

tuercas y tornillos

TYT

LA REVISTA FERRETERA

¿Cómo pinta el mundo de la pintura? **P.12**

Especial de Tornillos **P.16**

Un ferretero que factura \$10 millones **P.26**

Ferconce se vuelve más creativo **P.28**

DAMA DE LA PINTURA

Ana Daisy Rodríguez administra 4 tiendas de pintura en Grecia y Guanacaste. Para ella cada cliente cuenta porque aporta crecimiento al negocio.



 /Revista TYT

Suscríbese en: www.tytenlinea.com/suscripcion

NOVIEMBRE 2019 Año 23 / No. 281



CORREOS
DE COSTA RICA

PORTE PAGADO **PERMISO N° 130**
PORTE PAYÉ



El boletín de TYT, con lo último de la información y capacitación en línea para el sector ferretero y de la construcción. Su contenido es de gran valor, pues se convierte en una fuente de ideas y consejos, con datos veraces y oportunos.

Reciba información del sector ferretero

Suscríbase al boletín semanal de TYT en www.tytenlinea.com



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

f REVISTA TYT



Gran valor. Tranquilidad.

¿Proyecto extenso con presupuesto limitado?

Para eso creamos Plumbshop.

Llaves y mangueras a precios razonables que ofrecen confiabilidad, rentabilidad y tranquilidad al ser distribuidos por Brasscraft Manufacturing Company, el nombre reconocido por generaciones de profesionales.

Para proyectos amplios con presupuesto ajustado, solicítelos por nombre. Plumbshop. plumbshop.com

PLUMBSHOP[®]
VALOR CONFIABLE[™]

By Brasscraft Manufacturing Co.

©2019 Brasscraft Manufacturing Company





08



12



Lea TyT en digital:
www.tytenlinea.com/digital

Contenido

PINCELADAS

08 Capacitación gratuita para electricistas

08

08. ¿Cómo abrir una ferretería rentable con productos de alta demanda?

MERCADEO

Capacitación en línea

Los robots, la automatización y el software han demostrado ser capaces de sustituir a las personas. Tener una segunda profesión o conocimientos adicionales es indispensable, en el mundo laboral que se avecina.

10

EN CONCRETO

¿Cómo pinta el mercado mundial de pintura?

El mercado de pinturas y recubrimientos se valoró en US\$ 172.28 mil millones en 2017 y se proyecta que alcanzará los US\$223.89 mil millones para 2023, exhibiendo una CAGR (Tasa de Crecimiento Anual Compuesto) de 4.46% durante el período de pronóstico de 2018-2023, según el más reciente informe de MarketsAndMarktes.

12

ESPECIAL DE TORNILLOS

los sujetadores del mundo

16. Universal de tornillos estrena nuevo cedi

21. Tornicentro cada vez más fuerte

18

SOCIOS COMERCIALES

Impafesa toma fuerza con Klingspor

24

EL FERRETERO

El ferretero que facturará \$10 millones

Roberto Márquez es un técnico agrónomo que pasó años en el negocio El Impenetrable, pero también dedicó otros tantos de su carrera en Aceros Bragados y comercializó productos cárnicos para Disco, antes de volcarse de lleno al mundo ferretero.

28 ¿Qué hace un ferretero para crecer en momentos difíciles?

30 Dama de la pintura

Esta dama de la pintura sabe que cualquier cliente cuenta y que cualquier comprador bien atendido es crecimiento para el negocio.

26



En esta navidad hacé conexiones seguras. ¡Hacé conexiones Eagle!

En Eagle te brindamos productos de calidad para garantizar la seguridad de tu familia y hogar.

Cumplimos de forma estricta con las normas internacionales que regulan la fabricación y distribución de accesorios eléctricos, para el hogar y el sector inmobiliario en general.



EAGLE

Seguinos en



Eagle Centroamericana

+506 7056-0269

www.eagle.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
iranias@ekaconsultores.com

Foto de Portada

Luis Navarro

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



Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

¿CÓMO VENDER MÁS EN ENTORNOS DIFÍCILES?

Esta es la historia en la que aquel muchacho que trabajaba de conserje, en el burdel del pueblo, y que apenas contaba las monedas que ganaba mes a mes... Fue hasta un día que el nuevo administrador decidió llamarlo a su oficina para prescindir de sus servicios.

El administrador alegó que en el negocio requería de una persona que supiera leer y escribir y al ver que Juan no contaba con estos talentos se hacía necesario buscar otra persona.

En ese momento, el país estaba sumido en una profunda crisis económica, y todos los días, sin reparo, los periódicos hablaban de esta situación, pero como Juan no sabía ni leer, poco entendía y ni se enteraba del entorno.

Al verse sin trabajo, recordó que en sus ratos libres cuando estaba en el burdel, le gustaba reparar las sillas y mesas que por el trajín se deterioraban, entonces sería una buena opción dedicarse a eso.

Así lo hizo... Pero antes debió hacer un día de viaje al siguiente pueblo para conseguir un martillo, clavos y un serrucho.

Al iniciar su nuevo negocio de reparación y venta de muebles, uno de los vecinos, al ver que Juan tenía herramientas, le pidió el martillo prestado para un trabajo casero, pero Juan le hizo ver que era su herramienta de trabajo y no podía prestarlo por mucho tiempo.

Tal fue la insistencia de su vecino, que hasta le ofreció comprárselo, que Juan tuvo que vendérselo, pero no solo eso, también tuvo que venderle algunos clavos.

Incluso el vecino le pagó un 20% más por encima del precio original del martillo. Juan emprendió de nuevo su viaje en busca de un nuevo martillo, clavos y otras herramientas que determinó le harían falta.

Mientras viajaba, se dijo asimismo -“¿qué pasaría si otro vecino llegaba a buscarle para que le vendiera alguna herramienta...?”. Entonces, tomó la decisión de cargar e invertir en más herramientas.

A su llegada, la sorpresa de Juan fue encontrar dos vecinos más que lo esperaban para comprarle herramientas y clavos, pues el primer vecino se encargó de contarle a los demás.

Los viajes de Juan, al pueblo, donde compraba herramientas, se hicieron ma constantes, hasta que tomó la decisión de fundar su propia tienda de herramientas en su pueblo natal.

Así fundó su propia ferretería, y eso que a Juan nunca le importó saber leer y escribir, pues no era tan necesario, y además nunca, para sus decisiones fue trascendente saber cómo marchaba la economía de su país...

Lo único que aplicó fue: “no echarse a morir” por la pérdida de su trabajo y por alguien que lo minimizó en sus aptitudes, y después tomar las oportunidades positivamente entendiendo las necesidades de sus clientes y buscando complacerlas. En fin, centrado en su negocio y no en el entorno ni en las noticias que hablaban de lo mal que marchaban las cosas de la economía en su país.



Diciembre / TYT 282

Especial Plástico:

Tablilla plástica para cielorrasos, pisos y paredes.
Organización: cajas organizadoras, repisas, closets.
Decoración: línea de hogar.

Las 50 marcas más vendidas del año

¿Cuáles son las que los ferreteros vendieron más durante el año? ¿Cuáles participaron directamente en el sell-out del negocio?

Cierre comercial: 07 de noviembre



Anúnciese en TYT

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

Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	email
3M	Christian Jiménez	Líder de Ventas CR	(506) 2277-1000	cjimenez@mmm.com
MFA: Mayoreo Ferreterías y Acabados	Michael López	Gerente mercadeo	2211-5000ext 4055	mlopez@mfamayoreo.com
Proyectos Taica (Taiké)	David Tseng	Gerente General	2231-7307	dtseng@taikecr.com
Rosejo Comercial	Rodrigo Martínez	Gerente Ventas	2296-7670	rmartinez@rosejo.com
Pinturas de Costa Rica S.A	Adriana Brenes Piedra	Gerente de portafolio	2202-0200	abrenes@ppg.com
Unidos Mayoreo, S.A	Geovanny Romero	Gerente de Ventas	4100-8800	gromero@unidosxm.com
Louis Delius GmbH & Co. KG (Kraft)	Ronny Torrentes	Gerente General	4100-4500	rimpafesa@ice.co.cr
Eagle Electric, S.A	Central de Ventas		2261-1515	info@eaglecentroamericana.com
Inversiones Industriales Gana Gana, S.A (Tornicentro)	David Sossin	Gerente General	2239-7272	dsossin@tornicentro.la
Universal de Tornillos	Oscar Castellanos	Gerente General	2222-7676	gerencia@unitorni.com

SÍGANOS EN
en canal de YouTube
TYT La Revista Ferretera



CAPACITACIÓN GRATUITA PARA ELECTRICISTAS

En alianza con el Instituto Nacional de Aprendizaje, Eaton brinda un programa de capacitación técnica para dotar a este gremio de las herramientas que les permita desempeñarse de acuerdo con las nuevas disposiciones del Código Eléctrico.

Los electricistas costarricenses tienen a su disposición capacitación gratuita y certificada, gracias al Programa Eaton Electrical Community, una iniciativa liderada por la compañía Eaton especialista en la gestión y administración de la energía. El programa forma parte de un convenio liderado por Eaton junto con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y su objetivo principal es dotar al gremio de las herramientas técnicas que les permita desempeñarse de mejor manera en su campo.

Los expertos de Eaton desarrollaron una serie de cursos y capacitaciones técnicas donde se profundizan temas desde el conocimiento básico de electricidad, hasta nuevas tecnologías y normas de instalaciones. Las temáticas son impartidas por profesionales avalados por el INA.

Quiénes se inscriban conocerán además, el funcionamiento y características técnicas de los productos que ofrece la compañía al mercado eléctrico costarricense, explicó Fabiola Cabalceta, Gerente de la Línea Residencial y coordinadora del Programa Eaton Electrical

Community. Algunos de los cursos que ofrecen son: Introducción a la electricidad; Dispositivos de protección y supresores de Tensión, Fundamentos de Tableros de Distribución Eléctrica y Aplicación del Código Eléctrico de Costa Rica en instalaciones residenciales y comerciales.

Los cursos tienen una duración de 4 a 12 semanas; y se imparten una vez a la semana tanto en San José como en otras ubicaciones fuera del Área Metropolitana. Con este tipo de capacitación, los electricistas podrán mantenerse actualizados con respecto a las nuevas disposiciones del Código Eléctrico.

Actualmente el programa se encuentra activo con más de 1.000 socios en su sitio web (www.comunidad Eaton.com); un sitio interactivo donde los usuarios acceden a diferentes secciones como información técnica, noticias del mercado, videos educativos, entre otros.

Los cursos tienen matrícula abierta, son completamente gratuitos y los interesados pueden inscribirse a través del sitio web o al teléfono 2247-7600 ext. 247-7652.



Actualización y capacitación es la oportunidad que tienen los electricistas del país con Eaton y el INA.



La idea de negocio puede estar clara, pero la estructura y todos los pasos a seguir son una historia diferente. (Fotografía con fines ilustrativos).

¿CÓMO ABRIR UNA FERRETERÍA RENTABLE CON PRODUCTOS DE ALTA DEMANDA?

Uno de los negocios más seguros para obtener rentabilidad es el de las ferreterías, y la opción a la que más recurren los nuevos empresarios es la de las franquicias. Optando por las franquicias, el nuevo emprendedor se asegura que tendrá los productos más demandados en el mercado, como serruchos, llaves de mano y destornilladores, en su stock.

Para comenzar cualquier tipo de negocio, hay que tener en cuenta muchas variables, que por regla general la gente desconoce en un comienzo. La idea de negocio puede estar clara, pero la estructura y todos los pasos a seguir son una historia diferente.

Una de las alternativas que han ganado reconocimiento en los últimos años para iniciar un negocio como el de una ferretería, es la de crear un franquiciado, pues una franquicia presta apoyo en todas las partes del negocio, disponiendo de financiación propia, proveedores, asesoramiento comercial e imagen de marca consolidada.

Por ello, adherirse a una franquicia es la forma más sencilla de abrir una ferretería. Las cadenas ferreteras como AFT de España, ofrecen diferentes condiciones contractuales; por ejemplo, brinda total libertad de compras, no piden comisiones ni cuotas, así como tampoco royalties. A su vez, esta empresa aporta todo lo necesario para que el franquiciado obtenga una rentabilidad segura.

Una de las ventajas del franquiciado es su amplio stock de productos de ferretería con las marcas más reconocidas en el mercado en taladros, martillos y todo tipo de herramientas electroportátiles, que garantizan herramientas e insumos de la mejor calidad, además de reponer y transportar los productos al nuevo negocio.

Otros servicios que puede incluir una franquicia abarcan desde la concepción del diseño dentro del salón de ventas hasta la formación y capacitación de los empleados. Además, según el tipo de comercio que se vaya a crear, se puede acceder a apoyo en aspectos como los de creación de planos para el local, imagen de negocio, ayuda en tareas publicitarias y estudios de mercado. Esto último ayudará a determinar el modelo de franquicia que más se adapte al mercado al que se enfrenta cada ferretería; por ello, AFT presta un servicio de asesoramiento completo, para elegir el modelo de franquicia que más se adapte a cada situación de mercado.

Fuente: www.estrelladigital.es

Lea más sobre este tema en www.tytenlinea.com

HERRAMIENTAS

BOLT

¡Qué buen trabajo!

UN EQUILIBRIO ENTRE
**CALIDAD Y
CONFORT**



DISTRIBUIDOR
AUTORIZADO |  **MFA**

Las herramientas eléctricas
semi-profesionales para los
EXPERTOS DEL HOGAR

 (506) 2211-5000 |  sac@mfamayoreo.com

Capacitación EN LÍNEA

Los robots, la automatización y el software han demostrado ser capaces de sustituir a las personas. Tener una segunda profesión o conocimientos adicionales es indispensable, en el mundo laboral que se avecina.



Cursos en línea

Millones de personas de todo el mundo siguieron cursos en línea en el 2017. Los estudiantes en línea buscan avanzar en sus carreras y se sienten atraídos en su mayoría por los cursos de “tecnología de punta”.

En el 2018, se espera más de lo mismo, según las principales plataformas de educación en línea. Codificación y Telemática fueron las tendencias que dominaron los años anteriores.

Se puede predecir que la Ciencia de Datos y la Informática se encontrarán entre la áreas temáticas más populares de este 2018. Ambas disciplinas son vitales para llegar a los nichos adecuados de mercado, por los medios

correctos y en el momento preciso.

Las organizaciones – que mencionamos abajo – ofrecen cursos de la más alta calidad de instituciones de educación asociadas, reconocidas por su compromiso con excelencia en la enseñanza y el aprendizaje.

Muchos de los cursos ofrecidos se dan en diferentes idiomas, incluyendo el castellano. Algunas de ellas otorgan certificados de participación.



Coursera

Coursera se ha asociado con universidades líderes de los EE.UU. y de todo el mundo para ofrecer cursos en línea que cubren cientos de temas diferentes.

Esta plataforma de educación virtual – nacida en el 2011 – ha indicado que los tres cursos más populares de Coursera, según el promedio diario de matrículas, están relacionados con: Inteligencia Artificial, Aprendizaje Automatizado, Redes Neuronales y Aprendizaje Profundo.

Por otro lado, los cursos sobre pensamiento analítico y programación de computadoras también tuvieron alta demanda el año pasado.

La Introducción al Pensamiento Matemático de la Universidad de Stanford (EE.UU.) alcanzó el cuarto puesto en la lista de Coursera en 2017.

Guía para comenzar con Python de la Universidad de Michigan (EE. UU) se convirtió en el sexto más estudiado. En séptimo lugar estuvo Algoritmos, de la Universidad Princeton (EE. UU.).

La dirección de Coursera, cree que la Inteligencia Artificial, Blockchain y cualquier tema relacionado con los negocios y el Análisis de Datos seguirán creciendo en importancia.

Codecademy

Previamente, respaldada por la Casa Blanca, Codecademy se dedica a enseñar a las personas cómo codificar, y está disponible de forma gratuita. Mientras que otros cursos de codificación en línea son un entorno de “aprende a tu propio ritmo”, Codecademy motiva a los estudiantes a mantener un ritmo rápido utilizando grupos de apoyo y un sistema de puntos.

Codecademy es una plataforma interactiva en línea que ofrece clases gratuitas de codificación en lenguajes de programación como Python, PHP, JavaScript, y Ruby, así como lenguajes de marcado incluyendo HTML, CSS2, CSS3 y uso de API's.

edX

EdX, una organización sin fines de lucro que ofrece cursos gratuitos

en línea de más de 100 instituciones, incluidas la Universidad de Harvard y el Instituto Tecnológico de Massachuset (MIT).

Siete de sus diez mejores cursos en 2017, fueron relacionados con la informática y la programación, el análisis de datos y la inteligencia artificial.

Destacan la Introducción a Python para Ciencia de Datos de Microsoft e Inteligencia Artificial de la Universidad de Columbia (EE. UU.), ambos de reciente lanzamiento. La organización también añadió en 2017 Blockchain para empresas, un curso de la Fundación Linux.

Udacity

Udacity es una plataforma con un fuerte enfoque en la tecnología, con una selección de cursos pequeños pero bien diseñados. Si busca incursionar en la ciencia de los datos (llamado el “trabajo más sexy del siglo XXI”), el programa de ciencia de datos de Udacity cuenta con una impresionante lista de profesores de compañías como Salesforce y Facebook.

Udacity afirma que expandirá su plan de estudios existente en Inteligencia Artificial y sistemas autónomos.

TYT

Igualmente, TYT prepara el lanzamiento de su “Universidad para Ferreteros” con cursos en línea, a la medida de estos empresarios y su personal y demás administradores, con el tema inicial sobre los primeros pasos para administrar un negocio ferretero.

Especial de Pinturas

¿Cómo pinta el mercado **MUNDIAL DE PINTURA?**

El mercado de pinturas y recubrimientos se valoró en US\$ 172.28 mil millones en 2017 y se proyecta que alcanzará los US\$223.89 mil millones para 2023, exhibiendo una CAGR (Tasa de Crecimiento Anual Compuesto) de 4.46% durante el período de pronóstico de 2018-2023, según el más reciente informe de MarketsAndMarktes.



La creciente demanda de la industria de la construcción y la construcción, el aumento de la propiedad de automóviles en los países desarrollados, la rápida urbanización y el aumento del consumo, son algunos de los factores clave que impulsan el crecimiento mundial del mercado de pinturas y recubrimientos.

El creciente uso en la industria del usuario final ha impulsado la demanda de pinturas y recubrimientos respetuosos con el medio ambiente, no peligrosos y con bajo COV (Compuestos Orgánicos Volátiles). Otros factores incluyen una gran demanda derivada de aplicaciones residenciales, no residenciales, automotrices y otras aplicaciones industriales.

El bajo costo de la materia prima y los precios del petróleo crudo, también proporcionan un entorno propicio para el crecimiento de este mercado. Pocos de los principales desafíos para el crecimiento del mercado incluyen la falta de diferenciación del producto y la preocupación ambiental con respecto al contenido de COV en pinturas y recubrimientos.

La alta tasa de crecimiento económico y la mejora en la actividad industrial, han permitido a la región de Asia y el Pacífico alcanzar la CAGR más alta durante el período pronosticado.

Revestimientos inteligentes

El tamaño del mercado de los revestimientos inteligentes fue valorado en US\$1.75 mil millones en 2016 y se proyecta que alcance US\$6.27 mil millones para el 2022, a una tasa compuesta anual de 23.87 por ciento, durante el período de pronóstico, según una investigación de MarketsandMarkets.

El crecimiento del mercado está impulsado por el aumento de la demanda

de revestimientos inteligentes de industrias de uso final, como automoción y transporte, aeroespacial y defensa, y marina. El año base considerado para el estudio es 2016, mientras que el período de pronóstico es entre 2017 y 2022.

La demanda de revestimientos inteligentes en las industrias de uso final de automóviles y transporte, aeroespacial y defensa, marina y construcción y edificios es alta, especialmente en China, India y Brasil. Las nuevas tecnologías e innovaciones emergentes impulsan la demanda de revestimientos inteligentes en estas industrias. Se espera que el mercado de revestimientos inteligentes APAC (Asia-Pacífico) experimente un fuerte crecimiento en los próximos cinco años.

El precio y la disponibilidad de las materias primas son factores clave para que los fabricantes de revestimientos inteligentes determinen la estructura de costos de sus productos. Las materias primas utilizadas por la industria de revestimientos inteligentes incluyen metilaminas y productos químicos inorgánicos.

Fuente: www.inpralatina.com



Más del mercado mundial

Está previsto que el mercado global de pinturas y recubrimientos supere un volumen de 167 billones de dólares en 2022 debido, fundamentalmente, a la creciente urbanización e industrialización, según revela el reciente informe de TechSci Research titulado “Global paints and coatings market by technology, by application, by region, competition forecast & opportunities, 2012–2022”. Según los datos de dicho informe, el fabricante de pintura PPG lidera este mercado, que en la actualidad asciende a 123 billones de dólares.

Además, el sólido desarrollo de las infraestructuras y del sector de automoción, especialmente en los principales países en desarrollo, también están contribuyendo a impulsar la demanda de pinturas y recubrimientos, según señala el informe. Asimismo, y ante la creciente sensibilidad medioambiental, se observa un aumento de la demanda de pinturas y recubrimientos con bajos niveles VOC, que también influyen positivamente en la demanda.

El mercado global de pinturas y recubrimientos se encuentra segmentado en dos categorías: la de los productos desarrollados en base de agua y de otro tipo de soluciones en base de solvente. El segmento de pinturas y recubrimientos de base acuosa domina el mercado global debido a la presencia limitada o la ausencia total de solventes orgánicos dañinos. Se trata de pinturas ampliamente usadas en sectores como el de la construcción, a causa del creciente número de edificios residenciales y comerciales a nivel mundial, o el de la automoción.

Debido al incremento de la urbanización, y la creciente preferencia de los consumidores por los edificios residenciales visualmente atractivos, se estima que la demanda de pinturas arquitectónicas experimente un notable aumento en los próximos cinco años.

Por áreas geográficas, Asia-Pacífico aportó la mayor contribución al mercado global de pinturas y revestimientos en 2016, fundamentalmente por la creciente población que conduce al desarrollo acelerado de

espacios residenciales. Además, se prevé que el pujante sector de la automoción en las principales economías de la región, como la China, la India o la de Japón, contribuya a incentivar la demanda de recubrimientos de cara al año 2022.

El informe ha evaluado el potencial de crecimiento futuro del mercado de pinturas y proporciona estadísticas e información sobre su tamaño, la estructura y las previsiones de crecimiento futuro para ayudar a los profesionales en la toma de decisiones inteligentes de inversión. Además, el informe también identifica y analiza las tendencias emergentes junto con los desafíos y oportunidades esenciales en el mercado global de recubrimientos.

“El desarrollo mundial de las infraestructuras ha incrementado significativamente la demanda de pinturas y recubrimientos en los últimos años. Además, con las crecientes preocupaciones medioambientales, existe una creciente demanda de pinturas y revestimientos ecológicos en base de agua”, ha comentado Karan Chechi, directora de la firma de investigación TechSci Research. “Por otro lado, con el crecimiento previsto en las principales aplicaciones de uso final, como la construcción y la automoción, el consumo de pinturas y recubrimientos seguirá siendo una tendencia al alza en los próximos años”, agregó.

Fuente: es.ppgrefinish.com

Global Paints and Coatings Market Size, By Technology, By Value, 2012-2022F (USD Billion)



Others include high solids, powder.
TechSci Research



PAREDES BONITAS Y BIEN CUIDADAS

¡Pinta fácil esta temporada
con nuestros súper precios!



¢15.200

GALÓN / IVAI *

Pintura que deja perfectas las paredes



¢10.950

GALÓN / IVAI *

Paredes que puedes limpiar una y otra vez



¢10.950

GALÓN / IVAI *

Tu casa linda por más tiempo



/Glidden Centroamérica

*Aplican restricciones. Promoción válida del 1° de octubre del 2019 al 31 de enero del 2020 para presentaciones de galón y cubeta de: Glide-On Satin y Mate, Peerless y Aurum Satin

Universal de Tornillos estrena **NUEVO CEDI**

Universal de Tornillos, a partir de enero 2020 y de la mano de su nuevo Centro de Distribución espera aumentar aún más su eficiencia.

Óscar Castellanos, Gerente General de la empresa, destaca los alcances que tendría para la empresa la apertura de este inmueble.

- ¿Qué beneficios traerá el nuevo CEDI de Universal de Tornillos y a partir de cuándo, el mercado contará con estos beneficios?

- El nuevo Centro de Distribución iniciará operaciones el próximo 02 de enero, y traerá varios beneficios para el mercado: 1. Mejorar los tiempos de despacho: nuestra promesa de servicio o entrega pasará de 48 horas en promedio, a 24 horas, es decir que nos comprometemos a despachar todos los pedidos recibidos en un día al día siguiente, para el cliente puede variar según su ubicación y el medio de transporte que se use; 2. Mayor capacidad de almacenamiento: contamos con una capacidad de almacenamiento cercana a las 3.000 toneladas, esto significa un mayor nivel de inventario en nuestras principales categorías para cubrir la demanda del mercado; 3. Control de calidad: todo nuestro proceso de distribución llevará un estricto control de calidad, como al ingreso y despacho final de los productos.

- ¿Qué características en cuanto a eficiencia engloba este nuevo Centro de Distribución? ¿Les permitirá canalizar pedidos y entregas más rápidas?

- Efectivamente, el CEDI se diseñó pensando siempre en mejorar nuestra eficiencia operativa y convertirla en una ventaja competitiva, y todo bajo un concepto de reducción de tiempos y mayor capacidad de producción. Acompañado con nuevas herramientas de software que nos permite una administración en línea y con trazabilidad completa.

Hoy, es claro el valor del servicio medido en la capacidad de respuesta de las empresas, por esta razón nuestra estrategia se enmarca en la diferenciación y con este proyecto materializado avanzamos en ese camino.

- ¿Al ser un CEDI completamente sofisticado, hará que Universal de Tornillos incorpore más líneas al mercado?

- Sí, pero muy bien seleccionadas y con el objetivo de fortalecer y complementar nuestra principal categoría de productos, que es la tornillería o elementos de fijación. Este cambio también nos ha enseñado a re definir nuestras prioridades a nivel de portafolio y vamos con el objetivo claro de seguir creciendo en nuestro surtido y especialización en este segmento de mercado.

- ¿Siendo la primera fuerza del mercado en el área de la tornillería, podría decirse que el CEDI haría a la empresa más fuerte y con mayor eficiencia de la que actualmente le distingue en el mercado ferretero y la industria?

- Sí, es el resultado que esperamos de esta gran inversión y esfuerzo dedicado en hacer realidad este sueño. El reto ahora es lograr esa eficiencia y que el cliente la reciba y sienta cada vez que recibe un pedido nuestro o genera un requerimiento. Queremos que todo el sector ferretero e industrial del país piense en nosotros como la mejor opción en tornillería y otros productos relacionados.

- ¿En qué se está diferenciando hoy Universal de Tornillos de sus competidores, cuáles son sus fortalezas?

- Nuestros factores de diferenciación siguen siendo una extensa oferta de productos y una especialización clara en tornillería y productos de fijación, un nivel de inventario en constante mejora y en busca de una estabilidad permanente garantizando seguridad y confianza en el abastecimiento, una logística avanzada que cumpla con los niveles más exigentes y un equipo comercial profesional y técnico.

- ¿Cómo han hecho para ir creciendo, cómo siguen ganando clientes?

- Buscando una consistencia en lo que hacemos a diario, no es una tarea fácil, pero debemos ofrecer siempre el mejor servicio, estamos en la obligación de ser una compañía de excelencia y eso nos mantiene motivados a diario en buscar mejorar nuestros procesos y ser una organización bien integrada, con valores claros y objetivos altos.

- ¿Sigue garantizando Universal de Tornillos a los ferreteros, que en los tornillos de más demanda, siempre tiene un stock constante y fuerte?

- Es un compromiso con todos nuestros clientes que nos han dado su confianza y apoyo durante todos estos años. El CEDI nos ayudará a tener una administración eficiente de inventario y garantizar un nivel de abastecimiento por encima del 95% en nuestras principales líneas de productos.



CAMBIANDO VAMOS PORQUE CRECIENDO ESTAMOS 2020

Logrando adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes, ¡Evolucionamos! A partir del 02 de enero 2020 trasladaremos nuestras operaciones de Mayoreo a nuestro Centro de Distribución, fortaleciendo no solo la infraestructura y logística sino también el servicio para nuestros clientes.

1 Simplificación de procesos de alisto mediante el uso de tecnología avanzada.



24
Horas

2 Aumento de líneas de empaque y mejoras en el control final de despacho.



3 Red de distribución más ágil, con mayor frecuencia y disposición de medios alternativos. (globo, correos de CR, entre otros)



INFORMACIÓN DE CONTACTO:

servicioalcliente@uniforni.com
www.uniforni.com
Servicio al Cliente: +506 2243-7661
Central: +506 2243-7676
Ventas Mayoreo: +2243-7677
Dirección del CEDI: 600 este de la Clínica Clorito Picado en Cinco Esquinas de Tibás, edificio de cinco pisos con fachada de vidrio.



SU TORNILLERO DE CONFIANZA

Especial de Tornillería

Tornillos: Los sujetadores DEL MUNDO

La industria de los tornillos es cada vez más creciente, sobre todo porque día a día salen a la luz diferentes industrias que requieren más de este insumo.



En el mercado encontramos tornillos manufacturados con acero, hierro, bronce, cobre, madera y hasta plástico; en tanto que las tuercas se elaboran con diversas cabezas, siendo las más comunes aquellas de forma hexagonal, allen, redonda y cilíndrica.

¿A qué industrias proveen los tornillos y tuercas? Bueno, basta echar un vistazo a nuestro entorno para observar que tuercas y tornillos forman parte de prácticamente todo lo que nos rodea: muebles de madera y acero, electrodomésticos, equipo electrónico, cerrajería, transporte (autos y aviones). En este contexto, es una industria esencial como producto terminado y como insumo en la elaboración de muchos y variados artículos. En México, de acuerdo con la Encuesta Industrial Mensual Ampliada (EMIM) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), operaban 275 establecimientos dedicados a la manufactura de tuercas, tornillos, remaches y similares en marzo de 2015.

Mientras que los datos de la Encuesta Anual de la Industria Manufacturera (EAIM) revelan que el valor de producción esta industria ascendió a 2,629 millones de pesos en 2015, un crecimiento de 0.59% respecto a 2014. En 2016 —con cifras preliminares del Inegi— se ubicó en 2,781 millones, equivalente a una tasa de crecimiento anual de 8.57 por ciento.

De 2009 a 2016, la industria de tornillos, tuercas y remaches ha utilizado, en promedio, el 17.5% de insumos importados para su fabricación. En

2016 se ubicó en 22.1% y la proporción va en aumento.

Cabe anotar que el mayor volumen de producción de estos productos se realiza con acero común y, en menor medida, con aceros especiales. Entre las actividades económicas a las que esta industria dedica la mayor parte de su producción especial destacan la automotriz, la petrolera y la construcción.

Tornillos y tuercas: de qué, y para qué son

Las tuercas y tornillos son elementos de fijación que se utilizan para unir piezas de forma permanente o temporal. Las cabezas de los tornillos pueden tener muchas formas aunque las más comunes son la hexagonal, la redondeada, y la cilíndrica o avellanada (Allen).

En cuanto a los materiales, se fabrican principalmente de hierro y acero, aunque también los hay de madera, plástico, cobre. El material de su elaboración responde al uso que



se le va a dar:

Los tornillos de acero inoxidable se usan para montajes que requieren una alta resistencia a la humedad. En el exterior también se recomienda usar los tornillos de acero inoxidable.

Los tornillos de acero cromado CR3 son menos contaminantes que los tornillos convencionales, que son los bicromatados o CR6 tóxicos para el medio ambiente.

Los tornillos de acero latonado tienen, básicamente, un uso decorativo.

Los de plástico comúnmente se utilizan en la fontanería porque no se oxidan.

Los tornillos normales diferencian su calidad en función de la resistencia mecánica que tienen. La Norma (ISO 898-1) establece un código de calidad (4.6, 5.6, 5.8, 6.8, 8.8, 10.9 y 12.9) que los fabricantes estampan en la cabeza de los tornillos.

Por otra parte, la tuerca es la pieza que se ensambla en la rosca del tornillo para hacer la sujeción de una pieza a otra. Tiene un agujero circular en el medio, labrado en forma helicoidal-espiral, que se ajusta a la rosca del tornillo. Su forma exterior puede ser diferente para cada una, pero las más utilizadas son las hexagonales con 6 lados y las cuadradas con 4 lados. Cuando la tuerca se acopla al tornillo logramos la fijación del elemento que queremos unir. Para deshacer la unión solo se tiene que desenroscar la tuerca. Las tuercas pueden ser hexagonales (tienen 6 caras), cuadradas, ciega (presenta orificio





de entrada, pero no de salida y es básicamente de uso decorativo, con arandela a presión o brida, autoblocante o de seguridad, mariposa (se puede apretar o aflojar con la mano), almenada (ejes de transmisión), de cabeza moleteada, y ranurada.

Maquinado de piezas metálicas y fabricación de tornillos, y se encadena hacia atrás en un 31% con la fabricación de productos de hierro y acero, y un 13% con la Rama 4311.

La EMIM reportaba, a marzo de 2015, el uso de un 81.2% de la capacidad instalada de la industria manufacturera en su conjunto; mientras que dicho indicador era de 69.4% en el caso de la industria de tornillos, tuercas, remaches y similares.

Es de destacarse esta situación, pues si bien existe capacidad para incrementar la proveeduría nacional de tornillos, tuercas y otros sujetadores, las estadísticas de comercio internacional ubican a México entre los cinco importadores más importantes de estos productos en el mundo.

Lo cual se explica en parte porque la industria automotriz es una de las actividades económicas que reporta uno de los consumos más altos de sujetadores y México es, hoy por hoy, uno de los 10 principales productores de automóviles del mundo. Otra de las actividades que también da un fuerte impulso a la demanda de tornillos y tuercas es la aeronáutica y se avanza a paso firme con la proveeduría de esta importante industria. Hay pues, mercado creciente

El factor China en la industria de tuercas y tornillos

¿Por qué teniendo capacidad de producción ociosa la industria mexicana de tuercas y tornillos se ubica en el top five de los importadores? La incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2001 es parte importante de la explicación, pues su ingreso a este organismo causó un reacomodo y pérdida de terreno, en menor o mayor grado, de las distintas actividades al interior de las economías y del mundo en general; mientras que el mercado del hierro y el acero y productos elaborados con estos metales, como las tuercas y tornillos, no ha sido la excepción.

Y es que cuando China se unió a la OMC, tanto los Estados Unidos (EU), como la Unión Europea (UE), argumentaron que no debía considerarse una economía de mercado, sino hasta finales de 2016, ya que sus precios de exportación resultaban inferiores a su costo de producción gracias a los subsidios gubernamentales, generando con ello competencia desleal al interior de las economías a las que dirigían sus exportaciones.

El punto es que hasta 2018 aún no se le otorga el citado estatus al país asiático, ya que persiste la competencia desleal por parte de China en varios mercados y productos, lo que ha obligado a varias actividades económicas domésticas a reducir su producción o, en su caso, eliminarlas y satisfacer la demanda interna con la importación de productos chinos de bajo precio, lo que socava la producción nacional de otros países miembros del organismo comercial.

Hoy, China es el segundo socio comercial de México, solo superado por los Estados Unidos, motivo por el que los productores nacionales han tenido que enfrentarse al constante crecimiento de la participación de las manufacturas asiáticas en el mercado doméstico, y no siempre en condiciones equitativas. Los bajos precios a los que llegan las tuercas chinas han propiciado que incluso algunos productores nacionales reduzcan su volumen de producción, o bien, que cambien a la importación.

Principales países importadores de tuercas y tornillos

En el mundo, los principales productores y exportadores son: Alemania, China, Japón, EE.UU y Francia. México, por su parte, se ubica entre los principales países importadores; así, entre 2012 y 2016 incrementó su compra foránea de tuercas y tornillos a Estados Unidos con una tasa anual promedio de 2%, y de 7% respecto a China para el mismo periodo.



Tornicentro cada vez **MÁS FUERTE**

Por Tornicentro

David Sosing, Gerente General de Tornicentro dice que estar muy comprometidos con los clientes y entender lo que los compradores buscan, les ha hecho tomar fuerza en el mercado de tornillos.



Tornicentro se mantiene fuerte en el mercado, gracias a su expertiz en tornillería y al enfoque de servicio al cliente.

- ¿En qué se está diferenciando hoy Tornicentro de sus competidores, cuáles son sus fortalezas?

- Tornicentro se ha diferenciado gracias al compromiso de nuestros colaboradores para garantizar rapidez de la entrega y el envío de los pedidos completos, y con un mínimo de errores. Esto nos ha hecho ir ganando más espacio en el mercado.

- ¿Cómo han hecho para ir creciendo, cómo siguen ganando clientes?

- Hemos logrado seguir creciendo mediante alianzas estratégicas con los clientes, y eso ha generado mucha lealtad. Siempre hemos presentado propuestas serias y eso nos ha dado éxito en el mercado.

- ¿Cuál es la ventaja de tener un centro de tornillos con Tornicentro. Qué facilidades reciben los ferreteros?

- Contar con un Centro de Tornillos profesional, como lo hacemos nosotros, le da muchas ventajas a los clientes, primero mantiene ordenado el inventario, y por otro lado, permite tener más variedad de productos, también cuenta con el compromiso nuestro de enviar personal de display para mantener el centro de tornillos en perfectas condiciones.

Esfuerzo diario

- ¿Qué ha hecho que Tornicentro haya ganado tanta fuerza en el mercado, muy cerca de ser la primer fuerza en tornillería?

- En Tornicentro, estamos claros que no existe un varita mágica, es un

esfuerzo diario de hormiga y esta estrategia nos ha permitido ganar fuerza en el mercado. Seguimos muy enfocados en que crear valor para nuestros clientes y brindarles cada vez más una propuesta ganadora con toda una solución integral.

- ¿Sigue garantizando Tornicentro a los ferreteros, que en los tornillos de más demanda, siempre tiene un stock constante y fuerte?

- Tornicentro tiene como meta cumplir con el 98% de entrega de los pedidos, sin embargo hay que ser honestos que no somos perfectos y a veces fallamos, y esto es normal. Sin embargo, hemos logrado reponer rápidamente cuando hay algún faltante y los clientes han visto nuestra preocupación y esfuerzo para cumplir con este compromiso tan grande.

- ¿En este año, aparte de los tornillos se han incorporado algunas otras líneas de producto?

- Tornicentro tiene la línea completa de Tornillería y afines y hemos aumentado la oferta en esa categoría de productos. Por ejemplo, hemos incluido la línea completa de Machos, Terrajas y Brocas, además hemos incluido más tamaños y colores de tornillos para techo por ejemplo, en color azul e Inoxidables

- ¿En cuanto a entregas de producto, cómo anda Tornicentro para los ferreteros del GAM y zonas rurales?

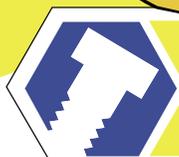
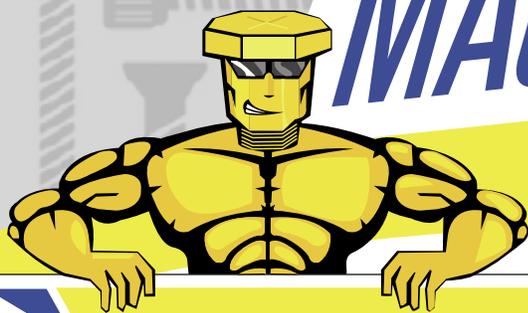
- Tornicentro sigue con su compromiso de entregar en 24 en GAM y 48 horas en Zona Rural, y estamos muy comprometidos con este objetivo.

- ¿Cómo puede hacer los ferreteros para aumentar la venta de tornillos?

- Para aumentar las ventas de tornillería, los ferreteros deben procurar tener de toda la gama de artículos y gracias a nuestros centros de tornillos, tienen la posibilidad de ofrecer más variedad que nunca.

SOMOS EL DISTRIBUIDOR DE TORNILLOS CON

EL INVENTARIO MAS COMPLETO



TORNICENTRO



Le garantizamos
la entrega en
24 horas

2265-7474

ventas@tornicentro.la

Susursales: San Joaquín de Flores, Heredia / Curridabat.

*El mejor centro de tornillos
puede ser el suyo*



2265-7474

ventas@tornicentro.la

Susurales: San Joaquín de Flores, Heredia / Curridabat.

Impafesa toma más fuerza CON KLINGSPOR

Impafesa de la mano de Klingspor toma cada vez más fuerza en el mercado, en el área de abrasivos. El grado de especialización de la marca le hace abrirse paso firme en el mercado ferretero.

Para Ronny Torrentes, Gerente General de Impafesa aliarse con marcas de renombre les ha dado mucha fuerza en el mercado ferretero, una muestra de ello es la distribución de Klingspor tanto en lijas como abrasivos.

- ¿Con cuántas especialidades de Klingspor cuenta Impafesa?

- En este momento, contamos con 8 de 14 especialidades que están en el catálogo.

- ¿En la parte de lijas, qué diferencia a la marca de la competencia?

- Estamos hablando de que es un producto con tecnología alemana, que ya eso es una diferenciación de calidad altamente competitiva. Adicional, la mayoría de los productos son fabricados con minerales vírgenes, tanto en los papeles, como en las resinas y la variedad de tipos de lijas que se manejan para diferentes usuarios en el área: mueblera, carrocería, construcción, entre otros.

- ¿Cuáles son los últimos lanzamientos que ha hecho la marca?

- A nivel mundial, desarrolla y lanza productos dependiendo el país, y últimamente ha puesto en el mercado abrasivos muy enfocados al área industrial y prontamente vendrá una línea de cepillería de acero, tanto inoxidable como acero al carbono.

- ¿A qué se debe que cada vez más ferreteros hagan espacio para Klingspor?

- Creo que puntualmente porque ofrecemos muchas variantes de productos en el mercado, donde tenemos diferentes tipos de discos para cortar, muchos tipos de materiales como titanio, aluminio, acero inoxidable, acero al carbono, materiales no ferrosos, como bronce y otros.

“Adicional porque les llevamos no solo productos, sino también un gerente de marca que se involucra con los clientes y consumidores y donde constantemente se hacen charlas y pruebas físicas de los productos, para demostrar sus capacidades, desempeño y alto rendimiento.”

- ¿En factores como rendimiento, desempeño, cómo anda la marca?

- Excelente ya que cubre tres áreas las cuales son dureza, agresividad y durabilidad y si se usa el disco adecuado para el área de trabajo, siempre va andar en 85% a 95% en cada área, el trabajo restante lo hace la buena máquina.

- ¿Cuál es el disco más rápido de la marca que ha causado asombro en las demostraciones?

- El disco más rápido que tenemos es un disco de corte de 4 ½ x 0.8 de espesor llamado en la nomenclatura: klingspor A980 TZ

También contamos con otro disco que es muy eficiente, ya que está hecho de un mineral diferente que se llama Alumina de Zirconia, es un disco de corte 4 ½ x 1 mm Z 960 TZ, y ambos son sumamente rápidos y eficientes.

“También contamos con discos de grado alimenticio. Eso quiere decir que si trabajamos con materiales como acero inoxidable para el área alimenticia, nuestros productos no son contaminantes a la hora de hacer los cortes”.

- ¿Por qué los ferreteros deberían tener a Klingspor entre sus marcas

24 TYT Noviembre 2019 • www.tytenlinea.com

de abrasivos?

- 1- Por la variedad de productos
- 2- Por la calidad de los productos
- 3- Por ser una compañía que lleva más de 125 años en el desarrollo de abrasivos
- 4- Porque en función de precio calidad, llena todas las expectativas
- 5- Es Bueno, es seguro y amarillo como dice nuestro eslogan.

- ¿En áreas como capacitación para los ferreteros, cómo anda Impafesa?

- Siempre hemos creído que bajo el desarrollo de una marca hay que capacitar, sino sería vender por vender, por lo que nos damos a la tarea que cada cliente que adquiera nuestro producto, lo podamos capacitar constantemente tanto en lo teórico como en lo práctico y le damos el valor agregado de hacer acompañamientos con algún comprador potencial de nuestro cliente, y mostrar todas las bondades de la marca.



En muchas de las líneas de Klingspor, nuestro producto viene sellado al vacío eso le da un 40% más de vida útil. Ronny Torrentes, Gerente General de Klingspor

Klingspor

Discos Diamantados



Asfalto

Concreto

Universal

Azulejos



www.klingspor.de



/Klingspor Latinoamérica

IMPAFESA
IMPORTACIONES EL AMIGO FERRETERO S.A.



El ferretero que facturará **\$10 MILLONES**

Roberto Márquez es un técnico agrónomo que pasó años en el negocio El Impenetrable, pero también dedicó otros tantos de su carrera en Aceros Bragados y comercializó productos cárnicos para Disco, antes de volcarse de lleno al mundo ferretero.



Desde abrazaderas hasta bolsas de venteo para GNC, Roberto Márquez creó su empresa a partir de la invitación de su suegro a ingresar al rubro ferretero.

Argentina.- Desde el año 2000, está al frente de Damat, con la que produce y comercializa abrazaderas y precintos, entre otros productos. “Mi suegro, metido en el negocio, me propuso ser representante de una marca”, recuerda el empresario que, en 2014, facturó \$7,5 millones. “En el proceso de crecimiento sumamos productos locales e importados, como precintos plásticos, grapas para el rubro sanitario, cintas aisladoras y hasta productos vinculados al negocio del GNC (Gas Natural Comprimido)”, dice.

Manos a la obra

En 2005, llegó el momento de producir localmente. Primero, lo hizo

tercerizando en otros talleres para luego instalarse en una planta de 300 m². En esta etapa, Márquez sumó un socio que se ocupó de la parte productiva, mientras él continuó expandiendo el canal comercial. “Lo primero que hicimos fueron las bolsas de venteo para la industria del GNC y después soportes especiales. También, desarrollamos productos específicos para firmas como 3M”, señala Márquez, que invirtió unos \$7.000 (fondos propios) para dar el

primer paso.

Sin embargo, la sociedad llegó a su fin a menos de tres años de comenzar, cuando su pata productiva se dio a la fuga. “Fue una situación complicada para mí, pero no llegó a un nivel estresante”, acota. Hoy, la producción representa alrededor del 20% de los ingresos de Damat, mientras que el resto proviene de la comercialización de productos de otras firmas en canales tan diversos como ferreterías, sanitarios, automotor, maquinaria agrícola, transporte de gas y líquidos.

“Lo que más disfruto de mi trabajo es el contacto con los clientes, sobre todo, los del interior, porque a fin de cuentas esto termina siendo un servicio”, reflexiona el empresario, que a partir de llamadas telefónicas, viajes y, en los últimos años, Internet y campañas publicitarias, incrementó su red comercial. “Estamos presentes en todo el país, pero con mayor presencia en Capital Federal y Gran Buenos Aires”, añade.

Pegar el salto

Perfecto es la marca de la línea de abrazaderas que comercializa Damat. “Somos uno de los mayores comercializadores de la marca e incluso en el proceso de mayor crecimiento de Perfecto fui su mayor proveedor”, asegura Márquez. Hoy, la comercialización de ese producto representa más del 60% de la facturación de la firma.

“A partir de una mayor competencia con otros distribuidores que ofrecen los mismos productos en localidades donde ya teníamos precedencia, incorporé nuevos para atender mejor a los clientes y compensar ese estancamiento en las ventas de abrazaderas”, explica el empresario, con siete empleados a cargo.

Estos también ocupan un rol estratégico en la compañía. “Comparto la rentabilidad de la empresa con los empleados, a partir de premios en consonancia con el crecimiento de la facturación”, señala el fundador

de la firma, quien, después de trabajar solo durante cinco años, fue sumando los primeros colaboradores. “A los equipos de ventas se los capacita a través de un asesor y, a su vez, si ellos están interesados en realizar alguna capacitación, se hace todo lo posible, teniendo en cuenta sus horarios”, explica.

Esta política parece dar resultados: en 2014, las ventas experimentaron un salto del 82% desde los \$4,1 millones facturados en 2013. “Fue una exigencia de venta determinada con un mejor seguimiento sobre los empleados, a partir de mayor cantidad de reuniones y una mayor exposición la situación de la empresa ante ellos”, esboza las razones Márquez, que no descarta a los premios sobre ventas como otro de los motivos del crecimiento.

Números de Jizar en m2

- Lagunilla: 220
- La Puebla: 350
- Guadalupe: 250
- Coronado 120

Y para cada negocio registran la visita promedio diaria de 150

TaiKé

¡SEGUIMOS CRECIENDO!

NUEVOS

PRODUCTOS DE FERRETERÍA



☎ 4036-2950 ✉ info@taikecr.com 📍 Taiké Costa Rica 🌐 www.taikecr.com

¿Qué hace un ferretero para crecer EN MOMENTOS DIFÍCILES?

Ferconce una empresa ferretera que implementa, innova y que los momentos adversos del entorno y la economía no le hacen “mella...”



Rónald Aragón, es de esos ferreteros optimistas que ha enfocado las fuerzas de su empresa en capacitar a su personal con el fin de atraer más compradores, a base del mejoramiento del clima organizacional.

Una economía que no favorece la llegada ni el tránsito de compradores en las ferreterías, muchos clientes con miedo de invertir en proyectos y apenas llegando a los negocios por lo necesario, ponen a más de un ferretero en vilo, a mirar al cielo para elevar plegarias.

Lo cierto es que cuando se manejan negocios de venta al detalle, necesariamente, se depende de las transacciones que generan los compradores y cuando éstos no llegan, toca volverse creativo y hacerlos regresar.

Rónald Aragón es un ferretero conocido en el gremio, un hombre de negocios y que como todos los de su gremio se la “juega” todos los días con el riesgo. Tiene a su haber 4 negocios: Ferretería Ferconce Alajuelita, Ferretería Ferconce Concepción de Alajuelita, Ferretería Ferconce San Francisco de Dos Ríos, y Centro Mueblero Ferconce.

Y aquí la ciencia, de acuerdo con las condiciones de mercado, ha sido para muchos, prepararse para con menos recursos obtener lo mismo o si es posible, procurar crecimiento.

“Hemos tenido que volvernos más eficientes, no solo controlando el gasto sino que volvernos más creativos para que los clientes sientan verdaderamente un servicio y de verdad, personalizado”, dice Rónald.

Apuesta fuerte

Y con propiedad podemos dar fe de ello, pues antes de sentarnos con este empresario, anduvimos pululando por la ferretería de Alajuelita, y bastó caminar por dos pasillos cuando ya dos vendedores nos habían abordado ofreciendo su ayuda.

Para Aragón la expectativa versus la realidad, han sido dos cosas completamente diferentes “porque muchos le apostábamos fuerte a este año. El Gobierno ha tenido que imponer una política fiscal que ha golpeado al pueblo y a nosotros como empresarios”.

Aragón dice, que conjuntamente con todo su personal, han tenido que “volverse” muy organizados. “No se trata ni siquiera de bajar el gasto, sino de eliminar el gasto, quitar de raíz toda esa grasa innecesaria”.

Sin embargo no todo es cuesta arriba porque Rónald dice que en situaciones como estas, la creatividad es lo que más aflora y que trae buenos beneficios, cuando destaca que “hemos trabajado mucho el clima organizacional con los colaboradores, dotándolos de mucha capacitación, trabajando mucho en la parte de “coaching”, y basados en ese esquema, hemos conseguido mantener y atraer más clientes”.

Claridad y enfoque, dos claves que Aragón destaca en el desarrollo de esta nueva cultura organizacional que reina en su empresa. “Que los colaboradores conozcan al dedillo los objetivos de la empresa y hacia dónde va ésta, nos permite potenciar las áreas en las que somos débiles, pero además nos ha permitido entender mejor al cliente y estar más cerca”.

Aragón dice que cuando las políticas de gobierno empiecen a dar mejores resultados, tal y como se esperan, estarán mayormente y mejor preparados para enfrentar épocas más positivas. “Estimaría que a partir del segundo semestre del 2020, empezaremos a ver las cosas diferente”, recalca Aragón.

**El Poder de una Herramienta
en una sola Marca**



Inalámbrica
Redpower[®]
PROFESIONAL



UNIDOS MAYOREO
Distribuidor Mayorista

TEL.: 4100-8800
ventasmayoreo@unidosxm.com

Dama de la **PINTURA**

Esta dama de la pintura sabe que cualquier cliente cuenta y que cualquier comprador bien atendido es crecimiento para el negocio.



Ana Daisy Rodríguez administra 4 tiendas de pintura: 1 en Grecia y 3 en Guanacaste. Destaca que el éxito radica en los colaboradores y contar con buenos productos.

Grecia, Costa Rica. - Si quisiéramos definir la pasión de esta administradora, probablemente la palabra que encontraríamos para describirla sea pintura.

Por varios años, esta empresaria ha conseguido sacar adelante 4 tiendas de pintura a base de dedicación, una buena dosis de motivación que hasta contagia, pero sobre todo buscando que quienes la acompañan como colaboradores, conozcan bien los productos que comercializan. Para ella los grandes compradores de pintura como las constructoras o los proyectos constructivos que hacen compras en volumen, son tan valiosos como los “duros” contratistas y las compras hormiga que generan aquellos clientes que buscan remodelar su casa o tan solo encontrar una solución para una pared con humedad.

Ana Daisy Rodríguez, quien todos los días se pinta una sonrisa de lado a lado, antes de saltar hacia su trabajo, se debate en administrar una tienda en Grecia centro, y 3 en Guanacaste: Tamarindo, Santa Cruz y Flamingo.

Se trata de las tiendas de Pinturas Bohemia, y desde que arrancaron hace 10 años, allá por el 2009, le apostaron a la marca de pinturas Sur, y comercializan todas sus especialidades incluyendo los productos constructivos.

Quien usa Atlas... sabe lo que es bueno!

 **ATLAS**



Ana no se anda por las ramas en esto del negocio, y dice que su labor, además de atender constantemente clientes es velar porque las cuatro tiendas marchen en equilibrio y procuren crecimiento.

“No soy quien compra directamente, pero reviso cada una de las compras, que los productos se muevan, pero sobre todo que no se den excedentes que son los que ocasionan los dolores de cabeza”, asegura.

Para ella es fácil vender pintura, pero eso sí, advierte que para hacerlo bien “hay que conocer muy bien el producto y saber que para vender pintura hay que contar con todos los complementos que rodean a ésta”.

¿Control?

Dice que se aliaron con esta marca de pintura primero porque cuenta con todas las especialidades, pero además por la experiencia de la marca misma en el mercado. “Hay todo un prestigio detrás de las marcas y en este caso debemos decir que Sur es reconocida por clientes, la buscan, la recomiendan, es conocida, y casi le podría decir que se vende por sí sola”. Sobre cómo hace para tener control sobre los 4 negocios, estando un tanto distantes, dice que por lo general cada mes, emprende una gira de una semana completa a Guanacaste para observar con detenimiento cada negocio.

“Cuando no estoy en las tiendas, hay que confiar en la gente que se tiene. Los colaboradores que tenemos se ponen la camiseta, por eso nos va bien”. Para ella, el sector de pintura crece si se trabaja duro. “La mayoría de los clientes están afuera, en la calle, a la espera de que se les ofrezcan los productos, por eso hay que salir a buscarlos. Los que ya llegan a las tiendas, la venta se facilita más”.

Atienden 3 tipos de clientes: los grandes proyectos constructivos o las constructoras, los contratistas o pintores profesionales y los clientes del área doméstica.

“Ninguno de los 3 tipos de clientes son para nada malos. Las constructoras nos dan volumen, los contratistas nos obligan a estar al día en los que sus clientes requieren y los de la parte doméstica nos dan de comer a diario”.

Y va más allá al indicar que por ejemplo, “una constructora nos hace grandes compras, pero no sabemos cuánto nos va a durar como cliente, los contratistas en cualquier momento tienen que cambiar de marca porque sus clientes lo solicitan, y las compras “hormiga” de los clientes domésticos, ese pequeño goteo, nos da el día a día”, y rescata que “eso sí, a todos los somos leales”.

Manifiesta que estar actualizado en el área de pintura es primordial, sobre todo para dar una atención ideal para los clientes domésticos. “Con decirle que a veces vienen y no saben exactamente lo que quieren, solo saben que tienen un problema como una pared con humedad, o que desean un color para una sala o un cuarto, entonces hay que empezar por asesorarlos bien, y si no les resulta o les damos un producto que no es, nunca más regresa.n”. Cada una de las tiendas recibe en promedio la visita de 80 compradores diarios



HandyMan

FELPAS - MARCOS - MINI RODILLOS
EXTENSIONES - BANDEJAS - BROCHAS - NIVELES
CINTAS METRICAS - PINTURA EN AEROSOL



R
ROSEJO
www.rosejo.com

Scotch®

CINTA DE MONTAJE

FUERTE DE VERDAD.

USALO SOBRE VIDRIO.



410P
TRANSPARENTE
4,5 kg

- Pega sobre vidrio, metal, plástico, acrílico, azulejo y otras.
- Para uso interior y exterior.

USALO EN PAREDES PINTADAS.



110P
INTERIORES
4,5 kg

- Pega sobre paredes pintadas, metal, azulejo y otras.
- Para uso interno.

RESISTE EN INTERIOR Y EXTERIOR.



414P
EXTREMA
13,6 kg

- Resistente a la intemperie.
- Pega sobre paredes pintadas, metal, plástico, acrílico y otras.

RESISTE A LA INTEMPERIE.



411P
EXTERIORES
6,7 kg

- Resistente a la intemperie.
- Pega sobre paredes pintadas, metal, vinilo y otras.



FUERTE
Y SEGURO



SIN
HERRAMIENTAS
NI SUCIEDAD



PRÁCTICO
Y RÁPIDO



3M