

tuercas y tornillos



Administrar tiempo: vital en el negocio **P.09**

Especial herramienta manual **P.13**

Pequeño en patio de grandes **P.26**

Jorcel estrena cambios **P.30**



# FUERZA MIGUELEÑA!

Miguel, Christopher y Gerardo Ulate, forman parte de la segunda y tercera generación de Materiales San Miguel, un negocio de 11 mil m<sup>2</sup>, conformándose como uno de los competidores más robustos en el país.



 /Revista TYT

Suscríbase en:  
[www.tytenlinea.com/suscripcion](http://www.tytenlinea.com/suscripcion)

ABRIL 2019 Año 23 / No. 274



# SU HERRAMIENTA DE NEGOCIOS



UN ENCUENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS PARA  
FABRICANTES, DISTRIBUIDORES Y FERRETEROS

- Más de 40 distribuidores en un solo lugar
- Expositores internacionales
- Rueda de negocios
- Ciclo de charlas

**7 Y 8 DE  
AGOSTO  
2019**

**expo**  
**FERRETERA**  
*su herramienta de negocios*

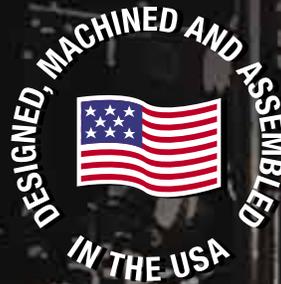
**HOTEL SAN JOSÉ PALACIO, COSTA RICA**

Su entrada en : [www.expoferretera.com](http://www.expoferretera.com)

Contáctenos: [revistatyt@ekaconsultores.com](mailto:revistatyt@ekaconsultores.com) Tel +506 4001-6743

Proteja a sus clientes. Proteja su reputación.  
**Asegúrese que sea producto original BrassCraft.**

Calidad auténtica, su nombre lo refleja.



## Calidad BrassCraft

La Fontanería es nuestro arte.

Dentro de esta caja encontrará siempre productos de calidad líder en la industria. Los productos originales BrassCraft están respaldados por más de 70 años de calidad, integridad y experiencia.

Distribución en Costa Rica:

Distribuidora Arsa, Importaciones Vega, Transacciones Ferreteras  
Brasscraft.com      Costa Rica Rep: [vmelendez@sercensa.com](mailto:vmelendez@sercensa.com)



©2019 Brasscraft Mfg. Co.

**THIS IS OUR CRAFT.™**

LLAVES Y MANGUERAS PARA AGUA; VALVULAS Y MANGUERAS PARA GAS; FITTINGS; REFACCIONES

**BrassCraft®**



30

19



**Suscríbese a TyT digital:**  
[www.tytenlinea.com/suscripcion-impres-tyt](http://www.tytenlinea.com/suscripcion-impres-tyt)

Reciba la Revista TYT en formato PDF una vez al mes en su email.

## Contenido

### PINCELADAS

08

- 08 Llegaron a sumarse al sector
- 08. Protecto pone a prueba su Metaltec

### EN CONCRETO

Claves para administrar el tiempo con eficiencia

09

- 14. Tubería PVC sin certificar es un “mal necesario” El que no ofrece tubería “barata”, sin certificar y que fue hecha para conexiones antiguas, no tiene forma de competir en un mercado donde a muchos clientes no les importa la calidad.

### ESPECIAL HERRAMIENTA MANUAL

Evolución de las herramientas manuales

12

- 14. Arsa es calidad TOTAL
- 16. Unidos Mayoreo de la mano de Truper

18

### MERCADEO

Tendencias en venta al detalle 2019

### SOCIOS COMERCIALES

19

- 19. 3M con Scotch Blue
- 20 Pfister ahora con repuestos en blister

### EL FERRETERO

22

- 22 ¡Ferreteros de las 4 décadas!
- 28. Negocio ferretero basado en cultura organizacional
- 26 ¡Del súper a la ferretería!
- 30 Grupo Jorcel en manos de un visionario

28

### EXPOFERRETERA

- 28 Expoferretera viene con más negocios

29

### PRODUCTOS FERRETEROS

# EK

ELECTRICPRODUCTS

## Productos de Última Calidad con respaldo internacional

ELK Group, es una empresa cuyo objetivo es brindar a todos sus clientes solo la mejor calidad, el mejor servicio y los mejores precios.



### Duchas Electrónicas **hydra**

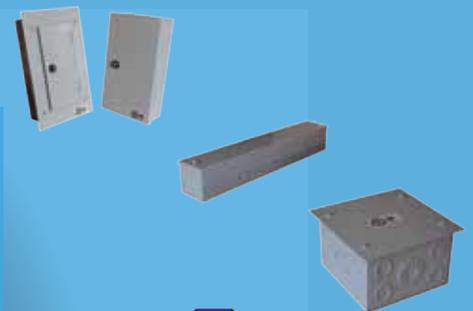
Poder elegir muchas temperaturas con precisión, economía y practicidad, sólo con Duchas Hydra.  
Tener en su casa el mejor diseño, calidad y eficiencia, con tecnología de vanguardia a precios accesibles, ahora es posible.



### Sistema **S** para acometidas eléctricas **STECK**

Nuestros Sistemas S son la combinación perfecta entre seguridad, diseño y economía.

Son unidades seguras de conexión y protección para instalaciones de baja tensión.



**SERPIMETAL**  
METALMECÁNICA & RECUBRIMIENTOS

Soluciones metálicas para uso eléctrico, tales como gabinetes para tableros de control, ductos y cajas de conexión.

**EK**  
ELECTRICPRODUCTS

[www.elk.cr](http://www.elk.cr)

☎ 2105 7777

@info@elk.cr



### Presidente

Karl Hempel Nanne  
karl.hempel@eka.net

### Director Editorial

Hugo Ulate Sandoval  
hugo@ekaconsultores.com

### Directora Eventos

Silvia Zúñiga  
silvia@ekaconsultores.com

### Directora de Arte

Nuria Mesalles  
nuria@ekaconsultores.com

### Asesora Comercial

Kim Morales  
kim@ekaconsultores.com  
Cel: (506) 8997-1965  
Tel: (506) 4001-6725

### Diseño y Diagramación

Irania Salazar  
irania@ekaconsultores.com

### Colaboradoras

Adriana Chaverry, Periodista

### Foto de Portada

Luis Navarro

### Suscripciones

Tel: 4001-6722  
revistaty@ekaconsultores.com

### Suscribase en:

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

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



**Hugo Ulate Sandoval**  
hugo@ekaconsultores.com

# LOS DETALLES NOS HACEN GRANDES

Dicen que en los pequeños detalles se “esconde” hasta el más sutil de los éxitos. Y sino que lo digan los conquistadores del amor, que más por pequeñas cosas vuelan en las alas del amor, que por las muy grandes..

Una tarde de estas, estaba con un ferretero, de esos que son bien estudiosos de los detalles, que miran hasta el parpadeo de los clientes para alimentar el ojo clínico, o que saben con exactitud dónde colocar los productos, de manera que en el recorrido que el comprador tenga que hacer se “enganche” con otros productos y termine aumentando el peso y volumen de sus transacciones.

Utiliza una técnica que llama “frentear”, que no es más que acercar lo más posible los productos al límite u orilla del anaquel, donde primero el cliente los siente más cercanos, y además da la percepción de que la urna se encuentra repleta de producto y obviamente, esto atrae mayormente a los compradores.

Es el ejemplo típico de la panadería que por tener solo una rosquilla exhibida en la bandeja, el cliente llega y al verla solitaria, lo primero que piensa es: “a la larga es de ayer y por eso no se ha vendido o nadie la quiere”, “de seguro no son tan buenas puesto que dejaron la última”... Mientras que si observa la bandeja llena de rosquillas, lo primero que puede pensar es que son frescas, que se ven apetitosas y a la larga decida llevar más de una.

Pero siguiendo con las enseñanzas de nuestro amigo ferretero, que omito el nombre y la ferretería, para que no le “roben” el santo, pero que ya muchos saben de qué escuela se trata, también nos contaba que además de ser una técnica muy usada en supermercados, que todo entra por la vista.

En este caso, propiamente, nos relataba que uno de los factores de éxito de grandes ferreterías mundiales como Home Depot, era el detalle de poner sobre las urnas las cajas vacías de herramientas y productos, esto producía un efecto visual en el cliente, para que “pensara” que el negocio estaba lleno de producto. ¡Y a ver!, cuando un negocio está lleno de herramientas, de productos de ferretería, materiales de construcción y demás, el cliente lo relaciona con que “hay de todo”, “siempre tienen el producto que busco, y sino, más alternativas”, “da gusto comprar porque hay mucho”, “mientras espero, puedo ver otros productos”, entre otros pensamientos y frases positivas.

Los libros son indispensables, pero a veces esos detalles de mercadeo se encuentran ante nuestra vista, y sino que lo diga nuestro amigo ferretero, que es un mar de experiencia y conocimiento.



### Mayo / TYT 275

#### Especial: Jardinería

Todas las herramientas, accesorios y equipos que tienen que ver directamente con el jardín: herramientas agrícolas, de riego, tubería, mangueras, equipo de corte, eléctrico y a gasolina, abonos, herbicidas y fertilizantes.

**Cierre comercial: 18 de abril, 2019**



## Anúnciese en TYT Y exponga en Expoferretera 2019

Kim Morales

kim@ekaconsultores.com • Cel: (506) 8997-1965

### Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	email
Eagle Electric, S.A	Central de Ventas		2261-1515	info@eaglecentroamericana.com
ELK	Ricardo Prado	Telemercadeo	2105-7777	ventas@elk.cr o info@elk.cr
BrassCratf	Román Rampinini	Gerentes de Ventas para Latinoamérica	001-248-2342-695	servicioalcliente@brasscrafthq.com
3M	Christian Jiménez	Líder de Ventas CR	(506) 2277-1000	cjimenez@mmm.com
Ferreterías Marrol, S.A	Rodolfo Alvarado	Gerente General	2453-0025	ralvarado@marroll.com
Distribuidora Arsa	Ronald Sanabria	Gerente del Dept. de Ventas	(506) 2285-4224	rsanabria@disarsa.com
Fluidmaster	Eduardo Madriz	Rep. Ventas Centroamérica	(502) 3021-2957	eduardomadrizprado@gmail.com
Unidos Mayoreo, S.A	Geovanny Romero	Gerente de Ventas	4100-8800	gromero@unidosxm.com
Coflex S.A de C.V	Gil Coto Navarro	Representante	2224-2278	servicioclientes@coflex.com.mx
Spectrum Brands Costa Rica	Grettel Azofeifa	Trade Marketing	(506) 7016-0111 / (506) 2272-2242	grettel.azofeifa@la.spectrumbrands.com

**SUSCRÍBASE**  
al boletín de



**www.  
tyt  
enlinea.  
com**

## LLEGARON A SUMARSE AL SECTOR

Recientemente, desde marzo pasado nació una nueva empresa ferretera. Se trata de Boston Tools Costa Rica, orientada a la especialización en herramientas, principalmente eléctricas, accesorios, inversores y máquinas para soldar. La idea, según sus gerentes: Alejandro Soto y David Guevara, es consolidarse y arrancar la apertura de más tiendas.

¿Y por qué la especialización en diversas categorías de herramientas? Precisamente, Soto lo enfoca de manera sencilla, al indicar que existe mucho profesional que no encuentra de todo lo que busca en una ferretería, sobre todo en el caso de algunas máquinas de corte industrial, “por eso nuestra idea es suplir a esos clientes que requieren productos especializados, sin embargo, eso no quita que también tengamos otros productos como accesorios para herramientas eléctricas y variados modelos de esta categoría”.

Soto argumenta que la idea es seguir abriendo tiendas bajo el modelo de franquicia, que más o menos en un par de años, tener al menos 8 puntos de venta.

“Aquí el franquiciado que se apunte con nosotros obtendría todos los beneficios de una franquicia, como por ejemplo las ventajas que se obtienen en compras por volumen”, dice Soto,



**Alejandro Soto y David Guevara, son los Gerentes de la nueva tienda de ferretería especializada Boston Tools Costa Rica. Esperan, bajo el modelo de franquicia, arrancar con la apertura de más locales.**

solo para citar una de las ventajas.

Esta primer tienda de Boston Tools se ubica en Pavas, San José, Costa Rica. “Otra de las ideas es que el cliente también encuentre asesoramiento especializado, pues consideran que unas de las formas de vender más, es capacitando lo más que se pueda a los clientes.

## PROTECTO PONE A PRUEBA SU METALTEC

Según datos de la escuela de Ciencia de la Ingeniería de los Materiales, del Tecnológico de Costa Rica del año 2008, los daños por corrosión en el país, equivalen al 4.5% del PIB.

“La corrosión es la degradación de un material debido a la acción química de otro elemento. Lo que cambia es que el nuevo material que se forme tendrá otras propiedades físicas y químicas. La afectación puede ser tanto en el aspecto estético como funcional de los metales”, explicó Javier Rodríguez, ingeniero químico especializado en energía y medio ambiente. Pensando en los efectos de la corrosión y muy seguros del poder anticorrosivo de su esmalte Metaltec 3 en 1, Protecto se dio a la tarea de identificar tres de los lugares con mayor poder corrosivo de Costa Rica, en los que, por un periodo de tiempo, se pondrán a prueba las propiedades del producto.

Basados en el estudio del año 2008, “Mapas estimativos de la corrosión atmosférica de acero de baja aleación en Costa Rica”, se eligieron las cercanías del Volcán Turrialba, Bajos del Toro y la boca del Río Bananito. Ahí se instalaron una puerta, un techo y una tapia; las tres estructuras son fabricadas en hierro negro -láminas de zinc- .

“Asumimos este reto porque estamos muy seguros de lo que puede hacer el producto. Queremos que los consumidores conozcan la calidad del producto y evidencien que con Protecto tienen una opción para proteger los metales del hogar. Las condiciones atmosféricas que ofrecen cada uno de estos sitios que elegimos para la prueba, nos permiten demostrar la capacidad del Metaltec”, explicó Jazmín Durán Cortés, encargada del negocio Arquitectónico de Protecto.

El ingeniero químico, Rodríguez Yáñez, explicó que Bajos del Toro presenta valores usuales de humedad relativamente altos,

lo que provoca que se formen capas de película de líquido sobre la superficie metálica, que, de estar expuesta sin protección, favorecería la corrosión.

En el caso de la zona del volcán Turrialba, ahí existe probabilidad de gases y eventualmente ceniza, debido a los procesos eruptivos. Esto genera un aumento de los contaminantes atmosféricos circundantes al volcán, que afectan la corrosión por el ataque directo sobre el material metálico por la acidez de la ceniza y de los gases.

Para la estructura ubicada en la boca de Río Bananito, el ensayo plantea la resistencia de Metaltec, a un nivel elevado de cloruros en la película superficial, que genera una aceleración de la corrosión por picadura (huecos) y la formación de óxidos no estables, agregó el especialista.



# Claves para administrar el tiempo

## CON EFICIENCIA

Si usted es de los ferreteros a los que no les alcanza el día para todo: contestar correos, atender clientes, coordinar entregas de productos, autorizar pagos, controlar al personal, velar porque la tienda permanezca ordenada, pagar y atender proveedores, contestar el WhatsApp, el celular entre otras tareas... Mejor pare, antes de volverse loco y busque cómo administrar su tiempo con eficiencia. ¡Lea con atención!



Todas las organizaciones quieren ser más eficientes con la gestión del tiempo de trabajo de sus colaboradores. Es probable que los líderes ya hayan descubierto cómo administrarlo, pero a medida que empiezan a crecer, son más y más las ocupaciones que aparecen y es necesario repensar la forma cómo se están distribuyendo las tareas durante el día. Una jornada laboral con un tiempo correctamente distribuido para completar todas las tareas pendientes es la clave para alcanzar a mediano y largo plazo, los objetivos personales y globales en una organización.

### 1. Establecer una jerarquía de tareas (y cumplirlas)

Haga una programación semanal, y mensual para tareas a largo plazo, que le permitan identificar las tareas de mayor y menor prioridad. Recuerde que lo urgente no es siempre lo importante, eso significa que las tareas de nivel inferior deben hacerse sólo cuando haya terminado las tareas críticas y tenga tiempo libre para dedicarse a ellas, recuerde la idea es completarlas todas en el plazo establecido.

Existen muchas herramientas tecnológicas al alcance de la mano para controlar y gestionar las tareas y la duración de cada una de ellas. Lo importante es administrar el tiempo estableciendo objetivos realistas, tiempos adecuados para lograrlos y un orden jerárquico que permita completar primero las cosas más importantes.

### 2. Controle su correo electrónico (no al revés)

Las personas pasan horas revisando su correo electrónico y no se dan cuenta que eso les quita tiempo valioso para completar sus tareas. Un estudio de Radicati Group prevé que un trabajador americano envió 136 correos al día en el 2017. Otro estudio de McKinsey & Company estima que las personas gastan la cuarta parte del total de su tiempo de trabajo usando el correo.

Existen muchas formas de gestionar el correo electrónico eficientemente con prácticas tan sencillas como desactivar la comprobación automática, filtrar el correo con copia, definir el asunto del correo, crear listas prioritarias, etc. La clave está en escribir correos sólo cuando sean necesarios y no convertirse en un esclavo de ese tipo de aplicaciones.

### 3. Asista sólo a las reuniones necesarias.

Asegúrese que su participación sea estrictamente necesaria e indispensable en cada reunión de trabajo a la que asista. Si es una reunión que no le compete, simplemente no asista. Las reuniones pueden durar horas, y no tener nada que ver con el trabajo de alguno de los participantes, es un tiempo que luego deseará no haber perdido.

Un método recomendado para evitar la participación de personas innecesarias en las reuniones es mantener una agenda de reuniones actualizada en línea y hablar siempre directamente de ello para evitar malentendidos y gastos de tiempo innecesarios.

### 4. Programe reuniones cortas

Las reuniones de trabajo son el mejor mecanismo para dejar claros los nuevos proyectos que se van a emprender, los objetivos que se persiguen, para realizar una distribución eficiente de tareas y para resolver las dudas de los involucrados. Sin embargo, esas reuniones tienden a alargarse innecesariamente y a tocar temas que

no corresponden. Es clave establecer los temas a tratar de antemano, programar la duración de la reunión para que sea lo más corta, concisa y productiva posible e invitar sólo a las personas indispensables. Recuerde que menos es más.

## 5. Flexibilice su calendario

Antes decíamos que la creación y actualización de un calendario de tareas semanales y mensuales con un orden jerárquico de prioridades es clave para la productividad, pero también es necesario adaptarse a las novedades del día a día y ser capaz de flexibilizar los tiempos para reorganizar las tareas prioritarias cuando estas surjan.

Casarse con el calendario no es buena idea, eso puede causar que se pierdan oportunidades valiosas. El cronograma debe ser una guía para cumplir con los tiempos, pero debe estar siempre abierto a incorporar las novedades y nuevas tareas que surgen normalmente en el trabajo.

## 6. Delege y administre sus tareas en el bolsillo

Una de las grandes debilidades de los empresarios y sobre todo los de este sector, es la delegación de responsabilidades. Creer que uno lo puede hacer todo, es sumirse en el total descontrol, y el primero en sentirlo es el negocio. Nadie es capaz de “echarse” encima todas las tareas que implica y requiere un negocio ferretero.

Es importante que aprenda a delegar. Perfectamente, se puede destinar, por ejemplo, una persona para las compras y otra para los pagos, y al final del día, solicitar un informe que puede revisar con rapidez, si es necesario al final del día o cada semana.

Como a los ferreteros les gusta andar por toda la tienda, un buen ejercicio es apuntar las tareas importantes en papelitos que puede poner en el bolsillo, y en cada pausa procurar ir las cumpliendo, así cuanto menos papeles, más tareas habrá cumplido.



**Fluidmaster**  
GENUINE PARTS  
ONLY THE BEST PRICE

**Fluidmaster**  
Un verdadero líder en la industria

Designed & Engineered in the USA

SOMOS LA EMPRESA #1 EN EL MUNDO EN REPARACIÓN DE SANITARIOS, CONOZCA NUESTRA LINEA COMPLETA

SAPOS/ FLAPPERS

DUAL FLUSH / DESCARGA DOBLE

COMBO: JUEGO DE REPARACIÓN COMPLETO PARA SANITARIO

PALANCAS PERFECT FIT

CLICK SEAL

CONECTORES

DE VENTA EN ALMACENES DE PRESTIGIO

# Tubería PVC sin certificar es un “MAL NECESARIO”

El que no ofrece tubería “barata”, sin certificar y que fue hecha para conexiones antiguas, no tiene forma de competir en un mercado donde a muchos clientes no les importa la calidad.

En Costa Rica, existen dos fabricantes de tubería PVC –para conducir agua o electricidad-, que ofrecen garantía, calidad, respaldo y todas las certificaciones y sellos exigidos a nivel nacional e internacional. Esas empresas son Durman Esquivel y Amanco. Por eso, todas las ferreterías les compran sus productos.

No obstante, existe también un mercado “oscuro”, cuyos productos no tienen esos sellos que los certifican como productos aptos y de calidad, y obviamente son muy baratos; de acuerdo con Ronald Aragón, Gerente General de los Depósitos y Ferreterías Ferconce, quien dice que los precios pueden ser incluso un 40% más bajos que los de las empresas antes mencionadas.

Por ello, nos dimos a la tarea de conversar con cuatro ferreteros para saber qué opinan de estos productos sin certificar y si los venden en sus negocios, a pesar del peligro que esto puede significar para quienes construyen sus hogares con estos artículos de calidad dudosa.

## Calidad vs precios bajos

Erick Artavia, Socio y Administrador de Tecnieléctrica, asegura que le han llegado a ofrecer productos sin certificar, pero que ellos “no se la juegan” y prefieren comprar el producto a Durman Esquivel y Amanco, ya que considera que esos otros productos son de mala calidad.

En su caso, asegura haber vendido tubería Tubrica –de Venezuela-, que es certificada y de buena calidad, pero sus clientes preferían las marcas reconocidas.

Este ferretero asegura que él identifica cuando una tubería es de buena calidad, por el grosor de la misma y porque viene con la Certificación UL impresa.

Por su parte, Julio Navarro, Gerente General de Ferreterías El Mar,

comenta que ellos trabajan principalmente con Durman Esquivel y Amanco. Sin embargo, tienen productos de la línea “vieja” –no del tipo A ni la UL, que exige actualmente la legislación- que son productos más económicos y los consiguen de fabricantes nacionales.

Navarro asegura que todos esos productos son “marca miedo”, porque así es como se generan los incendios, ya que esos tubos económicos no tienen ningún retardante al fuego ni reúnen ninguna norma. “Por mí, no vendería nada de eso, pero el comercio te obliga a tener de todo y si uno no tiene de algo, se van a donde sí hay”.

Por su parte, Ronald Aragón, Gerente General de Depósito y Ferretería Ferconce, expresa que él le compra el producto certificado a Amanco y Durman Esquivel, y como “alternativa colateral” más barata, compra a otros negocios, para poder competir, ya que hay un segmento del mercado al que no le interesa el producto certificado, porque normalmente construye al margen de la ley.

“Yo recibo esos productos como genéricos y los vendo como tal. La diferencia de precio entre ellos puede ser de un 25 hasta un 40%, dependiendo de la marca. Estos productos genéricos vienen de República Dominicana, Nicaragua, Panamá y tal vez hasta de China”, comenta.

Y agrega: “opino que este tipo de productos son un peligro, porque no tienen supervisión técnica ni profesional, no hay un laboratorio técnico que los avale...”

Finalmente, Francisco Acuña, Gerente Administrativo de Construrama San Ramón y HR SIVA, afirma que ellos le compran a Amanco, Durman Esquivel, Micsa –tubería eléctrica “vieja”, tipo A y figuras- y a un empresario oriental que importa su producto de China –tubería para agua-.

Según Acuña, actualmente es necesario tener material tanto certificado, como sin certificar, porque los clientes lo piden, ya que es más económico que el UL.

Este ferretero asegura que a ellos como empresarios les serviría que todo se estandarizara y que obligatoriamente los clientes tuvieran que comprar la UL, pues a ellos no les sirve estar comprando las dos líneas.

“En el tema de la tubería certificada, la diferencia en costos es bastante grande; siento que tal vez se han abusado un poco en el precio de ese material”, finaliza.



Según Julio Navarro, ni Durman Esquivel ni Amanco realizan capacitaciones a los clientes para que ellos aprendan cómo diferenciar una tubería de calidad de una que no lo es.

# Evolución de las **HERRAMIENTAS MANUALES**

Las herramientas de mano han evolucionado mucho en los últimos años, en cuanto a funcionamiento y seguridad. Los mecanismos actuales tratan de conseguir que el usuario consiga el mayor rendimiento con el menor esfuerzo posible.



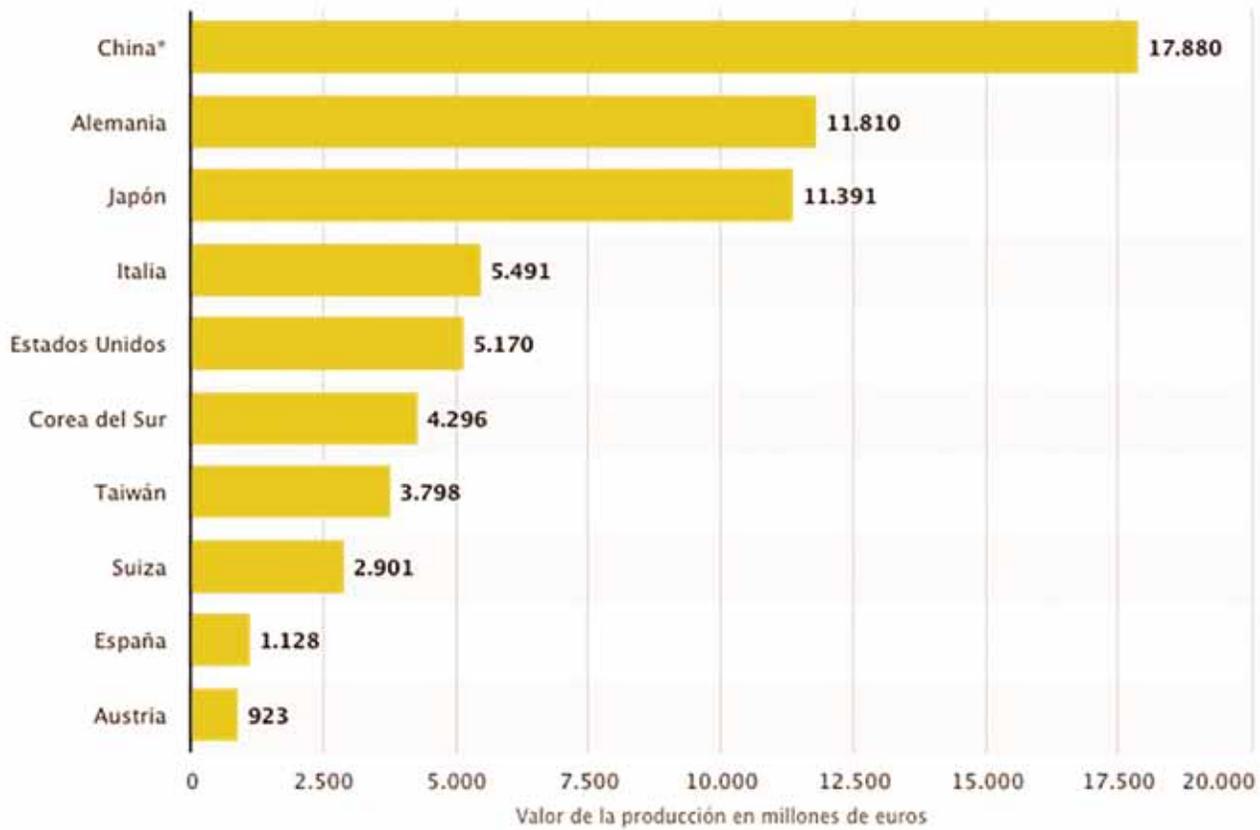
**Las herramientas manuales son como la moda, evolucionan constantemente.**

Productos como tenazas, destornilladores, sargentos y cepillos metálicos han cambiado la composición de sus mangos y varillas o su ergonomía. Asimismo, las herramientas se han hecho mucho más seguras.

Los fabricantes de herramientas trabajan muy estrechamente con los centros tecnológicos con el objetivo de investigar en nuevos materiales y nuevos procesos y lograr productos de mayor calidad y más económicos. El sector de la herramienta de mano tiene que competir con la fabricación masiva de producto, mucho más barato en China e India, así como con las copias fraudulentas que se dan a todo nivel.

Los principales clientes del producto, que exigen una alta calidad del mismo, son la industria metalmeccánica, las petroleras, los gaseoductos, la industria automotriz, la aeronáutica, las centrales hidroeléctricas, las minas y la construcción (albañilería, carpintería, electricistas, etc). El bricolaje es otro segmento importante de demanda, aunque que tiende a comprar productos más económicos y de menor calidad

## Estos son los principales fabricantes de herramienta manual a nivel mundial



**UJUSTOOLS**  
**PROFESIONAL**



Distribuido por

IMPORTACIONES  
**MARROLL**  
TODO UN MUNDO EN FERRETERÍA

☎ 2453-0025

✉ ventas@marroll.com

🌐 www.marroll.com



# Arsa es calidad

# TOTAL

Por  
Distribuidora  
Arsa

Distribuidora Arsa distribuye de manera exclusiva las herramientas TOTAL, una marca que se ha adentrado en el corazón de sus clientes.

**- ¿Cuáles son los principales valores y beneficios que presenta Total, en la categoría de herramienta manual, y por los que ya muchos ferreteros la tienen en sus tiendas?**

- Entre los principales valores y atributos de la marca TOTAL en la categoría de herramientas manuales, están su calidad, precio y presentación así como la garantía y respaldo que ofrece a los consumidores, también su amplio surtido y alto stock lo que permite al ferretero obtener una buena rentabilidad gracias a esa relación de calidad – garantía - precio.

**- ¿En cuanto a profundidad de línea, cuáles son las principales categorías de herramienta manual, que cubre Total?**

- Son muchas las categorías que tenemos dentro de la línea de herramientas manuales TOTAL, dentro de las principales a mencionar están: mecánica, carpintería, precisión, automotriz, enderezado, jardinería, pintura, ebanistería y otras más.

**- ¿Por qué los ferreteros que no han incorporado aún la marca, deberían tenerla en su negocio? ¿Qué ventajas ofrece con respecto a otras marcas?**

- La ventaja radica en que TOTAL es una marca de alto nivel, que le permite al ferretero obtener muy buenos márgenes, en comparación con otras marcas en el mercado, con buen respaldo, calidad y precio; que cuenta con todo el respaldo de la empresa distribuidora con más años de experiencia en el mercado, como es Distribuidora ARSA. Poco a poco los ferreteros se van dando cuenta que es un producto ganador y que no debe de faltar en el surtido de su negocio.

### Beneficios

**- ¿Valores como ergonomía, resistencia, duración, garantía, forman**

**parte de la oferta de la marca. Y además de estos, qué otros beneficios posee?**

- Aparte de los beneficios ya mencionados como son su durabilidad, garantía y resistencia cuenta con todo el respaldo de Distribuidora ARSA. También contamos con nuestro propio taller de servicio donde damos el mantenimiento y reparación a lo que no es manual, así como la asesoría de parte de un equipo de ventas con muchos años de trayectoria en el mercado, también se cuenta con todo el apoyo en exhibición y promoción de la marca.

**- ¿Por qué desde su incorporación la marca ha sido tan acogida en el canal ferretero?**

- TOTAL es una marca que con solo verla en el exhibidor llama la atención del consumidor y cuando la compra y utilizan se dan cuenta que el precio pagado por ella es más bajo que el valor real de lo que están obteniendo, que a pesar de ser una herramienta de bajo costo rinde y proporciona tan buenos resultados como otras marcas que son más caras. Es un producto de gran calidad y presentación al mejor precio.

**- Los ferreteros valoran aquellas marcas que siempre tienen producto en stock y que continuamente lanzan novedades al mercado. ¿En este aspectos cómo se mueve Total?**

- Total es una marca que todos los meses saca productos nuevos y cada vez llena más la necesidad del mercado tanto en herramienta manual como eléctrica. En TOTAL, se está en constante innovación e investigación del mercado, para poder suplir todas las necesidades del consumidor a nivel mundial, por lo que prontamente los estaremos sorprendiendo con la ampliación cada vez más fuerte del surtido de la marca.

**- El mercado siempre reconoce el respaldo que tienen los productos que Arsa distribuye, y pocos alcanzan estos niveles... Dada estas circunstancias, ¿a qué se debe que el éxito de Total, se haya dado con tanta rapidez?**

- Primeramente, somos una empresa creyente en la gracia de Dios y estamos firmemente convencidos de que sin su ayuda nada podemos lograr, por lo que todos nuestros proyectos están en sus manos, segundo la marca TOTAL por si sola es exitosa a nivel mundial, por su calidad y buen precio, y por último ARSA tiene un gran equipo de colaboradores que ha trabajado fuerte para posicionar la marca, también gracias a nuestros clientes ferreteros que tienen una muy buena imagen y preferencia por todos los productos que distribuye ARSA.



**HAND TOOLS**

**TOTAL**

# TOTAL

One-Stop Tools Station

De venta en las principales ferreterías del país



Distribuidor exclusivo para Costa Rica  
[www.disarsa.com](http://www.disarsa.com)



*Arsa es para Costa*

Unidos Mayoreo y TRUPER conquistan

# CADA VEZ MÁS FERRETEROS

Por Unidos Mayoreo

Unidos Mayoreo se consolida cada vez más en el mercado, de la mano de TRUPER, una marca que cala fuerte en el sector ferretero gracias a la profundidad de línea y a la calidad constante.



Alicata electricista 8" T200-8. TRUPER. Código 8882.

Cinta métrica contra impacto 5 metros. FH-5M. TRUPER. Código 9797



Martillo con cabo de madera 16 oz. TRUPER MA-16 M-152. Código 8851



Destornillador Phillips con mango comfortable. DP-1/4X4B. TRUPER. Código 10651

TRUPER ha conseguido posicionarse en el tiempo como una marca valiosa tanto para el ferretero como para el usuario final, tanto que es de las preferidas, pues presenta valores incomparables de confiabilidad, garantía, respaldo, amplio portafolio de productos, innovación constante. La marca cubre su catálogo con más de 10.000 productos, y su amplitud la segmenta en 7 marcas especializadas como lo son TRUPER, PRETUL, VOLTECK, FIERO, KLINTEK, FOSET, HERMEX. Además de eso, la profundidad de la línea la segmenta en construcción, carpintería, jardinería, fontanería, agrícola, seguridad ocupacional, línea eléctrica, equipo neumático, cerrajería, cada uno de ellos ofreciendo condiciones o variaciones especiales, según lo requiera el usuario.

### 50 años en el desarrollo de productos

Al ser la marca líder y de mayor colocación en el mercadeo con 50 años en desarrollo de productos, soluciones y cumpliendo las demandas más exigentes del mercadeo, permite a quienes tienen la marca en su negocio generar ganancias de manera rentable. Ofreciendo una ventana de posibilidades para el posicionamiento de un negocio.

Sus ventajas: mayor margen de utilidad, menor inversión de inventarios por la alta rotación que genera, mejor flujo de efectivo, respaldo de garantía real.

Definitivamente, TRUPER cuenta con el laboratorio de control de calidad más grande del mundo en su rama, con 170 ingenieros especializados, lo que da como resultado herramientas confiables para las altas exigencias que el mercado requiere. Los ferreteros valoran aquellas marcas que siempre tienen producto en stock y que continuamente lanza novedades al mercado, por eso TRUPER brinda un catálogo actualizado año con año, innovando en tendencias, ampliando su portafolio. Por eso nuestros clientes prefieren TRUPER.



# ES MUCHA HERRAMIENTA

 **TRUPER®**  **PRETUL®**  **HERMEX**  **FOSET**  **VOLTECK**  **Klinter®**  **FIERO**

*Con el surtido de Herramienta más completo del mercado,  
Consígala con nosotros somos Unidos Mayoreo S.A.*



# Tendencias en venta AL DETALLE 2019

A los consumidores se les debe facilitar, de todas las forma posibles, sus compras. Esto es un principio que ya siguen muchas empresas, que se mantienen actualizadas de las tendencias del comercio minorista (retail) en los países desarrollados. Es bueno recordar lo que recomiendan los sabios para imitar en el 2019 y en el futuro.

Por Jorge Pereira



## Omnicanal

Omnicanal es enviar un mensaje continuo y uniforme, por diversos canales, diferentes dispositivos, con variadas opciones, que permitan interactuar con cada consumidor. Las compras omnicanal son factores clave para generar experiencias positivas de compra, ya sea en la tienda o en línea.

El mercadeo omnicanal es la idea de brindar una experiencia perfecta al consumidor en todos los canales relevantes para el viaje de compra. El término enfatiza un cambio en la forma en que las personas progresan a través del embudo de marketing.

En todo el mundo los compradores están más conectados y tienen enorme control sobre el proceso de compra que jamás antes en la historia del mercadeo.

## Inteligencia Artificial

John Patrick McCarthy acuñó la expresión «inteligencia artificial», y la definió como «la ciencia e ingenio de hacer máquinas inteligentes, especialmente programas de cómputo inteligentes».

La Inteligencia Artificial tiene el poder de aprovecharse de los datos de los consumidores, para crear experiencias de compra altamente personalizadas. El envío de mensajes automatizados – a segmentos específicos – aumenta ventas y el poder de las marcas.

La inteligencia artificial ya está creando experiencias de compra individuales en función de la ubicación, las preferencias de precios, los gustos individuales y el historial de compras de cada consumidor.

Son miles de millones de datos los que generan los equipos digitales que usamos a diario. Las técnicas de cómputo (reglas de asociación, árboles de decisión, modelos de mezcla de Gauss, algoritmos de regresión, redes neuronales, redes bayesianas, y otras), se utilizan intensivamente en marketing para segmentación, clasificación, diagnóstico y predicción de comportamiento de los compradores.

## Internet de las Cosas

El uso de los grandes datos (big data) y la Internet de las Cosas (Internet of Things) presenta a los minoristas enormes oportunidades para analizar, predecir y responder prontamente a la necesidad del cliente, en el momento adecuado.

Los refrigeradores inteligentes pueden determinar que se está quedando sin leche enviándole mensajes para que la compre. Si tiene acuerdo con un proveedor este le hará llegar el producto faltante antes que se le termine.

Con este tipo de tecnología inteligente, finalmente la empresa vendedora puede cuidar de sus clientes de la manera que siempre ha deseado, dando el trato personalizado, uno a uno, que crea fidelidad e incrementa las ventas. .

Integración de voz en dispositivos

Amazon Alexa, Google Home y otros dispositivos activados por voz, han generado un novedoso canal de ventas para minoristas.

Por ejemplo, puede generar una lista de compras simplemente hablándole al celular o la computadora. Alexa o Google Home le responderán dándole sugerencias personalizadas de productos basados en sus hábitos de compra. Los minoristas pueden incorporar las búsquedas de voz a las redes sociales. De esta forma los clientes no tienen que abandonar Facebook o Instagram para realizar una compra.

## Video para los móviles

La gente pasa cada vez más tiempo en sus teléfonos inteligentes. Los videos son los preferidos. Las personas dedicaron un promedio de 30 minutos por día a ver videos en sus equipos móviles. Por ello, YouTube tiene 1.5 mil millones de usuarios.

Es un momento oportuno para que los minoristas adopten una estrategia de marketing con videos para móviles para sus negocios. Pueden hacerlo creando videos que muestren sus negocios o productos o haciendo videos instructivos de cómo usarlos.

Los eventos de transmisión en vivo, en plataformas sociales, tienen 3 veces más probabilidades de verse que los videos pregrabados.

Fuente: [www.mercadeo.com](http://www.mercadeo.com)

# 3M le pone azul profesional a los **TRABAJOS EN PINTURA**

Scotch Blue Tape de 3M, busca hacer los trabajos de pintura más sencillos, eficientes y profesionales



¡Nuevo empaque!

## - ¿Qué ventajas en cuanto a eficiencia presenta Scotch Tape de cara a los profesionales en pintura?

- La ventaja que ofrece utilizar Scotch Blue Tape además del acabado profesional que se obtiene al usarlo es también evitar el reproceso.

Al usarlo a la hora de proteger superficies se retira sin dejar adhesivo o que se venga la pintura con la cinta, por lo que el usuario no tiene que volver a rehacer el trabajo.

Como no filtra la pintura no es necesario volver a pintar otra vez .

El producto se puede usar en varias superficies como vidrio, sobre madera con barniz, metal, acrílico, puertas, aluminio adonizado, herrajes y brindará los mismos beneficios.

## - ¿Cuáles son las principales aplicaciones técnicas que rodean al producto?

Scotch Blue Tape es comúnmente utilizado para proteger superficies mientras se hacen los trabajos de pintura, como zócalos de piso, marcos de ventana, cielo raso, además de ofrecer líneas y acabados nítidos en diseños decorativos en las paredes y otras superficies, ya que se puede pintar sin que se filtre ó corra la pintura.

### Proyectos de pintura

## - ¿Hay cintas en el mercado que presentan el problema que a la hora de requerir despegarlas de la superficie, dejan residuos o se hace imposible despegarlas, bajo estas dos características, qué diferenciación presenta Blue Tape?

Blue Tape de 3M, es una cinta que fue desarrollada con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestro consumidor final, quienes son todas aquellas personas que están por comenzar en un proyecto de pintura.

Scotch Blue Tape puede permanecer pegado en la superficie hasta 14 días y se puede retirar sin dejar residuos en la superficie, garantizando un acabado profesional en cualquier proyecto.

## - ¿En que medidas viene el producto, en términos de grosores y largos?

- a. 0.94 pulgadas x 60 yardas
- b. 1 pulgada x 60 yardas
- c. 1.45 pulgadas por 60 yardas
- d. 1.88 pulgadas por 60 yardas

## - ¿Por qué debería el ferretero incorporar un producto como este en el inventario de accesorios para pintar, qué beneficios importantes presenta?

- Es importante que los profesionales de la pintura que tienen el canal de ferretería como principal fuente de abastecimiento, encuentren los productos que les permita realizar un trabajo con mayor eficiencia y profesionalismo y con alta calidad, lo que se convierte en su carta de presentación en un oficio donde la recomendación de su trabajo es lo que le permite seguir ganando proyectos.

## - Finalmente, ¿a qué se debe su color azul?

- El color azul es debido a que resiste los rayos ultravioleta; y permite que se pueda poner sobre los vidrios de las ventanas y a retirarse no deja residuos sobre ella.



# Pfister aumenta su INNOVACIÓN

La marca lanza nuevos diseños que incorporan acabados mate y el buscado color negro. Además, todas las refacciones ahora vienen en empaque blister.



Los estilos minimalistas, dadas las tendencias en cocinas y baños, son parte también de las colecciones Pfister.

Como marca de tradición y conocida, Pfister, de la mano de las últimas tendencias en grifería del mercado, lanzó acabados como el negro mate y el negro cepillado.

“Hemos identificado que en Costa Rica que el negro mate es muy gustado y por eso hemos diseñado unos modelos que cumplen con estos gustos. Aparte los acabados vienen en cromado, en satinado como los más tradicionales y en estilos minimalistas porque hoy las decoraciones de baños y cocinas son más modernas”, dice Engel Ávila, Gerente Regional de Productos Pfister.

Precisamente, para atender estos gustos y exigencias de los usuarios la marca está lanzando dos colecciones nuevas: Deckard y Penn. Ambas colecciones están orientadas en la corriente moderna del minimalismo, y lo modelos presentan tamaños para complacer cualquier gusto.

Igualmente, la marca también está lanzando la colección Arkitek para cocina, que también presenta acabados cromados, acero inoxidable y negro mate.

“El negro, nuestros usuarios lo habían estado esperando porque además de estar asociado a las nuevas tendencias modernas, es fácil conseguir acabados contrastantes y que luzcan más llamativos”, dice Ávila.

La línea Penn, cuenta con el Spoty Fends que es un recubrimiento que lo hace es proteger el acabado de las manchas de agua y huellas dactilares.

### Repuestos en blister

Especialmente, y recientemente incorporados para Costa Rica, Pfister puso a disposición del mercado sus repuestos, refacciones o partes, en empaque blister, sobre todo para todas las líneas básicas, entre ellas Maia, Lainz, Classic, Refresh. “Todo lo que estamos acostumbrados a ver de Pfister, ya cuentan con repuestos en blister”.

Ávila dice que esta novedad de presentación, le garantiza al cliente un servicio constante, y el manejo de los repuestos se facilita mucho más, “y con ello podemos ofrecerle al ferretero un planograma que pueda ejecutar en una pared, por ejemplo. Además, en el reverso del empaque viene la especificación para los modelos en que puede ser utilizado ese repuesto,

lo que hace que el vendedor de ferretería pueda vender el producto con más seguridad y más fácil”.

Pfister es una marca con más de 100 años en el mercado, y según Ávila esto le otorga un beneficio de seguridad al consumidor final, “que en comparación con otras marcas, no los van a abandonar en cualquier momento. Nosotros somos plomeros por excelencia y en el ahorro de agua somos uno de los pioneros y buscamos ir a la vanguardia en cuanto a tendencias de mercado y fuimos los primeros en instaurar la garantía de por vida”.



La marca lanzó la colección Arkitek para cocina, que también presenta acabados cromados, acero inoxidable y negro mate.



Ahora Pfister lanzó repuestos en empaque blister, para todas sus líneas básicas, con más facilidad de manejo y venta para los ferreteros

# GEO

25 AÑOS DE  
GARANTÍA

GRADO  
PROFESIONAL



EL MEJOR ALIADO

AL MEJOR PRECIO.

“ Porque me ofrece productos duraderos elaborados con materiales de alto desempeño ”

CONSÍGUELO EN DISTRIBUIDORES  
EBISA GLOBAL BRANDS | MAYOREO ABONOS AGRO | DISTRIBUIDORA ARSA

Spectrum  
Brands



# ¡Ferreteros de las **4 DÉCADAS!**

Tener valores muy fuertes, crecer sin dañar a la competencia, ser cuidadosos con las compras y tratar al cliente como les gusta, son parte de las estrategias de Materiales San Miguel, que este año celebra su 37 aniversario.

San Joaquín de Flores, Heredia.- Materiales San Miguel nació, como la mayoría de ferreterías, como un negocio familiar, pequeño, que durante muchos años vendió madera y posteriormente tuvo que incluir otros materiales y productos a petición de sus clientes.

Este negocio fue fundado por Miguel Ulate, hace 37 años, y actualmente sus hijos, Gerardo y Miguel, son quienes se encargan de la ferretería.

La filosofía de estos ferreteros no es trabajar para aplastar a la competencia, sino que creen en que todos tienen derecho a una porción del mercado. Para trabajar en su segmento, lo que buscan es ofrecerle

al cliente calidad y confianza.

“Los productos tienen que ser de calidad y con respaldo. Nosotros le vendemos al cliente lo mismo que yo pondría en mi casa si estuviera construyendo. Además, se les da el consecuente seguimiento, se les resuelve si tienen algún problema y se les asesora”, comenta su Gerente, Gerardo Ulate.

## ¡Sus intimidades!

- Año de fundación: 1982
- Número de empleados: 76
- Superficie: 11.000 m<sup>2</sup>
- Promedio de clientes atendidos por día: 500

## ¡Evolucionar para competir!

Con tanta competencia alrededor, es difícil mantenerse como un negocio preferido y gustado por los clientes. El secreto de Materiales San Miguel ha sido, en palabras de su gerente, “primero la ayuda de Dios, y segundo, con el trabajo diario”.

Para Gerardo, en un negocio de este tipo, el dueño tiene que estar en el día a día –en el caso de ellos, acostumbran abrir y cerrar el negocio, siempre- y también debe estar atento a las nuevas tendencias y a los cambios.

“A veces a uno le cuesta, porque es de otra generación, y talvez se le complica entender, por ejemplo, por qué hay que gastar tanto dinero en un software, como se gastaría en un carro. Pero poco a poco uno se da cuenta de que es la mejor forma de trabajar ahora, para cualquier negocio que maneje tantos ítems. Ya no se puede trabajar con cuadernos y a mano, como se hacía antes”, explica.

Pero la tecnología no evoluciona solamente en el manejo del negocio, sino también en los productos. De acuerdo con Gerardo, los productos van cambiando –evolucionan- y ellos deben estar atentos, porque se tiene que ofrecer tanto lo tradicional, como lo novedoso, porque de lo contrario, se pierden clientes.

“En casi todas las ramas existe lo nuevo y lo viejo, y es muy probable que lo viejo llegue a desaparecer, pero mientras exista, hay que darle al cliente las opciones para que elija”, comenta.

## Un comprador a toda máquina

Geovanny González, Proveedor de Materiales San Miguel, tiene 20 años de trabajar en la ferretería. Para él, se requieren tres aspectos que son fundamentales para tener éxito en las compras: conseguir buenos precios, tener productos de calidad y ofrecer variedad a los clientes.

Según el comprador, para mantener un equilibrio entre lo que se compra y lo que se vende, es muy importante tener un inventario sano y mantenerse siempre en contacto con los encargados de bodega.

Un inventario sano es saber qué se tiene exactamente en bodega y que eso coincida con el sistema. Además, es saber qué tiene rotación, y por el contrario, cuáles son las pegas del negocio; estas últimas son fundamentales porque un producto no puede estar pegado por demasiado tiempo, se tiene que tomar una decisión con respecto a la situación.

Según Geovanny, también es indispensable trabajar con un mínimo y un máximo de productos en stock. En el caso de ellos, que cuentan con unos 10 mil ítems, deben estar pendientes de que los productos no lleguen al número mínimo, y mucho menos, quedarse sin existencias.



Una nueva generación comienza a asomarse a Materiales San Miguel, y es que el negocio ya lleva 3 generaciones, Miguel Ulate la fundó y ahora sus hijos Gerardo y Miguel (centro) están a cargo de ella, mientras que Christopher (izquierda) da sus primeros pasos en el área contable, los acompaña Geovanny González comprador

# Negocio ferretero basado **EN CULTURA ORGANIZACIONAL**

**Tener a todos sus empleados “en la misma sintonía” es el secreto del éxito de Edgar Herrera, Fundador y Propietario de Grupo Irazú y Mayoreo del Istmo**

Ipis, Guadalupe.- Edgar Herrera, Propietario de Grupo Irazú y Mayoreo del Istmo abrió su primera ferretería en 1991, en Coronado. Anteriormente, había trabajado en una compañía ferretera y con esa experiencia, decidió “tirarse a la calle” y abrir su propio negocio.

Gracias a su forma de ser, competitivo, atrevido y como afirma: siempre viendo oportunidades donde otros ven problemas, Edgar logró conseguir, en 28 años, abrir cinco ferreterías –ubicadas en Coronado, Heredia, San Sebastián, Tres Ríos y Hatillo- y Mayoreo del Istmo, mayorista que atiende a nivel nacional.

Cuando decidió incursionar con Mayoreo del Istmo, ya Herrera había abierto dos ferreterías y estaba en la transición de la tercera. De acuerdo con el Gerente General de Mayoreo del Istmo, José Luis Gutiérrez, ese negocio inició como una forma de suplir a sus propias ferreterías, pero luego se dio cuenta de que podía vender como mayorista a otros negocios, también. Actualmente, cuentan con 8 marcas propias.



José Luis Gutiérrez, Gerente General de Mayoreo del Istmo tiene 21 años de trabajar para la compañía y asegura que la filosofía de su fundador, Edgar Herrera, es lo que les ha permitido llegar a donde están hoy

## **Visionario**

El secreto del éxito de esta compañía, según José Luis, es la visión de negocio Herrera y lo que les transmite a sus colaboradores. El fundador de la compañía es un hombre competitivo, que siempre busca superarse y no estancarse; es una persona supremamente ordenada, que quiere que las cosas se hagan hoy, y no mañana.

Además, le gusta tener control sobre sus negocios. Para ello, cuenta con un sistema de cómputo robusto en el que puede revisar cómo se comporta cada tienda –y la empresa en general-, qué vende, qué no vende, cómo están los inventarios... ¡todo!

Parte de su filosofía es no fijarse en lo que hace la competencia, y mucho menos, querer afectar a sus competidores –que dicho sea de paso, no ven como competencia, porque para todos hay espacio-, su forma de crecer y mejorar siempre va enfocada a un análisis continuo de ellos mismos y de cómo pueden ser mejores, de cómo complacer a sus clientes y que ellos se sientan satisfechos para que no dejen de visitarlos.

Ejemplo de lo anterior es cuando Edgar decidió empezar a abrir bajo la modalidad de jornada continua. José Luis recuerda que en esos momentos, ningún negocio se mantenía abierto durante la hora de almuerzo. Y Herrera comenzó a analizar todo lo que se perdía durante esa hora, así que decidió establecer turnos para almorzar, para que así no se tuviera que cerrar el negocio.

Otra de sus características es ser un hombre trabajador, a quien le gusta crear cosas nuevas, le gusta crecer, desarrollarse y ver cómo lo logra. De acuerdo con José Luis, todo esto es muy positivo, porque la naturaleza del ser humano es que cuando consigue algo, se estanca... Y Edgar no, todo lo contrario, y ese

pensamiento se lo ha inculcado a su personal y gracias a ello, ha crecido en estos 28 años al frente de su compañía.

### ¿Qué los hace diferentes?

Para el gerente general, la diferencia la marca el trato al cliente, atender el comprador como se merece, el escucharlo, entenderlo, en que el cliente consiga siempre lo que vino a comprar y que se sienta en un ambiente de amigos. Se busca crear una relación con ellos y que todas las tiendas sean iguales, es decir, que los clientes no encuentren diferencias entre los negocios del Grupo.

“Hay un espíritu de trabajo en la compañía, todos estamos conectados en querer hacer las cosas bien y en hacer grupo de trabajo. De pronto alguien no, de pronto algún compañero amanece “de malas” y tenemos que tratar de corregirlo, entonces se hace. Porque la idea es que el cliente que llegue a cualquiera de las tiendas sienta lo mismo, que no encuentre diferencias entre las tiendas”, explica.

Además, José Luis considera que es muy importante modernizarse continuamente y que si hay que cambiar alguna estrategia de trabajo con tal de complacer a los clientes, se hace.



### ¡Sus cifras!

- Año de fundación: 1991
- Número de empleados: 700
- Superficie: 25.000 m<sup>2</sup>
- Promedio de clientes atendidos por día: 1000, aproximadamente, entre todas las tiendas.

# ¡Del súper a la FERRETERÍA!

30 años no pasan en vano, y menos cuando la competencia está tan cerca y son “monstruos” ferreteros que abarcan fuertemente al mercado. ¿Cómo ha hecho Guachimercado para mantenerse por tantos años?

Guachipelín, Escazú.- La ferretería Guachimercado, conocida como “Guachi Market”, nació en 1989, dentro de un supermercado que era también propiedad de su dueño, Mario Salas Leal. Con los años, Mario decidió separar los negocios y quedarse solamente con la ferretería. En ese momento, hace 30 años, no existía ninguna otra ferretería, sino que alrededor solamente había sembradíos. Hoy, tienen muy cerca a Epa y Construplaza.

## ¡Frente a la competencia!

Poco a poco fueron apareciendo competidores fuertes, pero no han logrado derrumbar a este negocio longevo; todo lo contrario, según Esteban Miranda, administrador de Guachimercado, muchos de sus clientes llegan porque “los mandaron” de esos grandes competidores que están cerca de ellos.

“Lo que pasa es que allá es muy grande en lo que son agregados, es un monstruo, pero el cliente a veces necesita una atención más personali-

zada o algo más pequeño, como un toma USB, los empaques para una cachera, un codo, un metro de tubo... y vienen aquí porque los mandan de allá”, asegura.

Para hacerle frente a esa competencia, su ideología es no decirle “que no” al cliente, pues si no tienen algún producto, se lo consiguen, cueste lo que cueste. “Eso nos ha ayudado en el sentido de que el cliente siempre recibe una respuesta positiva por parte de nosotros”, expresa.

Otra de sus estrategias para vender más y sobresalir en el mercado es hacer un buen uso de las redes sociales –lo que les ha dado muy buenos resultados- y del WhatsApp, que usan para darle respuesta a los clientes, brindar información o incluso cotizar.

Además, siempre buscan tener alguna identificación en la parte externa de la ferretería, procuran mantenerse innovando y trayendo productos nuevos.

## Valores agregados

Para sobresalir en un mercado cargado de buenas ferreterías, Guachimercado le apuesta a la buena atención y al servicio al cliente.

De acuerdo con el administrador, ha marcado mucho la diferencia que ellos siempre le dan la bienvenida al cliente, le preguntan en qué le pueden ayudar y le hablan con respeto.

Como puntos adicionales, según Esteban, utilizan uniforme, con el objetivo de que los clientes los identifiquen fácilmente y para brindar mayor seriedad al negocio. Además, cuando el cliente compra algún material pesado, se le lleva hasta su vehículo.

Asimismo, es indispensable el conocimiento amplio con el que cuentan los vendedores, pues no siempre el cliente sabe exactamente lo que está buscando, a veces llega a preguntar por “el cosito del cosito” y ellos deben tratar de “descifrar” lo que está buscando.

“Actualmente tenemos un cliente potencial muy



## ¡Los 3 mejores!

De acuerdo con Esteban Miranda, los 3 mejores proveedores de Guachimercado, son:

1. Megalíneas
2. Unidos Mayoreo
3. Transfesa



Esteban Miranda, administrador de Guachimercado, asegura que la buena atención y un excelente servicio al cliente son indispensables para mantenerse por 30 años.

importante, que son las mujeres. Ellas vienen y compran el material para que les hagan el trabajo en la casa, y pueden buscar desde cosas muy pequeñas, hasta más grandes. Ahí es muy importante el conocimiento de cada uno, para ofrecerle todo lo que necesita, de acuerdo con el trabajo que quiere hacer”, comenta.

### Los problemas de la Factura electrónica

Este requisito ha sido un dolor de cabeza, no solo para los empresarios, sino también para los clientes. De acuerdo con Esteban, ellos todavía están luchando con ese tema; les ha costado bastante porque tuvieron que hacer un cambio de sistema e implementar otras cosas... Ha sido un costo bastante grande para ellos.

Para el cliente tampoco es sencillo. Según Esteban, quienes trabajan para otras personas o empresas deben portar los datos de terceros para poder brindarlos y que se envíe la factura electrónica, y eso en muchas ocasiones es tedioso.

### ¡Sus números!

- Año de fundación: 1989
- Número de empleados: 10
- Superficie: 500 m<sup>2</sup>
- Promedio de clientes atendidos por día: entre 120 y 200



SOY  
INNOVACIÓN

**EAGLE**  
Smart

Línea de productos inteligentes Eagle Smart, permite controlar luces y electrodomésticos de manera remota por medio de su dispositivo móvil. Sólo descargue el APP y disfrute de sus beneficios.



Compatible con:



PRODUCTOS  
CERTIFICADOS



Tel: (506) 2261-1515  
Fax: (506) 2237-8759  
Zona Industrial Z, La Valencia  
Heredia, Costa Rica

► [www.eagle.cr](http://www.eagle.cr)  
f Eagle Centroamericana

# ¡Una Expo DIFERENTE!

Si usted es de los empresarios que vende lo mismo que su competencia y no tiene ninguna ventaja competitiva, más que bajar los precios y erosionar los márgenes, le conviene estar en una feria que no solo le de ideas con nuevas formas para vender, sino tener a la mano productos diferentes.

Expoferretera 2018 tiene la pretensión de ser un centro de capacitación y negocios. Capacitación a base de charlas, conversatorios con ferreteros de éxito y con mayoristas de experiencia en el mercado, como para sentar cátedra en el sector.

Y negocios, porque la feria pretende encontrar empresas que verdaderamente ofrezcan marcas y productos novedosos.

Un empresario ferretero, encargado de compras o administrador puede encontrar información general sobre gestión de negocio, pero encontrar información crítica para su área de trabajo, sólo se genera espacios de capacitación especializados, con nuevos contactos, nuevas empresas proveedoras e informándose de tendencias y novedades en cuanto a productos.

Claves para nuevas formas de comercializar los productos y ser intensivo en ventas, solo quienes hayan probado las fórmulas, las pueden contar, por eso para Expoferretera es vital contar con estos espacios, principalmente en el formato de conversatorios.

## Talleres teórico prácticos

Igualmente, la pretensión es implementar talleres interactivos teórico prácticos con algunas empresas, pues hoy no basta con conocer los productos, hay que trasladar a los usuarios todos los conocimientos que se obtengan cuando los productos hayan sido más que probados.

Por ejemplo, el valor de poder vender una cerradura digital, está en por lo menos, haber pasado por la experiencia de haber realizado al menos una instalación.



Expoferretera 2018 conforma un centro y oportunidad de capacitación para el canal ferretero, con información especializada y “tropicalizada” para el sector.



La feria busca ofrecer la oportunidad de un encuentro, tipo almuerzo, que genere mayores oportunidades de hacer contactos y negociar.

## Productos Ferreteros



**Juego de alicates**  
TOTAL. 3 Piezas.  
Código: 40000337

**Juego de cubos**  
TOTAL de 1/2". 24  
Piezas. Código:  
4000018



**Juego de llaves**  
corofija TOTAL. 8  
piezas. Código:  
40000170



**Juego de destornillador**  
TOTAL. 10 piezas. Código:  
40000440

Distribuye: Distribuidora Arsa  
Tel.: (506) 2285-4224

**coflex** / 30  
AÑOS

Marca líder en instalación,  
mantenimiento y reparación  
de plomería



Gil Coto Navarro Representaciones, S.A.  
T (506) 2224 2278 / (506) 2225 8403  
F (506) 2224 6703  
info@gilcot.com / mundohera@amnet.co.cr  
distribuidor@coflex.com.mx www.coflex.com.mx

 /CoflexInnovacion

# En manos de un **VISIONARIO**

Erick Villalobos es un empresario oriundo de Naranjo –pero que ama San Ramón-, que adquirió la Ferretería Jorcel, en diciembre pasado, con el objetivo de hacerla resurgir y trascender a nivel país.



San Ramón, Alajuela.- La Ferretería Jorcel tiene 20 años en el mercado, y es un negocio muy querido por el pueblo ramonense. El año pasado, por diferentes circunstancias, su antiguo dueño, Jorge Araya, decidió que no podía continuar con el negocio, y ahí es donde apareció su gran amigo, Erick Villalobos, a quien ya le había vendido unas acciones, y en diciembre asumió la totalidad del negocio.

“Más que el dinero, a mí en un negocio me mueve la pasión por hacer bien las cosas, por tener logros importantes, y me mueve ser un generador de empleo a nivel nacional”, afirma.

### ¿Por qué Jorcel?

Esta ferretería estaba atravesando un mal momento; necesitaba un inversionista de forma inmediata porque incluso algunos proveedores ya no estaban despachando mercadería.

Antes de asumir Jorcel, Erick asegura que hizo varios estudios de mercado y se dio cuenta que valía la pena salvarlo. Jorcel es un negocio querido por el pueblo, es una marca con 20 años, está muy bien ubicada,

### ¡Sus cifras!

- Año de fundación: 1999
- Número de empleados: 40
- Superficie: 10.500 m<sup>2</sup>
- Promedio de clientes atendidos por día: entre 100 y 150

tiene buen servicio al cliente, empleados fieles y es la única ferretería carbono neutral del país. Esas razones, y su amor por San Ramón, fueron suficientes para aventurarse en un campo un poco conocido para él.

Este empresario es Ingeniero en Sistemas y tiene una maestría en Mercadeo. Según él, lo que más cambió su forma de ver el mundo, es que siendo muy joven, estudió durante tres años en Estados Unidos, sin saber nada de inglés y con estudiantes de todo el mundo.

Además de Jorcel, Erick es dueño de una empresa de software, un call center y una empresa de mensajería. Todas ellas trabajan sin necesidad de que él esté ahí supervisándolas. Su idea es lograr eso con Jorcel, que sea un negocio que camine solo. ¿Cómo piensa conseguirlo? Con tecnología.

### ¡Cambios!

De acuerdo con el gerente general, cuando él asumió, el negocio estaba a un 50% de sus operaciones y en este momento ya alcanza el 95%; no está al 100% porque todavía debe incluir otras líneas y porque no está donde Erick desea que esté –con respecto a los estándares de este empresario-, pues todavía le falta para poder ser una empresa competitiva a nivel nacional.

Su primer tarea, según recuerda, fue identificar a sus aliados de negocio, es decir, identificar el 20/80 de sus proveedores –el 20% de proveedores que abastecen el 80% del negocio- y restableció relaciones con ellos además de poner al día las cuentas de Jorcel.

“Todavía se tiene que mejorar en procesos, en tecnología, pero poco a poco lo voy haciendo. Cuando llegué aquí ni siquiera trabajaban con factura electrónica (...). Yo vengo a aportar en conocimientos financieros, en la parte tecnológica, en mercadeo...”, asevera.

Según Erick, hay muchas cosas desde el punto de vista de tecnología, que le hacen falta al sector ferretero, y por eso, el objetivo de ellos es ser líderes en ese campo.

Parte de su estrategia es no enfocarse en el precio –que obviamente es importante, pero no fundamental-, ya que la idea es generar una experiencia positiva en el cliente. Eso se logra teniendo un buen inventario, entendiendo el mercado, teniendo capital humano que entienda que se debe tratar al cliente como les gusta ser tratados, satisfaciendo las necesidades del cliente y teniendo una ferretería bonita, moderna y agradable

“Veo a Jorcel como una marca local, pero eventualmente el negocio va a migrar a otra marca; la vamos a hacer crecer, porque mi visión es más nacional”, finaliza.

Erick Villalobos es un empresario, un hombre de negocios que ve a Jorcel como un reto personal que debe levantarse no solo por el legado de 20 años, sino por todas las familias que dependen de él.





# PINTA COMO UN PROFESIONAL

**Scotch** blue™

- REMOCIÓN SIN RESIDUOS HASTA 14 DÍAS.
- LÍNEAS Y ACABADOS NÍTIDOS.

- RESULTADOS PROFESIONALES EN DIFERENTES SUPERFICIES.



PEGA



PINTA



RETIRA



**3M**