

tuercas y tornillos



Especial eléctrico p. 11

En el riesgo está el negocio... p. 28

¿Cómo la exhibición sí vende? p. 30

Se viene el Ferretero del Año p. 32




Doblemente

FERRETEROS

Felipe Murillo y su esposa Daniela Varela son apasionados de la ferretería. En tres años, sin temor, han tenido que conquistar dos mercados diferentes. Tienen un negocio en San Juan de San Ramón, que recibe más de 100 clientes diarios.

p.32



 /Revista TYT

Suscríbase en:
www.tytenlinea.com/digital
MARZO 2015 año 18 / No. 225

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios
29 al 31 Mayo 2015

CORREOS
DE COSTA RICA

PORTE PAGADO PORTE PAYE **PERMISO N° 130**



Ahora con Tecnología Micro-Fibra

Micro-fibra



Tecnología
Anti-fisura

Superficie lisa: Mayor integración de las fibras al repello.

Más fibra: Mayor cantidad de micro-fibras por volumen de repello.

Extremos desfibrados: Enlace más fuerte entre fibras para una mayor garantía de paredes sin fisuras.

Además recomiéndelo por

Polímero



Tecnología
adhesiva

Asegura una excelente adhesión a la superficie sin descolgar ofreciendo máxima trabajabilidad.

Acabado fino



Listo para
pintar

Fórmula 2 en 1

Permite aplicar el repello en capas gruesas y afinar al mismo tiempo.

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



CON
POLIURETANO
Para mayor durabilidad

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



Los expertos recomiendan Lanco

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



08

PINCELADAS

- Don Pedro con cara de sueño
- San Carlos conoce a sus clientes

32

EXPOFERRETERA

Caliente Ferretero del Año y Óscares Ferreteros

Gilberth Quirós, Gerente General de El Guadalupano, está nominado a Ferretero del Año. Para votar, visite: www.expoferreteria.com

36

EL FERRETERO

Lo valiente no quita lo ferretero

Para entrarle a la ferretería se requiere de una buena dosis de valentía, sobre todo cuando se trata de abrir mercado, pero hay que ser doblemente valiente cuando se hace por partida doble.

10

MERCADEO

Políticas efectivas de servicio al cliente

El costo de adquirir clientes nuevos es cada vez más alto para las empresas. Establecer políticas y garantías de servicio al cliente es una estrategia valiosa para las organizaciones que están muy presionadas en el entorno competitivo actual.

Perfil

16 Iradi y Westinghouse en la cima de la iluminación

18 TecnoLite: estética y eficiencia del ahorro

19 Luz es Conzeta

20 Eagle sabe de lo eléctrico

En Concreto

11 Especial Eléctrico ¡Hay algo eléctrico en el mercado!

La competencia es fiera. Los distribuidores y fabricantes luchan por llevar a sus detallistas productos y accesorios eléctricos que cumplan con factores de ahorro, seguridad, estética y tecnología avanzada.



Lea TyT en digital:

www.tytenlinea.com/digital

3.679 vistas en la edición digital

Presidente

Karl Hempel Nanne
karl.hempel@eka.net

Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Directora Eventos

Silvia Zúñiga
silvia@ekaconsultores.com

Asesor Comercial

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

Directora de Arte

Nuria Mesalles
nuria@ekaconsultores.com

Diseño y Diagramación

Irania Salazar
iranias@ekaconsultores.com

Foto de portada

Hugo Ulate

Suscripciones

Tel: 4001-6722
revistaty@ekaconsultores.com

Suscríbese en:

www.tytenlinea.com/
suscripciones

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



En nuestra próxima edición

Abril / TYT 226

Ranking de Productos y Marcas

Los productos y marcas que tienen mayor venta en las ferreterías

Manejo de inventarios

Los métodos más eficientes en el manejo de inventarios son sinónimo del incremento en las utilidades. El arte de saber comprar para poder vender...

Cierre comercial: 09 de marzo, 2015



Anúnciese en TYT Y exponga en Expoferretera y Expoautomotriz

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

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:



Construrama





EL MERCADEO NO ES SOLO DE AHORA...

Mucho antes de que las pulperías fueran lo que hoy son. Aunque creo que quedan algunas pocas, contadas con los dedos de una mano, recuerdo que el pulpero se sabía todos y cada uno de los nombres de sus clientes.

Y a los que les tenía más confianza, les daba a crédito y todo quedaba apuntado en una libreta, a confianza del pulpero y del cliente.

Llegado el día sábado, que por lo general era día de pago, religiosamente, los clientes pasaban a pagar lo que habían llevado fiado durante la semana, y de paso, nuevamente se endeudaban para la siguiente.

Era una manera que tenían los pulperos de aumentar sus ventas, a base de la confianza y con ello aseguraban la lealtad de sus compradores.

Hay una enorme lección de mercadeo en esto que les relato, y que desde ese entonces, nuestros empresarios la ponían en práctica.

En primer instancia, otorgar confianza a los clientes, hacía apareciera una forma de servicio al cliente, en la que el comprador se sentía querido y estimado, además que sabía que lo que le vendían era de calidad y exactamente lo que necesitaba.

La importancia de saber el nombre de los clientes, o al menos recordar el proyecto del comprador, redundaba en la lealtad porque igualmente, éste se siente estimado y reafirma que “se interesan por mi proyecto”, y cuando el cliente se siente así, difícilmente, pensará en ingresar a otro negocio de la competencia.

Muchas veces se habla de que las compras son emocionales, pero lo son aún más cuando se crea un vínculo entre quien atiende (vendedor) y comprador. “Me gusta ir a esa ferretería porque Juan siempre me asesora y me ayuda a saber qué necesito”, es una voz que he escuchado muchas veces.

Sucede hasta en los puestos de las comidas rápidas que cuando el cliente hace su pedido, preguntan su nombre para llamarlo una vez esté lista su orden, esta sencilla práctica ya crea un vínculo, y lo aumenta más cuando sabemos por ejemplo, que al cliente le gusta más “x” que “z”, o que trabaja en un proyecto de remodelación del cuarto principal de la casa.

Considero que si pudiéramos remontarnos a los tiempos en que aquellas pulperías basaban sus ventas en los vínculos y confianza, y tomáramos solamente una para hacer un estudio de factibilidad, área de influencia y número de clientes, los resultados serían sorprendentes, y en términos de porcentaje muy altos.

Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com



No te limites,
porque con GE y
sus breaker
termomagnéticos
de 1/2” si puedes
ampliar tu centro
de carga.

**Porque la media
si vale con GE**



**GE CENTROS DE CARGA
BREAKER
TERMOMAGNÉTICOS 1”
BREAKER
TERMOMAGNÉTICOS 1/2”
SUPRESORES DE VOLTAJE
BREAKER FALLA TIERRA
BREAKER FALLA ARCO**



**ELEKTRO
SYSTEMAS**
EKK-SOLUCIONES FERRETERAS

**Distribuye
Elektrosistemas
de Costa Rica**

Tel: (506) 2456-2020
Fax: (506) 2456-2525

GENERAL ELECTRIC DEJA HUELLA EN EL MERCADO

¡Llegamos para quedarnos!

Por Almotec

Corporación Almotec está de fiesta, y celebró a lo grande, su 5 Aniversario.

Clientes y colaboradores de General Electric se reunieron para festejar 5 años de alto desempeño en el mercado nacional, una trayectoria que ha abierto muchas puertas y relaciones de negocios.

La trayectoria de General Electric en el mercado, ha sido un camino fuerte en el que se ha tenido que luchar con éxito, contra oposiciones y mitos acerca de la marca, para que los clientes pudieran ver los productos que se ofrecen. Esto ha sido posible gracias a los esfuerzos de los canales y a la constante capacitación que se imparte en el país, lo que ha quitado las vendas del desconocimiento y las costumbres del mercado, y han abierto la mirada a opciones más confiables y seguras.

La política de especialización continua ha permitido a los profesionales de la empresa mantenerse siempre actualizados en los últimos productos e innovaciones en el área, lo que conforma parte una estructura completa de asistencia, con ingenieros y técnicos eléctricos. La educación frecuente permite que el personal pueda contar con el conocimiento para asesorar a los clientes en los diferentes proyectos que se presentan.

“El inventario ha sido una gran ventaja en el mercado, pues ponemos a disposición gran cantidad de productos de primera calidad, producidos bajo los más estrictos estándares. Esto lo evidencia las diferentes certificaciones de calidad, que permiten tener un gran producto a disposición del mercado”, afirma

José Pablo Quirós, Jefe de Ventas de la División Energía, de Almotec.

Cada vez y con más confianza, podemos decir que durante esta travesía, hemos experimentado un constante crecimiento en el mercado eléctrico nacional, “con más productos e innovaciones para asegurar la confiabilidad de las soluciones que damos”, dice Quirós.

“Agradecemos a todos, la confianza que le han dado a los productos General Electric, ya que no hay ninguna duda de la calidad del producto, y esperamos que con cada paso, esta familia se haga más grande”, señaló José Pablo Quirós.



Este es el cuerpo gerencial de Almotec, que ya consolidó su 5 aniversario con GE.



Gran cantidad de clientes, en la noche de celebración del 5 aniversario, acompañaron a Almotec y GE.

Corporación

ALMOTEC

Tecnología y Recurso Humano a su Servicio

División Energía

Tel: (506) 2528-5454

www.almoteccr.com

www.facebook.com/almotecelectrica



DON PEDRO CON CARA DE SUEÑO

Lo que arrancó como un sueño, un sueño de tener algún día su propia ferretería, desde hace poco más de 3 meses, empezó a tomar matices de realidad, y como ellos dicen, ahora cuentan con un negocio que identifica al pueblo donde están.

Se trata de la Ferretería Don Pedro, en San Pedro de Barva de Heredia, y que Rigoberto Vega y Karla Carvajal dicen estar viviendo, algo así como una luna de miel cuando se alcanzan los sueños.

“Me encanta todo lo que tiene que ver con materiales de construcción y decoración, y siempre había querido tener un negocio como este”, dice Karla.

Rigoberto Vega y Karla Carvajal realizaron su sueño de tener una ferretería, sin embargo, sostienen que ahora lo importante es mantenerse y por eso se rigen por el orden. Aquí con el resto del personal.

Y aunque tienen poco porque arrancaron desde noviembre, dice que el pueblo los ha tratado muy bien.

“Quisimos identificar la ferretería con el pueblo y les ha gustado”, asegura Rigoberto.

Los empresarios dicen que trabajan fuerte para lograr la lealtad de los clientes. “Sabemos que este es el camino a crecer, por eso nos buscamos pulir con servicio”, dice Karla.

Afirman que su inventario está basado en la mitad en pura ferretería y el resto en material de construcción. “Hay varios proyectos en la zona que esperamos poder atender”.

Junto a ellos trabajan dos colaboradores, entre ellos Warren Vega que cuenta con más de 10 años experiencia en ferretería.

“Tenemos un promedio atención de 75 compradores, y vamos subiendo. Estamos en un buen punto, y el parqueo es clave”, dice Warren, quien asegura que los proveedores les han ayudado a que la ferretería esté bien surtida. Rigoberto señala que este es un negocio de mucho cuidado. “Hay que tener todo muy bien controlado, tanto las cuentas por pagar como por cobrar, ser bien ordenado para que no hayan faltantes de inventario”.

SAN CARLOS CONOCE A SUS CLIENTES

En Maderas San Carlos, en su local número 2, en Palmares, le ponen bonito a la exhibición de productos, y según Mauricio Vásquez, Administrador y Proveedor, “difícilmente, se nos queda algo sin mostrar”.

Sabe que en promedio un cliente que venga por un solo producto, tarda en promedio 7 minutos, “por lo que debemos sacarle el máximo provecho a su visita, para que se vaya bien asesorado o con más productos”.

Vásquez tiene 5 años de trabajar para la ferretería y dice que una forma para definir con tino lo que se exhibe, es basarse en la retroalimentación que les dejan los clientes. “Los muchachos asesoran a los clientes y cuando les piden algo nuevo o un producto que no tengamos, lo anotamos para no volver a fallar”, asegura Vásquez.

Dice que aunque no parezca, en un sistema de autoservicio con asesoría la merma de producto es mínima.

“Uno de nosotros se encarga de ver los negativos (perdidas) y reportarlas para corregir en el sistema, pero por lo general son muy pocos”, asegura. Asegura que además de la comunicación con los clientes para mantenerse al día en productos, “también nos gusta asistir a ferias del sector, primero porque podemos negociar con ventaja y después que es una oportunidad para estar al tanto de lo que va saliendo nuevo”, destaca Vásquez.

Indica que el equipo de trabajo está muy compenetrado. “Aquí no se puede ir un solo cliente descontento. Si no tenemos algo, y si nos da la oportunidad, se lo conseguimos”.



Mauricio Vásquez (derecha), Administrador y Comprador de Maderas San Carlos #2, dice que el valor y beneficios de la exhibición aumenta, cuando se trabaja con un equipo compenetrado en ayudar a los clientes a encontrar lo que busca.

Comprador ecuatoriano

Soy Patricio Montenegro, Asesor de Ventas en la empresa Calmetal S.A., de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Voy a asistir a la Expoferretera en Costa Rica el 29 de mayo, junto a mi Jefe Fabricio Zambrano. Ya nos inscribimos para entrar de forma gratuita, por lo que les solicito mayor información del evento, ya que queremos aprovechar al máximo la visita, porque estamos interesados en la búsqueda de negocios que podamos traer a Ecuador. Nuestra empresa se dedica a la distribución al por mayor y detalle de artículos de ferretería, construcción y equipos de seguridad industrial.

Patricio Montenegro
Calmetal S.A.

Ferretero potencial

Muy buena revista felicidades. Muy buenos los artículos y las entrevistas. La verdad es que he comenzado a interesarme en el mundo ferretero porque de alguna forma pretendo ver como inicio algún negocio relacionado con este rubro.

Eric Fabricio Vásquez
eric.1102@hotmail.com



Notas luctuosas

En TYT, lamentamos profundamente el fallecimiento del señor Manuel Argüello Peralta, amigo estimado y lector de nuestro medio, quien además fue hermano de nuestros amigos y ferreteros: Víctor y Sergio. Rogamos al Supremo Arquitecto que de paz a sus restos y resignación a sus familiares en estos duros momentos.

De la misma forma, en TYT lamentamos con pesar el deceso del señor Arturo Rosabal Mora, Presidente de Eagle Centroamericana, amigo y socio comercial de nuestra empresa.

Enviamos nuestras muestras de cariño a su estimable familia y colaboradores que siempre le acompañaron, y hacemos llegar nuestro más sentido pésame.





Por José David Ulloa Soto
Mercadólogo y
Economista Empresarial

Políticas efectivas DE SERVICIO AL CLIENTE

El costo de adquirir clientes nuevos es cada vez más alto para las empresas. Establecer políticas y garantías de servicio al cliente es una estrategia valiosa para las organizaciones que están muy presionadas en el entorno competitivo actual.

Muchas empresas promulgan a los cuatro vientos que brindan un gran servicio, pero realmente no lo brindan (al menos eso dicen los clientes). Si se establecen y divulgan garantías de servicio al cliente, aquí se puede encontrar una excelente manera de diferenciarse de la competencia y mejorar la percepción que los clientes tienen de la organización. Algunos ejemplos de garantías de servicio que se pueden incorporar dentro de la estrategia de retención de clientes están:

Programas de recompensa ante las quejas más frecuentes.

Cuando la empresa se equivoca, usualmente corrige el error y listo, pero esta gestión está incompleta.

Toda empresa debería identificar las 5 quejas más comunes entre los clientes y saber cómo recompensar al cliente. Todo el personal debería saber que cuando la empresa se equivoca, se le puede compensar al cliente brindándole un premio u obsequio adicional, previamente establecido, aparte de resolverle la queja en cuestión.

Promesa: "Le devolvemos su dinero".

Una forma de tranquilizar al cliente en la compra es darle la garantía de que se le devuelve el dinero a los "x" días, si el producto no cumple sus expectativas. Los gerentes creen que las devoluciones serán inmanejables, pero la realidad es completamente diferente. Eso sí, esto sólo se hace si sabemos que tenemos un buen producto con nosotros.

Análisis de ciclos de servicio y mejora tiempos de respuesta.

El ciclo de servicio contiene la sumatoria de todos los momentos de verdad en un negocio. Los momentos de verdad son todos los instantes en los que existe contacto entre el cliente y el negocio. Una vez establecidos y reconocidos todos los momentos de verdad por parte de la empresa, se procede a establecer mejoras en cada uno de los momentos de verdad para así, hacer más agradables y amenas cada una de todas las experiencias del cliente cuando tiene contacto con la empresa.

Guiones y protocolos de atención al público. Al buscar la manera de mejorar la experiencia de servicio, no se puede dejar a la improvisación del personal, la manera en que se saluda al cliente, se le pregunta y se le brinda la explicación del producto (tanto en vivo, como telefónicamente). Todo esto debería estar previamente establecido y el personal previamente capacitado en cómo hacerlo de la manera correcta.

Creación de programas de lealtad. Establecer promociones y programas

temporales de cliente frecuente incentiva el consumo y da la percepción al cliente de sentirse como un cliente especial o distinguido en la organización. Es una forma de generar un programa de clientes V.I.P. (Very Important People). En la actualidad, las empresas de mayor éxito se centran en el servicio y no en el precio. Brindar servicio nos aleja de la competencia por sólo precio. Desarrollar políticas que sean percibidas por el cliente como beneficios, empezará a generar dividendos en la empresa en el mediano plazo. Eso sí, hay que divulgar a los cuatro vientos la política de servicio que se haya implementado.



Hay algo eléctrico

EN EL MERCADO!

La competencia es fiera. Los distribuidores y fabricantes luchan por llevar a sus detallistas productos y accesorios eléctricos que cumplan con factores de ahorro, seguridad, estética y tecnología avanzada.

En esto de los accesorios eléctricos e iluminación, priman dos tendencias: el ahorro y la estética, además de la seguridad y tecnología. O sea que ya no solamente, sean accesorios que promuevan el ahorro sino que luzcan y se vean llamativos, agradables a la vista y acordes con las estancias que los luzcan.

Ahora bien, esto de cara al usuario final son dos factores que deben tomarse en cuenta, sin embargo, en el caso del detallista o ferretero, no sólo deben tenerse en cuenta estos dos factores, sino que sean productos que cumplan con las regulaciones de certificación que exige el código eléctrico.

Aquí lo más importante, es que el ferretero tenga muy en cuenta de qué mayorista provienen los productos que comercializa, por eso, ante cualquier duda es mejor buscar asesoría o frenar la compra, pues como lo hemos dicho en reiteradas ocasiones, lo barato puede salir más caro.

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.

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.

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.



Otras normas

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



Medidor digital de energía y potencia.

Microprocesador con algoritmo de depuración y corrección de datos, puertos de comunicación. Medición, análisis y control de la calidad de energía eléctrica. Tipo panelboard/enclosure para DIN 96X96mm. Precisión menor del 2%.

Estimado 50 años de uso continuo, incluso durante apagones con registro de eventos y alarmas.

Pantalla física ó remota. Administración de Digital I/O, relays y WAGES. Comunicación para exportación de información.

Distribuye: Schneider Electric. • Tel.: (506) 2210-9413

Luminaria Aqua LED.

Tecnología: LED.

Aplicación: fuentes de agua, piscinas y jardines.

Vida útil: 35,000 horas.

Garantía: 1 año a partir del día de compra.

Beneficios: ahorro energético, larga vida útil, resistente al agua IP68.



Campana LED 500W.

Tecnología: LED.

Aplicación: industrias, bodegas, comercios y gimnasios.

Vida útil: 50,000 horas.

Garantía: 1 año a partir del día de compra.

Beneficios: ahorro energético, larga vida útil, alta potencia lumínica.



Luminaria Wally LED

Tecnología: LED.

Aplicación: exteriores, jardines y parques.

Vida útil: 30,000 horas.

Garantía: 1 año a partir del día de compra.

Beneficios: ahorro energético, larga vida útil.



Distribuye: Sylvania • Tel.: (506) 2210-7600



Regletas

en líneas de 4 y 6 enchufes, con circuito de seguridad.



Gama diversa

de plaquería, conectores, enchufes, benjamines, apagadores, timbres, y otros accesorios eléctricos.

Distribuye: Masaca • Tel.: (506) 2224-4044

Nueva línea Vita de accesorios eléctricos
Extensiones y otros productos.

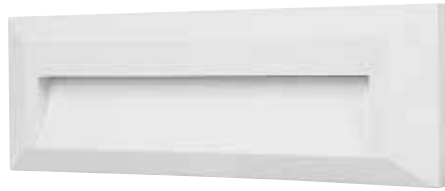


Bombillería de ahorro LED Best Value.
Variedad de diseños.



Distribuye: Importaciones Vega • Tel.: (506) 2494-4600

Lámpara LED.
para muro, color blanco.



Lámpara de aluminio
para sobreponer en techo.



Lámpara LED.
para muro de aluminio,
apariciencia satinado.



Lámpara.
colgante con
lámpara de cristal.



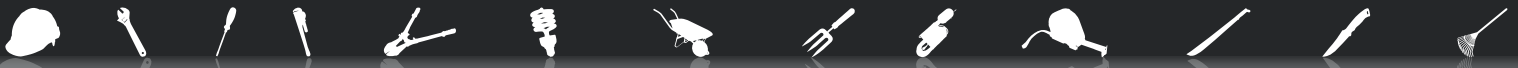
Distribuye: Tecnolite
Contactos: info@tecnolite.co.cr
www.tecnolite.co.cr



Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO





Luminarias de Interiores para oficinas e industrial

TCP LED Troffers (2'x2', 2'x4' hasta 48 combinaciones disponibles) Y TCP LED Low Bay, TCP LED HighBay y TCP LED SkyBay son una alternativa para el reemplazo de luminarias empotrable y de iluminación industrial que utilizan tubos fluorescentes lineales T12 y T8. Excelente consistencia en el flujo luminoso y mantenimiento del color durante 50,000 horas y con 5 años de garantía.



Lámparas TCP Led Serie BR's

La serie de lámparas BR de TCP son ideales para la iluminación de grandes áreas que requieran una luz suave y atractiva.

Gran variedad de modelos: R20 (9w-550lm*), BR30 (12w-925lm*), BR40 (18w-1400lm*), estos en temperaturas de 2700K, 3000K, 4100K y 5000K. Tienen 25,000 horas de vida útil y 5 años de garantía*.



Lámparas TCP Led Serie PAR's

Ideal para espacios que requieren de un fino y exigente acabado lumínico como el comercio de alta gama y restaurantes. La serie PAR de TCP cuenta con galardones gracias a la implementación de avanzadas tecnología presentes en estos.

Contamos con una gran variedad de modelos: PAR20 (9w-550lm*), PAR30 (14w-950lm*), PAR38 (17w-1200lm*), estos en temperaturas de 2700K, 3000K, 4100K, 5000K y 6500K; con versiones en ángulos de 40, 25 y 15 grados. Tienen 50,000 horas de vida útil y 5 años de garantía*.

Distribuye: Conzeta • Tel: (506) 4001-6464



Bombillos LED Westinghouse

Bombillos LED en MR16 de 5 watts y en A60 de 6 y 10 watts, amigables con el ambiente. Se encuentran en luz fría y cálida. Además son multivoltaje desde 110 a 240V, con eficiencia energética de 80 lumens por watt y una vida útil de 25.000 horas.



Empotrables LED IRADI.

Utilizadas en cualquier aplicación comercial y residencial, por su ahorro energético, resistencia a los encendidos y apagados continuos y mayor vida útil. Disponibles en luz fría o cálida y con base blanca o plateada, de 3 y 5 watts.



Tubo LED Westinghouse.

Tubo LED T8. Totalmente, amigable con el ambiente, se encuentra en luz fría y cálida, en 9 y 18 watts. Además, es multivoltaje 110 a 240V, con eficiencia energética y una vida útil de 30.000

Distribuido por Taiké • Tel.: (506) 2231-7307

Corporación
ALMOTEC

Tecnología y Recurso Humano a su Servicio

División Energía

Gracias por el apoyo mostrado durante estos 5 años.

Seguiremos trabajando para que nuestros clientes y socios comerciales sigan creciendo con los productos más seguros y confiables del mercado.



Somos una empresa dedicada al desarrollo de soluciones para la distribución de la energía eléctrica por medio de productos y servicios enfocados en mejorar y optimizar los procesos de control y manejo del recurso eléctrico, dando énfasis a la seguridad, la confiabilidad y la eficiencia energética.



Iradi y Westinghouse

EN LA CIMA DE LA ILUMINACIÓN



Por Taiké

Cada vez son más las ferreterías y centros de acabado que eligen a IRADI y Westinghouse como las marcas predilectas en iluminación. Y es que son muchas las razones para elegirlos.

Por ejemplo, IRADI tiene luminarias de alta calidad con más de 300 estilos, donde se pueden encontrar las siguientes categorías:

- **Colgantes:** muy decorativas, imponen moda y brindan status.
- **Plafones:** utilizadas como luz general en espacios con cielos rasos bajos.
- **Empotrables:** iluminan de forma puntual y directa uno o varios objetos.
- **Appliques:** ideales para colocar en la pared como ambientación.
- **Para mesa:** especiales junto a la cama, en escritorios o sobre mesitas.
- **De pie:** móviles, decorativas y funcionales; ocupan poco espacio.
- **Faroles:** resistentes al polvo, agua y calor, debido a su material anticorrosivo.
- **Tortugas:** resistentes a golpes, calor y agua. No sufren de corrosión.
- **Fluorescentes:** eficiencia, buena luz y diferentes temperaturas de color.
- **LED:** usadas en cualquier aplicación comercial y residencial, por su ahorro energético, resistencia a los encendidos y apagados continuos; y mayor vida útil.

De ahorro

Adicionalmente, Westinghouse Iluminación ofrece al mercado nacional bombillos de ahorro energético, LED, halógenos e incandescentes. También se venden ventiladores de techo, industriales y decorativos; la línea de ventiladores portátiles y una amplia gama de lámparas modernas. Todos sus productos tienen certificados de calidad mundialmente reconocidos; y empaque de productos a color con especificaciones.

En el país, Taiké es el representante de ambas marcas y brinda muchas facilidades a los cientos de distribuidores, que expenden sus productos, entre ellas:

- Respaldo de las marcas
- Disponibilidad permanente de inventario
- Promociones
- Catálogos
- Material POP promocional
- Exhibidores
- Amplio stock en repuestos y accesorios
- Garantía contra defectos de fábrica





Westinghouse

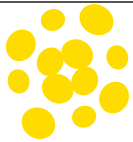
INNOVATION YOU CAN BE SURE OF

SERIES LED



Tel: 2231-7307 • info@taikecr.com • www.taikecr.com

Distribuido por
TaiKé
Un legado de excelencia



IRADI

Iluminamos sus espacios

Distribuido por
TaiKé
Un legado de excelencia

Tel: 2231-7307
info@taikecr.com
www.taikecr.com



EXTERIORES

COLGANTES

LAMPARAS

APLIQUES

PLAFONES

BOMBILLOS

Tecnolite: estética y EFICIENCIA DEL AHORRO



Por Tecnolite

En Tecnolite afirman que están aliados con la tecnología, y que por eso siempre van un paso adelante en el mercado.

Así lo confirman las palabras de su Gerente General, Alberto Carvajal, al indicar que por ejemplo, “a simple vista todos los LEDs son iguales, en los nuestros hay todo un proceso evolutivo con tecnología reciente”, asegura. Carvajal dice, a manera de otro ejemplo, que cuando alguien busca un televisor, no busca uno de tubos, sino una pantalla. “Y eso mismo sucede con los LEDs, aunque parezcan iguales, van adelante los de tecnología evolucionada, y en eso somos innovadores”.

Profundidad de línea

Estas ventajas que posee la empresa “nos permite ofrecer mayor luminosidad con un menor consumo eléctrico, con variedad y profundidad de línea”, dice.

Y basados en ese objetivo, dice Carvajal que “tenemos todo un compromiso de seguir innovando constantemente en todos los productos, porque no solo somos bombillos, somos el LED integrado, donde la estética se une con la eficiencia del ahorro”.

“Cualquier comerciante que piense en tener un surtido de iluminación, debe volver la vista a las luminarias de LED integrados”, recalca.



Alberto Carvajal, Gerente General de Tecnolite, dice que en la compañía sobrepasaron la tecnología de la iluminación LED, al integrar valores diferenciados de la competencia.

LED



NOM - ANCE
PRODUCTO CERTIFICADO

ES FÁCIL CAMBIAR A
LED
AHORRA MÁS Y DURA MÁS

más
verde

Tecno Lite®

LA LUZ ES TUYA

Luz es **CONZETA**

Por Conzeta

En el área de las luminarias Conzeta no se anda con destellos, pues quiere entrar en grande con productos que, además de ahorro, agregan sofisticación y estética.

Yair Izrael Najman, Gerente General de Conzeta, comenta que TCP es la marca que comercializan actualmente en el mercado, “y con ella ya hemos entrado en varios proyectos importantes”, asegura.

Garantías

Además, agrega que uno de los objetivos de la empresa es ingresar en el mercado ferretero, por medio de un distribuidor.

“Tenemos una gama variada en bombillería de LED, de ahorro energético, fluorescentes compactos, iluminación industrial, de emergencia, para exteriores e interiores”, asegura Izrael.

En la bombillería LED, Conzeta otorga garantías que van hasta los 5 años y un año para sus fluorescentes compactos.

“Estamos hablando que nuestras luminarias están certificados UL, CE, ROHS, que hace que cumplan con todos los estándares de calidad norteamericanos y que los hace aptos para este mercado”, asegura.

Cuenta que la mayoría de LEDs que comercializan son atenuables. “Contamos con una diversidad amplia de temperaturas y con varias tonalidades de color y mucha variedad en ángulos de apertura 15, 25, 40, 110, 144, 230, 270 grados”.



Yair Izrael Najman, Gerente General de Conzeta, asegura que manejan una variedad amplia de luminarias, de alta tecnología. Actualmente, llegan al GAM, pero pronto, por medio de un distribuidor, esperan llegar a todo el país.



LÁMPARAS LED & CFL

Más de 20 años ofreciendo productos de iluminación altamente eficientes creando ambientes perfectos en cualquier espacio.



Reduce Costos
No contiene Mercurio
Amigable con el Ambiente





Tel: 4001-6464 / 2215-2015

www.conzetailuminacion.com / info@conzetailuminacion.com

800 mts noroeste de la intersección de Multiplaza Escazú, bodegas Ultima Park #5, Escazú, San José, Costa Rica

Certificado F.L. 800





*Aplicar restricciones: Si desea ver los detalles complete de la garantía limitada visite www.conzetailuminacion.com o comuníquese al 2215-2015 / 4001-6464. Verifique la garantía y detalles de producción de cada producto en su correspondiente empaque. Las bombillas fluorescentes compactas tienen 1 año de garantía. Para mayor información sobre la compatibilidad de los dimmers visite www.tcp.com. El producto TCP Connected no está diseñado para utilizarse con luminarias de emergencia, fotocambios, smart electronics y dimmers. Para mayor información visite www.conzetaconnected.com

Águila gana mercado POR SUS PRODUCTOS



Desde hace más de 30 años, lo que empezó como un sueño en una pequeña valija con productos y accesorios eléctricos, hoy es una empresa especialista que llega hasta los mostradores de sus clientes.



Águila es fabricante de accesorios eléctricos y con ellos abastece al país, todo Centroamérica y Panamá, y a varios países del Caribe y Ecuador.

Hablamos de Águila Eléctrica, una empresa experta en lo que hace, agregando un fuerte dosis de esmero, verificación y calidad a cada producto que fabrica.

Desde sus instalaciones en Heredia, Águila fabrica todo tipo de accesorios eléctricos que hace llegar al país, a todos los países de Centroamérica y varios del Caribe.

“En nuestro quehacer siempre nos ha preocupado que el cliente reciba lo que necesita y que además, sea un producto de calidad más que verificada y a un buen precio”, dice el Ingeniero Mauricio Rosabal, del Área Gerencial de la empresa.

Precisamente, Águila cuenta con todo un equipo de más o menos 20 personas, que se encargan de revisar, evaluar y verificar que todos los accesorios que se fabrican, estén acordes con la calidad de fabricación que los productos requieren para salir al mercado.

Compromiso

Juan Vargas, Gerente de Ventas de la empresa, dice que hoy Águila es una empresa consolidada con gente muy comprometida dentro de la organización.

“Tenemos más de 30 años en el mercado y eso nos dice que hemos hecho las cosas bien. Año con año, desde que iniciamos hemos estado en una evolución constante para innovar cada vez más nuestros productos”, asegura Juan.

Sobre cómo han ido ganando la confianza de los clientes, Vargas aduce que “esta es una empresa en la que siempre hemos dado la cara, en la que nos preocupamos porque el cliente tenga en su negocio, un producto hecho con esmero y calidad, un buen producto, un producto seguro”.

Y recalca que “tenemos mucha transparencia en los productos”.

Hoy, Águila llega al mercado con una oferta de más de 2500 accesorios eléctricos diferentes, “y nuestro catálogo sigue creciendo”.



Cada producto que se fabrica en Águila, es evaluado y verificado antes de salir al mercado, para asegurar su calidad.

Soluciones Eléctricas



EAGLE

CENTROAMERICANA

ILUMINACIÓN

CONFORT Y DISEÑO



CONTROL

SEGURIDAD



... Con RESPALDO de CALIDAD

Porque sus clientes buscan resultados integrales, Eagle Centroamericana desde hace más de 35 años ha trabajado en el desarrollo, fabricación y distribución de accesorios eléctricos pensados en la funcionalidad y eficiencia, garantizando la seguridad de los usuarios.





Un ferretero estaría **INVITADO AL “CUADRACROSS”**

Por Importaciones Vega

Y es que no es para menos porque con la promoción que se armó Vega, junto con DeWalt, un ferretero se puede ganar un cuadraciclo Renegade, 500 cc, 4 x 4, marca Can-am.

Y esta vez tanto Vega y DeWalt prácticamente “la sacaron del estadio” con una promoción única, en la que un ferretero por cada \$300 mil de compra en herramientas eléctricas DeWalt, recibe una acción que le da derecho a participar en este sorteo.

De acuerdo con Rafael Vargas, Gerente General de Importaciones Vega, la promoción arrancó el pasado 14 de febrero, y esperan culminarla en junio.

“De hecho, tenemos planeado hacer un evento con los clientes para realizar la rifa”, dice Vargas.

En este momento, todos los ejecutivos de venta de Importaciones Vega,

cada vez que toman los pedidos, entregan de inmediato las acciones correspondientes para participar en la rifa.

“Esta promoción es una forma de hacer sentir valorados a los clientes, a la vez que se convierte en todo un reto para buscar ganarse algo bonito, diferenciado y novedoso, un obsequio lleno de adrenalina”, asegura Vargas, a la vez que indica que es una promoción atractiva acompañada con productos de vanguardia.

Desde el 14 de febrero, Vega y DeWalt le dan la oportunidad a un ferretero de llenarse de adrenalina y ganarse este cuadraciclo Renegade, 500 cc, 4 X 4, marca Can-am.

DESAFIA TUS
LIMITES CON

DEWALT



*Aplica restricciones. Monto no acumulativo. Válido solamente para dueños de ferreterías. Ver reglamento.

Al comprar herramientas DEWALT participas en la rifa de
un cuadraciclo



RENEGADE
500CC 4X4

Promoción válida del 14 de febrero al 13 de junio de 2015.

DISTRIBUYE IMPORTACIONES VEGA. | Tel.: 2494-4600 | [f](#) /importacionesvega

IMPORTACIONES
VEGA
LA RESPUESTA DEL FERRETERO

Vega celebró **EN GRANDE CON SUS CLIENTES...**

Y sino que lo digan sus más de 1000 cuentas en el sector ferretero y que al igual que todos los años, abarrotaron las instalaciones de la empresa en Grecia.

Había de todo y para todos... Para disfrutar en familia, para hacerlo en pareja y hubo hasta quienes llegaron solos. El objetivo era estar y aprovechar la feria de Importaciones Vega. Oportunidades, productos en descuento de feria, promociones, rifas, retos, demostraciones, juegos tradicionales de entretenimiento, comida, golosinas y hasta vivero, recibieron a los clientes, y una buena dosis de amistad, precisamente para celebrar el mes de San Valentín, que coincidió casualmente con el propio Día del Amor y la Amistad.



NEGOCIOS

Los clientes acudieron a Vega en busca de propuestas de negocios que mejoren aún más su oferta en el sector ferretero.

ENTRETENIMIENTO

¡Hubo de todo y para todos! Incluso los retos ferreteros aportaron una dosis fuerte de diversión.



PROMOCIONES

Los descuentos y promociones no faltaron. En la línea de herramientas eléctricas Dewalt se dieron precios especiales y opciones para ganar premios como juegos de taladros.



PRODUCTOS NUEVOS

Obra es una de las nuevas líneas con variedad de compactadores



Arsa llegó al **CORAZÓN DE SUS CLIENTES**

Desde hace más de 20 años en cada feria, recibe la visita total de todos sus clientes, y la empresa aprovecha para apoyarlos con sus negocios ferreteros.

Había de todo. Lanzamiento de productos nuevos y líneas, demostraciones, propuestas atractivas de negocio, y por donde quiera que anduvieran los clientes, había descuentos para todos los productos, además de las rifas con un montón de regalos, entre ellos motocicletas, bicicletas y pantallas.

Esto fue parte de lo que se vivió en la Feria de Arsa, que lleva cerca de 20 años de brindar apoyo a sus clientes en todas las líneas de producto que posee la empresa.

De todo el país

De todas partes del país, los clientes acudieron a la cita. Y fue precisamente, Manuel Salas y Luis Fernando Arguedas, Gerentes de la compañía, quienes se encargaron de recibir a todos sus amigos y clientes.

Este año, igualmente, volvió a causar sensación la línea de grifería Graciela, con diseños novedosos y con tendencia minimalista, además de las novedades en torres para baño.

Uno de los departamentos de la empresa también sirvió como área de ofertas, donde los clientes pudieron aprovechar de la compra de productos a muy buen precio.

“Es una forma de agradecer a nuestros clientes todo el apoyo que nos dan durante el año. Igualmente, estamos muy agradecidos con Dios que nos permite realizar este tipo de actividades entre nuestros amigos”, detalló Luis Fernando Arguedas.

Los pasillos de Arsa lucieron repletos de compradores que buscaron aprovechar los descuentos que había en todas las líneas.



Como siempre, la línea de grifería Graciela fue una de las que más gustó y llamó la atención entre los clientes.



Los clientes, provenientes de todo el país, abarrotaron las instalaciones de la empresa. Los descuentos y promociones fueron la sensación.

Innovan con productos para LA CONSTRUCCIÓN EN NICARAGUA



Nicaragua.- Katherine Terán, Gerente de Hopsa, indicó que actualmente cuentan con diversos productos más allá del Covintec, que les ha hecho tener mucho reconocimiento, pues se trata de un sistema de acero, seguro por sus propiedades antisísmicas.

Hopsa ahora trajo al mercado el Panel Constructivo Hopsa (PCH), un sistema de paredes estructurales y de cerramiento con aislante térmico integrado.

Terán indicó que los paneles se componen por un núcleo de poliestireno expandido con mallas electrosoldadas de acero galvanizado de alta resistencia en cada una de sus caras.

“Es un material de construcción mucho más resistente, rápido y más económico que el bloque tradicional”, precisó Terán. Entre sus ventajas precisó la fácil y rápida instalación, resistencia estructural y sísmica, así como menor consumo de energía eléctrica requerida en los equipos de aire acondicionado.

Para el sector industrial Terán afirmó que tienen un producto insignia: el termopanel. Este también consiste en un panel con núcleo de poliestireno expandido (EPS), recubierto en ambas caras con lámina de acero calibre 26. Es un aislante térmico y acústico, permite mayor espaciamiento entre puntos de fijación y resistente a la corrosión.



En Nicaragua, el Covintec es un producto de paneles muy utilizado, sin embargo, ahora Hopsa lanzó en este mercado otro producto que lo supera aumentando su resistencia.

Importaciones ferreteras PRESENTAN UN CRECIMIENTO DEL 15%



Colombia.- Las importaciones colombianas del sector ferretero, específicamente las de herramientas de mano, alcanzaron los 116 millones de dólares FOB (libre a bordo) entre enero y julio de 2014, con un crecimiento de 15%, comparado con similar periodo de un año atrás cuando sumaron 101 millones de dólares.

El sector ferretero contribuye aproximadamente con 2,5% del PIB nacional al incluir las actividades de productores y distribuidores, según estimaciones de Fenalco Nacional, dice un informe de prensa.

El Centro Virtual de Negocios (CVN) confirma que el 35%, es decir 41 millones de dólares, fueron de útiles intercambiables para herramientas de manos, que en relación con el mismo periodo de 2013, registraron un incremento del 5%.

Otras herramientas con gran participación en las importaciones son las llaves de ajustes de mano (11%), herramientas de mano como los martillos, destornilladores, lámparas de soldar (10%) y sierras de mano (9%), precisa el informe.

El director de Investigación y desarrollo de CVN, José Esteban Rojas, indicó que Estados Unidos es el principal proveedor de Colombia de estas herramientas, al presentar una participación del 30%, es decir 35 millones de dólares. Siguen en este orden China con 28%, Taiwán 5% y Alemania con 4%.

Las importaciones de herramientas de manos, se concentran en Bogotá, donde se dirigen el 54%, es decir unos 63 millones de dólares, seguido por el departamento de Antioquia y Cundinamarca con una participación del 14 y 7%, respectivamente, resalta el informe.

Las exportaciones ferreteras alcanzan los 32 millones de dólares entre enero y julio de 2014, señala el comunicado.



Las herramientas manuales parecen venderse con éxito en Colombia, pues el rubro de importación de estos productos rondó más de 100 millones de dólares en el primer semestre del año anterior.

Entre las compañías exportadoras están Invermec que lidera con 12 millones de dólares de productos exportados y el 35% de participación. Continúan Bellota Colombia, con 7 millones de dólares y el 20% de participación y Empresa Andina de Herramientas con 3 millones de dólares exportados, y una participación de 10%. Ecuador, Perú y México son los países donde exportan los ferreteros colombianos.

En el riesgo ESTÁ EL NEGOCIO...

Decidieron arriesgarse con un nuevo concepto a nivel ferretero, y con poco más de tres meses de operar, se alistan también para entrar en el mayoreo de productos.

Diferenciarse en el mercado ya no solamente es una tendencia, sino una forma fuerte de competir. Quien encuentra o idea una estrategia, si la implementa como se debe, puede ser el trampolín para vender más en el mercado ferretero.

Esto parece haberle pasado a Top Casa, pues desde hace más de 3 meses, cuando decidieron abrir puertas, no lo hicieron como un negocio común, sino que revisaron una y otra vez el mercado en el que iban a entrar, “echaron” un vistazo a su área de influencia, y tomaron la decisión. Así sobre la ruta 32, hacia Guápiles, cerca del cruce de San Miguel de Santo Domingo, decidieron aperturar su tienda.

Se trata de Top Casa, una ferretería y venta de materiales de construcción que combina, la decoración, demostraciones en sitio, bazar, y muebles de oficina en un solo sitio.

“La idea es que si a un cliente le gusta algo, que pueda tener una idea cercana a cómo luciría en su caso, además que encuentre de todo”, dice Edwin Wan, Gerente General de Top Casa.

Por departamentos

Cuenta que la tienda está diseñada por departamentos, y en cada uno de ellos hay asesores, por si algún comprador requiere de algo.

“Los asesores cuentan y andan con su celular que, por un software, envía los códigos a la caja, y cuando el cliente llega, ya la factura está confeccionada. Esto hace que el comprador no tenga que esperar a que le facturen lo que busca”, dice Wan, quien además es un sistema que no permite que la emoción del cliente por el producto se pierda, mientras espera a que le confeccionen la factura.

Wan dice que la idea es que cada mayorista tenga su propia sala de exhibición, por eso ya han conformado algunas alianzas estratégicas para desarrollar estas salas en los 1200 m2 de espacio que poseen.

“Queremos incluso incorporar a algunos bancos para que los clientes puedan financiar sus proyectos en el sitio”, dice Wan.

Muchos de los productos, como el caso de los decorativos, los clientes pueden observarlos en varios ambientes, lo que les da una idea cercana a cómo podrían lucir en sus proyectos.

Asegura que se están abasteciendo de proveedores locales, pero también hacen algunas importaciones.

“Muy pronto, esperamos mayorizar en algunos productos para venderle a las ferreterías del país”, asegura.

Wan dice que antes de abrir estudiaron bien la zona, que añade que posee



mucho potencial en la parte de construcción, además que estar sobre la pista, les da un alto grado de exhibición, y que ya han empezado a aprovechar.

“Mucha gente viene por algo específico, y al toparse con todo un área de exhibición de otros productos, terminan llevando más y hasta regresando. A eso es lo que apuntamos”.

Wan dice que otra de las propuestas para atraer clientes es el precio de los productos. “Aquí encuentran de todo, más bazar y muebles. Somos una tienda que tiene de todo”, asegura. Y al ser un negocio tipo oriental, bazan mucho de la decoración y exhibición bajo esa tendencia, lo que según el gerente, también atrae compradores.

Este es parte del grupo de vendedores de Top Casa. Asesoran al cliente y por medio de un software, le evitan la espera y las filas que produce el proceso de facturación.



Edwin Wan, Gerente General, Susan Li, Gerente de Importación y Kent Wu, Gerente de Proyectos, están a cargo de Top Casa. A los compradores ofrecen todo un área ferretera, hogar, decoración, bazar, materiales de construcción y un piso de muebles variados.



¿Cómo la exhibición SÍ VENDE?

Mucho se ha habla de que para vender hay que exhibir, sin embargo, pocas veces se habla de cómo hacerlo con eficiencia para lograr más ventas, y por así decirlo, mirar como fluye el dinero.



El cerebro básico compra por impulso y el emocional se siente animado por los colores y las formas, además al cerebro le llama la atención lo nuevo y lo diferente.



La mayor parte de las decisiones que toman los consumidores son emocionales y no solo son irracionales sino que son intuitivas. El 85% de las decisiones que toma el comprador las hace de manera subconsciente y emocional y después busca los argumentos racionales para justificar su decisión.

El 83% de los mensajes de marketing están diseñados para la vista, así que queda un buen camino por explotar aprovechando todos los sentidos para llegar a incitar las preferencias de compra.

Abundancia

El cerebro se siente atraído por la cantidad y le gusta tocar. Por eso, no es casual que las grandes cadenas de tiendas muestren anaqueles repletos de productos y que incluso los racks de exhibición de algunas tiendas vayan del piso al techo.

Cuando el cerebro ve abundancia de un mismo producto, en cierta forma se relaja, se siente aliviado porque tiene opciones para elegir y percibe que el precio es conveniente o barato. Esto activa el cerebro básico y le da sensación de seguridad, porque por muchos años estuvo enfrentado a la escasez.

No importa el sitio que se tenga para exhibir, si es amplio o pequeño, con un buen sistema de almacenamiento, este factor se puede cumplir con éxito.

El detalle tiene dos claves: primero contar con un buen sistema de exhibición, y posteriormente, no permitir que el nivel de exhibición de productos se merme. Tratar de mantener la misma cantidad de martillos en exhibición, por ejemplo.



Cuando el cerebro ve abundancia de un mismo producto, en cierta forma se relaja, se siente aliviado porque tiene opciones para elegir y percibe que el precio es conveniente o barato.

Por los ojos

También a través de los ojos se puede buscar un sentido de deslumbramiento, por lo atractivo de las propuestas, vitrinas y maneras de exponer los productos, generando una fuerza de atracción para provocar al cerebro.

El cerebro básico compra por impulso y el emocional se siente animado por los colores y las formas, además al cerebro le llama la atención lo nuevo y lo diferente.

Para este caso, en una pared con colgadores o ganchos, puede ser aprovechada para exhibir aquellos productos más llamativos en cuanto a color. Por ejemplo, un caso de esto podrían ser las herramientas eléctricas, en las que algunas marcas se distinguen por sus colores.

Orden

Y si todo entra por la vista, y el cerebro basa mucho de su atención en los colores, el orden de la mercadería debe prevalecer en todo momento, y existen sistemas de exhibición, gondolería o anaqueles que permiten mantener un ordenamiento eficiente.





Calientan Oscares Ferreteros **Y FERRETERO DEL AÑO**

Reconocimientos serán dados a conocer en el primer día de Expoferretera, en la actividad de inauguración, a las 6 de la tarde.

20 candidatos, empresarios ferreteros reconocidos, fueron los elegidos por el sector, para iniciar la contienda que definirá al Ferretero del Año 2014 – 2015, en Expoferretera.

Las votaciones por estos candidatos están abiertas en el sitio:

www.expoferretera.com

Igualmente, como hace ya varios años, también serán reconocidas, por medio de los Oscares Ferreteros, ferreterías y equipos de trabajo del sector, elegidas así por los mayoristas.

Estas serían las categorías, que se estarían galardonando en la feria: Ferretería de mayor crecimiento en Área Rural, equipo de ventas ferretero

más activo y capacitado, ferreterías con las estrategias de mercadeo más diferenciadoras para atraer compradores, gerente ferretero más efectivo para los negocios.

El objetivo de TYT y Expoferretera, es reconocer el esfuerzo que hacen los ferreteros y sus equipos de trabajo por sacar adelante sus negocios, además que por tratarse de un gremio que es motor de la economía nacional, bien vale su reconocimiento.

Lista de nominados a Ferretero del Año 2014-2015:

Cristian Oporta Vega	Comaco de Huacas
German Quesada	Deposito las Gravilias
Mauricio Chanto	Distribuidora Materiales Granadilla
José Alberto Castillo	El Colono
Gilbert Quirós	El Guadalupano
Alejandro Aguilar	Elki María
Claudio Arias	Ferretercuyo, San Pedro de Poás
Eduardo Benavides	Ferresparza, Esparza
Oscar Valerio	Ferreteria Valerio, Palmar Norte
Freddy Brenes	Ferretería Brenes
Diego Arias	Centro Ferretero Arias
Fernando Ruiz	Ferretería Boston
Sergio Padilla	Ferretería Iguana Verde Uvita de Zona Sur
Adrián Salazar	Ferretería Santa Rosa de Turrialba
Allan Barrantes	Grupo Nosara
Diego Soto	Materiales Arsenio Soto, Grecia
Freddy Rodríguez	Rojas y Rodríguez, San Carlos
Eugenio Vargas Quesada	Agroservicios de la Península
Juan Diego / Sergio Alonso / Rebeca Solórzano	Ferjuca (hermanos Solorzano)
Gerardo Ulate	Materiales San Miguel
Edgar Picado	Agrologos



Allan Barrantes, de Grupo Nosara, conforma uno de los 21 nominados a Ferretero del Año. El elegido por el sector, se dará a conocer en Expoferretera, el viernes 29 de mayo, a las 6 de la tarde.

Vote en: www.expoferretera.com

**¿SE LE
FUNDIERON
LAS IDEAS?**





expo

FERRETERA

su herramienta de negocios

29, 30 y 31 de Mayo, 2015
Centro de Eventos Pedregal

Reserve su stand:
 Braulio Chavarría, braulio.chavarria@eka.net
 Tel: (506)4001-6726 / 7014-3611

Organiza:  **TYT**
 LA REVISTA FERRETERA

 /Expoferreteria Costa Rica  Expoferreteria

Expositores confirmados al 26 de Febrero, 2015



Internacionales:



CAPACÍTESE EN EXPOFERRETERA?



Certificación eléctrica

¿Solamente la certificación eléctrica UL respalda los materiales eléctricos, o existen otras en el mercado que también funcionan?

Expositor: Rodrigo Otárola, Jefe Oficina de control de Instalaciones Eléctricas, Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos

Fecha: Sábado 30 de Mayo, 2015

Hora: 10:00 a.m a 11:00 a.m



Estrategias de ventas en un mercado competitivo

Expositor: Jose D. Ulloa Soto, MBA, email: julloa@boston.cr

Fecha: Sábado 30 de Mayo, 2015

Hora: 1:30 p.m a 2:30 p.m



Perspectivas a futuro del sector ferretero

Expositor: Melvin Garita, Representante de la Dirección Financiera, Banco Nacional

Fecha: Sábado 30 de Mayo, 2015

Hora: 3:00 pm a 4:00 pm

**REGISTRESE A LAS CHARLAS EN:
WWW.EXPOFERRETERA.COM**



ADQUIERA SU ENTRADA EN:

www.expoferretera.com y reciba información
sobre las charlas y actividades



Lo valiente

NO QUITA LO FERRETERO

Para entrarle a la ferretería se requiere de una buena dosis de valentía, sobre todo cuando se trata de abrir mercado, pero hay que ser doblemente valiente cuando se hace por partida doble.

Llegamos como de sorpresa, como quien quiere descubrir al ferretero en plena acción. ¡Y así fue! Captamos el momento preciso en que hacía todo para asesorar a uno de sus compradores sobre lo importante de pintar los techos en verano, y no hacerlo hasta que las lluvias estén encima y se corra el peligro de que el trabajo no quede bien.

Este es un ferretero joven, también lleno de entusiasmo... de los que a primera entrada regala a su cliente esa sonrisa como queriendo decir: "gracias por entrar a mi negocio" y ruega para que no le pidan algo que no tenga.

Para Felipe Murillo, la Ferretería Murillo es su pasión, y aunque tan solo lleva 3 años y medio al frente, le ha tocado abrir mercado dos veces, en dos lugares diferentes, pues primero nació en Zarcerro y posteriormente decidió venirse para San Juan de San Ramón.

"Construí mi casa aquí, me puse a ver el mercado y detecté que, por tanto tránsito que pasa en el día, hacía falta una ferretería que tuviera de todo", dice desde su nuevo local en esta comunidad ramonense.

Posee un objetivo claro y un arma. Lo primero es "ponerle ganas para buscar crecer", y el librito, como lo llama, donde apunta los pedidos que requiere hacer, y todos los pedidos especiales que sus clientes le solicitan y que por alguna razón, no tiene en ese momento.

"Aquí recibo a cualquier mayorista. Lo único que les pido es honestidad, que me vendan cosas que verdaderamente tengan buena rotación, que no me metan pegas", asegura Murillo.

"Una vez un vendedor llegó con figuras de PVC y le dije que me enviara mercadería de la que más se vendía, que confiaba en su asesoría. Aún tengo más de la mitad de su envío. Confié en él y se cerró la puerta, y si su objetivo era vender una única vez, lo cumplió".

Felipe Murillo asegura que el ferretero es como un asesor que no puede darse el lujo de fallar, de lo contrario se pierde la lealtad y la credibilidad del comprador.

Creatividad

Cuando el negocio se llena, se vale de la ayuda de Daniela Varela, su esposa, y quien le da ese toque más que ordenado al negocio.

Afirma que ha notado que a muchos clientes como que ya no les gusta, por las complicaciones del tránsito y condiciones de parqueo, ir a buscar productos al centro de San Ramón, “y eso me ha beneficiado porque se vienen aquí”, recalca. La competencia, aunque la tiene cerca, pues hay otra ferretería, no le resta importancia, pero tampoco se desvive por eso. “Aquí es cuando hay que ser creativo, y buscar diferenciarse. Lo que no se puede hacer es que falten productos en el inventario”.

Y precisamente, del inventario, y de tenerlo completo, es una de sus metas, al punto que en su herramienta de trabajo –el librito- no solo apunta el nombre de cada producto que quiere pedir, sino el código, basado en el catálogo que previamente el mayorista le ha dejado en el negocio.

“Es tratar de detallar lo más exacto posible el pedido y con eso procuro que se aligere”, asegura Felipe.

Lo de ser ferretero se lo toma muy en serio, pues dice que conlleva mucha responsabilidad. “Es que uno es un asesor que no puede fallar y que está obligado a tener una solución a la mano. La gente entra en una ferretería en busca de una solución, y lo mínimo que esperan es encontrarla. Uno es como una persona de confianza para el comprador”, afirma.

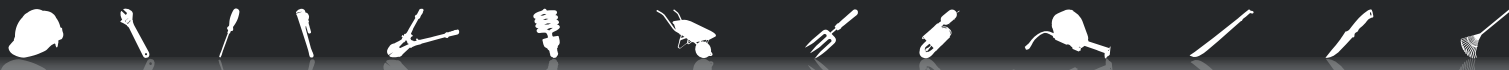


Murillo dice que el libro que tiene para anotar los pedidos y las cosas que piden sus clientes y que no tiene, viene a ser como su biblia ferretera. “Es una forma segura de controlar el inventario”.

Sección patrocinada por:



FUERZA EN SU TRABAJO



Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	email
Almotec	William Alfaro	Gerente General	2528-5454	N.D	william.alfaro@almoteccr.com
Elektrosistemas	Aisen Sánchez	Gerente Administrativo	2456-2020	N.D	asanchez@elektrosistemas.com
Imacasa Costa Rica	Andrés Zamora	Gerente General	2293-2780	2293-4673	azamora@imacasa.com
Lanco Harris Manufacturing	Ignacio Osante	Gerente General	2438-2257	2438-2162	lancoyharris@racsa.co.cr
Sur Química	Eduardo Gamboa	Gerentes Ventas	2211-3400	2256-0690	egamboa.s@gruposur.com
INTACO	Roger Jiménez	Gerente Comercial	2211-1717	2221-2851	roger.jimenez@intaco.com
Conducen (General Cable)	Tanya Bogantes	Analista de Mercadeo	2298-4800 2298-4949	N.D	tanya.bogantes@generalcable.co.cr
Tecnolite	Alberto Carvajal	Gerente General	2235-6061	2240-0518	acarvajal@tecnolite.co.cr
Conzeta	Yair Izrael Najman	Gerente General	4001-6464	N.D	yizrael@conzetailuminacion.com
Proyectos Taica (Taiké)	David Tseng	Gerente General	2231-7307	N.D	dtseng@taikecr.com
Eagle Centroamérica	Servicio al Cliente		2261-1515	2237-8759	info@eaglecentroamericana.com
Importaciones Vega	Rafael Vargas	Gerente General	2494-4600	N.D	impovega@racsa.co.cr



Organiza:

Apetito
La revista para gourmets y especialistas

Patrocina:

BANCO NACIONAL

ExpoVino Costa Rica
La cultura del vino

7 Y 8 OCTUBRE 2015
EVENTOS PEDREGAL
3:00 PM A 9:00 PM CUPO LIMITADO

ENTRADAS DISPONIBLES
HOY

Compre su entrada y vea los detalles en: WWW.EXPOVINO.CR.COM

 /Expovino | Tel: 4001-6723

 **General Cable**
conducen

Una Compañía
Conectando al Mundo



Nosotros hacemos que la
energía e información
lleguen a todo el mundo

Para mayor información contáctenos:
Costa Rica y Caribe (506) 2298-4800
El Salvador (503) 2534-9544
Guatemala (502) 2323-9600
Honduras (504) 2289-9300
Nicaragua (505) 2254-7705
Panamá (507) 830-5449

info.centroamerica@generalcable.co.cr
www.generalcable.com

Nuestras Marcas


a General Cable company

 **STABILOY**
BRAND

CAROL
BRAND

El metal más protegido que nunca

ANTICORROSIVOS



Tus rejas, portones, techos
más protegidos que nunca
...Incluso de los rayos UV.

Pinturas
Koral