-6111**

CENTROS DE SERVICIO AUTORIZADOS

Light Tec busca ILUMINAR GUATEMALA

Por Mínor Martínez

Con mayor ahorro y una larga vida, la iluminación LED está ganando terreno en el mundo, y en Guatemala no es la excepción. Hace poco más de cuatro años surgió una marca local, Light Tec, que compete y sabe que a futuro esta será la tecnología más usada. Sólo en China se produce más del 90% de estos productos.



Ricardo Castillo, Gerente de la empresa Rimsa, dueña de Light Tec, asegura que la mayor ventaja de la tecnología LED es el ahorro que se obtiene, que puede oscilar entre el 65% y 95%.

Ciudad de Guatemala.- El valor agregado de la marca es la garantía que se ofrece del producto, asegura Ricardo Castillo, el joven emprendedor, quien ha desarrollado el concepto y comercialización de la marca, y quien compartió con TYT su experiencia de introducir un nuevo producto tecnológico.

- ¿Cómo inició el concepto de la marca Light Tec de iluminación LED?

- Cuando nació la marca estaba comenzando en el mundo la comercialización de la tecnología LED, y los precios ya comenzaban a bajar, lo que propició que este tipo de iluminación fuera más accesible al público.

“Conocimos la tecnología LED en Monterrey, México, en varios proyectos donde se utilizaron luminarias de este tipo. Al observar que la inversión se pagaba en poco tiempo, consideramos que era el momento de poder introducirla a Guatemala, con una marca propia, y fue así como surgió Light Tec”, cuenta Castillo.

- ¿Cuáles son las ventajas del LED frente a otras tecnologías?

- La mayor ventaja es el ahorro que se obtiene, que puede oscilar entre el 65% y 95%, dependiendo la luminaria que se va a reemplazar. En el caso de Light Tec, ofrece que se mantiene la misma luminancia que las otras bombillas a las cuales se sustituye.

“Otro de los factores de ahorro es la vida útil, que pueden llegar hasta las 50 mil horas, frente a luces incandescentes que solamente duran alrededor de mil horas, e incluso frente a las fluorescentes que lo más que pueden durar son ocho mil horas”.

“También podemos mencionar el factor de temperatura, ya que una luminaria LED genera solamente el 10% de calor de lo que genera una incandescente, lo que permite que los espacios sean más frescos y se utilice menos aire acondicionado”.

110 lúmenes

- ¿Cuáles son las ventajas que ofrece Light Tec?

Nuestro producto es “costumizado” o sea, hecho a la medida de las necesidades locales, porque trabajamos cada uno de los productos junto con la fábrica, lo que nos permite que los conozcamos a fondo y estemos atentos a los avances tecnológicos.

“Además, utilizamos materiales de buena calidad, como en el caso de los chips LED o emisores de luz, que cuentan con los mejores estándares (hasta 110 lúmenes por centímetro cuadrado)”.

“Estamos cambiando el paradigma de que un precio más alto significa una mejor calidad y por ende uno más bajo es menor calidad. Estamos compitiendo en el mercado con ambos factores, calidad a buen precio, eso nos ha logrado mantenernos competitivos”.

- ¿Cómo se ha desarrollado en el país el comportamiento del mercado LED en los últimos cuatro años?

- A pesar de ser una tecnología nueva, se observa un mercado muy competitivo, debido al ahorro que ha demostrado que genera, lo que ha

producido un crecimiento también por el lado de la demanda.

“En el último año y medio, se observa también un interés a nivel público y privado, gracias a la misma reducción de precios. Y es que en Guatemala hay un factor determinante, porque el costo de la electricidad es elevado, con precios hasta 20 centavos de dólar el kilovatio hora, lo que ha provocado que la población busque alternativas como el LED para bajar las facturas”.

- ¿Cuál cree que es el futuro del LED, llegará a popularizarse como las otras tecnologías?

- Desde hace cuatro años a la fecha, hemos visto como han bajado considerablemente los precios, hasta en un 50% de esa cuenta ya que hay mayor demanda de los productos LED.

“Muchas empresas a nivel mundial se han incorporado a la producción e investigación de esta tecnología. Solo en China (donde se produce el 90% de LED) existen más de cuatro mil empresas que producen luminarias de este tipo”.

“Esta se convertirá en los próximos años en la iluminación común, accesible para todos.

De hecho en cinco años, estará sustituyéndose todo lo que es luminaria incandescente y también la fluorescente”.

“Ya en Estados Unidos y Europa la importación y fabricación de bombillas incandescentes está prohibida, y se están vendiendo únicamente los remanentes de inventario, de una tecnología que sobrevivió cien años, pero que hoy es sustituida por una mayor eficiencia”.

- ¿Cómo ha sido la expansión de Light Tec y que hay para el futuro?

- Nuestra idea es clara, nosotros somos solo distribuidores de la marca y la ofrecemos a vendedores al detalle, quienes llegan al consumidor final. Nosotros cuidamos mucho la línea de empresas distribuidoras, brindándoles apoyo y garantía de nuestro producto.

En Centroamérica, estamos ya estamos llegando a El Salvador, a través de algunas empresas regionales, y nuestro objetivo próximo es tener una oficina propia. En el mediano plazo, tenemos como meta cubrir Costa Rica y Honduras y finalmente, cubrir toda la región.

Nelson Moz SUEÑA EN GRANDE

Por Claudia Montes

Luego de 25 años de experiencia como empleado en el sector ferretero, hace siete, Nelson Moz decidió independizarse y establecer su propia ferretería.

Ferretería Salem, es el sueño hecho realidad para Nelson Moz, un experto ferretero que trabajó 25 años como empleado de ferretería, y que de un pronto a otro, hizo un alto en el camino y decidió lanzarse al mundo ferretero en sociedad, pero, eso sí, trabajando para él mismo...

Y dice que su experiencia le ha dictado que una ferretería solo puede sobresalir de su competencia si ofrece no solo productos diferentes, sino algo más allá que solo productos ferreteros, por lo que cataloga el servicio como parte del alma del negocio.

Busca mantener siempre una oferta amplia, y para él es sagrado el pedido de cualquier cliente. Ahí se puede encontrar: lubricantes, platinas, pinturas, magneto, cobre, pues su orientación es mucho más industrial, ya que ofrece servicios de mantenimiento de motores eléctricos, plantas, tableros, embobinados, botoneras, entre otros. Además, también cuenta con un departamento de cerrajería, capaz de resolver cualquier problema con el que llegue un comprador.

Especialidad industrial

Y tan bien le ha ido con su inclinación industrial que ya está a punto de abrir otra empresa que pasará a llamarse Dismaelectric. Y, además, del mantenimiento ofrecerán los productos necesarios que conlleva un motor eléctrico y con servicio a domicilio para atender cualquier emergencia.

“Donde hay necesidad, ahí suplimos los elementos”, dice Nelson con entusiasmo, pues sabe que meterse de empresario no es fácil, pero con aliento agrega que “en la vida hay que asumir retos”.

Entre sus clientes están talleristas que ganan grandes proyectos de las compañías generadoras de electricidad más importantes de El Salvador, como CAESS, CEL, DEL SUR, entre otras.

En cuanto a su negocio de ferretería, va viento en popa, los clientes buscan siempre sus productos de proveedores nacionales e internacionales principalmente, sobre todo el menudeo.

Su inventario mensual ronda entre los \$10 mil y \$15 mil y el total de este anda por \$80 mil.

Nelson es un fiel creyente de Dios por eso decidió nombrar a su negocio Ferretería Salem, que significa Ciudad de Paz, y que hasta la fecha califica como su mayor orgullo y sueño realizado.





Nelson Moz sabe que hay mucha competencia en el sector ferretero, pero sostiene que no hay nada como tener un negocio propio, y "dedicarme a lo que más me apasiona: la ferretería".



¡Desde la mira DE UN COMPRADOR!

Por: Vielka López D.

Tornillos, grifos, accesorios y artículos para el hogar. Esto y más es lo que un comprador encuentra en su experiencia de visitar el Doit Center en Panamá. Una de las tiendas más grandes por departamentos con soluciones para el profesional y los clientes del sector doméstico.



Ciudad de Panamá.- Aunque suene extraño y de verdad lo es, al llegar a una gran tienda por departamento que vende desde tornillos, puertas, artículos para el hogar, jardinería y demás... Solo de primera entrada se siente ese olor amaderado, a plástico nuevo o cualquier otro acorde con el lugar.

Sin embargo, de pronto, huelo a palomitas de maíz. Siento equivoqué de lugar o mi cerebro me está mandando un mensaje subliminal de que es tiempo de ir al cine a relajarse un rato, ya que el trabajo y las obligaciones del día a día son muchas.

¡No! ¿A quien se le ocurrió la genial idea de colocar una máquina de hacer palomitas en todas las sucursales de Doit Center? Deberían darle un premio de la academia.

Este es uno de los pocos lugares a los que mi pequeño no se resiste a ir, no pone "peros" ni me pregunta ¿hay wifi dónde vamos? Claro, quien se puede resistir a las palomitas de maíz. Todos llegan a la máquina roja y hasta arman fila.

Pero mi aventura apenas comenzaba. Como quien dice, rebobino la cinta y les cuento mi experiencia desde que me asomé por los estacionamientos. Amplios, bien señalados y por supuesto, bajo techo. No todos los "Doit", como le solemos decir acá en Panamá, son iguales. Me refiero a que no todos tienen techado los estacionamientos.

Medio precio

Ahora sí. Estoy dentro y me encuentro como en el paraíso. Las mujeres siempre la pasamos bien cuando vamos de compras. Venir a una tienda como esta, para mí, es el equivalente de ir a comprar ropa, carteras y zapatos... Me siento genial.

Tomo la carretilla o carrito y me dirijo al pasillo donde se encuentran los artículos para el baño.

Debo enfocarme y no dejarme envolver por las ofertas que saltan a la vista con grandes letreros donde los precios parecen ridículos.

Tiendas de campaña a medio precio... Mmmm, nunca vamos a acampar, pero empiezo a buscarle una opción para poder llevármela. Siento la mirada fulminante de mi esposo y desisto. ¡Rayos! "Otro día vengo sola y me la compro", pienso mientras camino como si nada.

Almohadas, colchonetas, sábanas y colchones inflables. Todos están en una caja de oferta muy bien ubicada. Definitivamente, todo el que venga a la tienda los verá. ¡Vuelvo a tener pensamientos consumistas!

Ya no debo mirar, sino buscar a alguien que me guíe al pasillo donde esté lo que ando buscando. No veo a nadie. ¿Dónde se meten los vendedores cuando uno más los necesita?

Bueno si no tengo ayuda, lo más razonable es que empiece por el primer pasillo...

De pasillo en pasillo

Estoy en la primera estantería y definitivamente no es aquí, pero debo confesarles que todo lo que hay frente a mis ojos me fascina. Tostadoras, hornitos, wafieras, microondas, ollas arroceras y todos esos electrodomésticos que nos facilitan los quehaceres del hogar. Los precios son buenos y hasta hay ofertas en marcas reconocidas.

Sigo caminando y empiezo a soñar. Implementos y artículos para la cocina, desde cucharones hasta guantes para agarrar las cacerolas. Rápidamente, pongo en mi carretilla un par de cositas y avanzo a paso acelerado al otro pasillo donde mi esposo me espera y me dice "nada de lo que hay aquí necesitamos en casa". Era el pasillo de los envases plásticos. Tristeza. Soy adicta a ellos.

En el otro pasillo están las cajas grandes de plástico, basureros y otros artículos similares y con fines parecidos. Ah, también hay en la estantería de en frente, esos colgadores de duchas donde se coloca el shampoo, jabón y esos artículos que reposan eternamente en el baño. Creo que me estoy acercando a mi objetivo.

Miro de reojo el otro pasillo y nada. Sigo caminando y como por arte de magia aparece una gentil vendedora a sacarme de apuros. Me saluda y me ofrece su ayuda. Le comento lo que estoy buscando y me dice "venga conmigo".

Mientras camino tras de ella, no puedo desaprovechar el momento para mirar como quien no quiere, la sección de jardinería, es que en el balcón de mi apartamento tengo un pequeño sembradío que cuido y atesoro, y siempre es bueno consentirlo para que prospere.

Finalmente, estoy aquí. Qué curioso... No me había fijado que justo en

el medio de la tienda, que está dividida en dos grandes secciones de muchas estanterías, hay carteles que cuelgan del techo indicando las secciones como "hogar", "ferretería", "jardinería", y así sucesivamente. Me hago la tonta y sonrío internamente.

Ahora bien, ¿qué específicamente es lo que necesita para guiarla? Buena pregunta para alguien como yo, que de plomería sabe nada y eso es mucho. Mi esposo interviene, por suerte, en la conversación.

Pero estamos en un dilema, tenemos varias opciones de lo que necesitábamos y no podemos decidirnos. En juego está el diseño, el precio y la funcionalidad. ¿Quién dijo que comprar un grifo de ducha era fácil?

Nos vamos con una alternativa cómoda y estamos felices con la compra. Nos dirigimos a la caja y aún estoy pensando en qué jugada realizaré para sacar los artículos del carrito y que saltan a la vista como lucecitas de navidad.

La fila avanza rápido y llega nuestro turno. "¿Acumula puntos?", nos dice la cajera. En Doit Center el cliente puede optar por acumular puntos por cada compra. Tiene entonces, tres meses para consumirlos en futuras transacciones. Transcurrido ese período sino los utiliza, los pierde y vuelve a empezar de cero.

El tic, tic, tic que hace la máquina registradora de códigos de barra me pone nerviosa. Su cuenta es... "que grifo más caro" digo yo para disimular mi infiltración y mi esposo me responde: "cuando llevas demás, como no".

Lo bueno es que venir de compras a Doit Center siempre es una aventura que disfrutamos en familia. Comemos palomitas, encontramos siempre eso que necesitamos y no nos toma mucho tiempo porque están ubicados en vías estratégicas donde el tráfico es fluido. ¡Ahora intentaremos ser plomeros en casa!

Corrostop Zinc 54

(Galvanizado en Frío)

Proteja el metal contra la corrosión con **CORROSTOP ZINC 54** (galvanizado en frío); un recubrimiento de alta resistencia en ambientes de moderada agresividad y de alta salinidad.

Posee resistencia extrema contra la abrasión, rayado, calor y humedad, demorando el proceso natural de deterioro de los metales, sin necesidad de un primario.

VENTAJAS:

- Aplicación directa sobre el metal.
- Galvanización instantánea.
- Recubrimiento mono-componente.
- De fácil aplicación.
- Rápido secado.
- Ofrece protección por barrera y por sacrificio.
- Prolonga la vida útil del metal con mayor efectividad que los anticorrosivos convencionales.

CORROSTOP ZINC 54; ideal para proteger rejas, barandas, portones, malla ciclón o electro-soldada, techos o estructuras de hierro.

Apto para reparaciones en hierro galvanizado que haya perdido la protección galvánica por soldadura o deterioro al manipular las piezas.



Anticorrosivos para
todas las necesidades



Informes al 800-SUR-2000

SUR

www.gruposur.com