

Ranking de ferreterías de Nicaragua **P.11**

Especial adhesivos y silicones **P.20**

Rinconcito: 10 mil productos diferentes **P.28**

Ferresparza: de frente a la competencia **P.34**



TODO DE CONTADO EN JIMÉNEZ

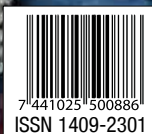
Ferretería Jiménez, en Costa Rica, abarca un área de 3.600 m²; y mantienen una estrategia de estar al día con sus mayoristas desde hace 11 años.



 /Revista TYT

Suscríbase en:
www.tytenlinea.com/suscripcion

JULIO 2018 Año 22 / No. 265



7 441025 500886
ISSN 1409-2301

CORREOS
DE COSTA RICA

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



EAGLE

SOY RESPALDO



100% COSTARRICENSE

LÍNEA
PLATA



PRODUCTOS
CERTIFICADOS



► www.eagle.cr

 Eagle Centroamericana



Feria Internacional Ferretera



Sintonícese para
más contactos de negocios en el mercado
de América Latina y el Caribe!

-  Herrajes para Edificación
-  Elementos de Fijación
-  Herramientas
-  Materiales de Construcción



Contáctenos:

 Tel: +507 236 3687
 info@america-expo.com
 WhatsApp: +50762128036

 @expo.f.pa

 @expo_f

 @ExpoF.pa

www.expo-f.com



34



20



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

Contenido

06

PINCELADAS

Cosmac con Coleman

10

Cemex abrió 279 tiendas Construrama

09

MERCADEO

Remodelación del comercio al detalle...

Los que no se han dado cuenta de los enormes cambios en la comercialización que se han producido en los últimos 15 años, quiere decir que viven en otro planeta.

11

EN CONCRETO

150 oportunidades de tener exportaciones ferreteras

El mercado ferretero de Nicaragua, en el 2017, registraba más de 2500 negocios a lo largo de todo el país, y se esperaba que alcanzaran los 2600 en el arranque de este año. Por su cercanía, representa un mercado atractivo para empresas que quieran desarrollar una oferta exportadora

20

ESPECIAL DE SILICONES

“¿Cuántos ingredientes debe llevar la “sopa” en un buen adhesivo?”

21 Mapei trasciende en tecnología para la construcción

22 Trío que aumenta la calidad de sus instalaciones de piso

24

PRODUCTOS FERRETEROS

EL FERRETERO

¡Familia de ferreteros!

Ferretería Jiménez abarca un área de 3.600 m²; está ubicada en un terreno propio y compran productos y materiales de contado desde hace 11 años

28 ¡Un rincón muy exitoso!

Rincón Ferretero pasó de tener mil líneas hace menos de 10 años, a contar hoy, con entre 5 mil y 10 mil productos diferentes.

30 El Mar: Apuesta en especialización de herramienta eléctrica

32 ¡La ferretería del pueblo!

Hace años, cuando Rolando Argüello inició con un negocio ferretero, no tuvo una buena experiencia, pero sí aprendió mucho de lo que vivió.

34 “David contra Goliath”

Con 7 años en el mercado y casi a la par de su competencia –que tiene 30 años de existir-. ¿Qué han hecho para ganar participación de mercado?

26



Hugo Ulate Sandoval
hugo@ekaconsultores.com

Esos descuentos INDESEABLES...

Cuando estamos ante alguien que insiste en un descuento, sencillamente hay dos cosas: no valora el producto que le estamos vendiendo, o le estamos vendiendo al cliente equivocado.

Qué difícil se hace imaginar un mundo sin descuentos, donde todo se pague a "full price".

Cuando usted accede a dar un descuento, es un cliente que sabe dos cosas, que puede pedirle aún más que le baje el precio, y que jamás, por más que vuelva a la ferretería, pagará el precio tal cual está consignado en la etiqueta.

¿Cuál es el margen de negociación de un kilo de arroz, un par de medias o una pantalla de 52 pulgadas en un supermercado? ¡Ninguno! No existe tal espacio. El usuario lo lleva al precio publicado o no lo lleva... Así de simple.

Que ahora hay más competencia y que la diferenciación solo se basa en precio. Lo único que produce este factor es que cada vez los márgenes se erosionen más. ¿Dónde se quedaron los beneficios de los productos? ¿O los combos aquellos en los que "amarro" un producto con otro para aumentar los beneficios, y no necesariamente, un asunto traducido en precio?

Busco un afilador para motosierra... Claro con gusto, tengo este que cuesta \$xxx, y este otro que tiene un precio de \$xxx, y que también tiene un descuento de xx%.

Conversaciones cotidianas entre un cliente y un asesor... Y en la que nunca existió una petición del comprador por un descuento. Lo que sucede es que nos lanzamos al agua, y cuando nos damos cuenta, ni siquiera sabemos nadar.

Si el cliente no pide o solicita descuento, es porque acepta el producto tal cual. Quizás, la siguiente pregunta del comprador iba en referencia a la garantía o a preguntar la diferencia entre marcas, pero nunca precio. Ir un paso adelante no aplica para todo.

Dicen que en lo prohibido está el negocio, y qué pasaría si un comercio publicara por toda la tienda, por ejemplo: "Prohibidos los descuentos"... ¿Se marcharían los clientes si la tienda cambia los descuentos por una atención de mucha altura, por productos fáciles de encontrar, zonas bien demarcadas e iluminadas, por un ambiente tranquilo y apacible a la hora de comprar?

¡Todo está en intentarlo!

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

Annia Cabalceta
annia@ekaconsultores.com
Tel: +506.4001.6726

Diseño y Diagramación

Irania Salazar
iraniasalazar@ekaconsultores.com

Asistente Comercial

Tatiana Alpizar
t.alpizar@ekaconsultores.com

Colaboradora

Adriana Chaverry

Foto de Portada

Luis Navarro

Suscripciones

Tel: 4001-6722
revistatytenlinea@ekaconsultores.com

Suscríbese en:

www.tytenlinea.com/
suscripciones

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





Setiembre / TYT 267

Especial: La reinención de las pinturas

Las novedades y tecnologías más prominentes en pintura exterior e interior. ¿Quiénes están ganando la partida en el mercado?

Especial de cerraduras

Mundo de las cerraduras y herrajes. ¿Cómo vender cerraduras? ¿Cuáles son los valores, además del factor seguridad que deben contener?

Manejo de inventarios: los 10 tips para tener éxito...

Herramientas y variables que ayudan a ser más eficientes los procesos en las empresas

Cierre comercial: 09 de agosto, 2018

Anúnciese en TYT Y esponga en Expoferretera

Annia Cabalceta • annia@ekaconsultores.com • Cel: +506.7014.3611

Encuentre ejemplares de TYT en nuestros puntos de distribución:



SÍGANOS EN
en canal de YouTube
TYT La Revista Ferretera



YouTube



CERRAJERÍA TIENE LA LLAVE DE LA TECNOLOGÍA

La cerrajería avanza con fuerza. Hoy no basta con tener un área de cerrajería dedicada únicamente a sacar copias de llaves, ofrecer candados y llaveros... Hoy, el mundo de esta categoría cambió y comprende la cerrajería digital, cerrajería inteligente, cerrajería electrónica, tecnología con electroimanés.

Por ejemplo, cómo satisfacer un cliente que llega al negocio preguntado por una copia de una llave de proximidad que acaba de perder para poder abrir su vehículo...

En la mayoría de casos, por la falta de actualización se termina perdiendo los clientes y la oportunidad de consolidar una buena venta.

Hace unos días, en San José, se realizó la feria de cerrajería, en la que además de exhibición de productos, quienes están ligados al negocio de esta categoría, entre ellos ferreteros.

Una de las capacitaciones que se impartieron y en la que tuvimos presencia, fue la de instalación y desinstalación de cerraduras con electroimanés.

Las cerraduras electromagnéticas cuentan con dos piezas principales, por un lado el electroimán, y por el otro lado una lámina metálica llamada pieza móvil o pieza polar. El electroimán se coloca en el marco de la puerta, trabaja como imán en la medida que circule corriente por su bobina y cierra la puerta; al dejar de recibir corriente eléctrica permite la apertura de la puerta.

Todas estas cerraduras electromagnéticas son de tipo "Fail Safe" lo que significa que se mantienen cerradas sólo mientras exista corriente eléctrica a diferencia de los otros tipos de



El mercado de cerraduras se renueva todos los días, pues la tecnología que rodea esta categoría avanza con rapidez. Si un profesional se queda atrás empieza a decirle adiós al mercado.

cerraduras eléctricas que funcionan del modo "Fail Secure" que funcionan de modo contrario, cuando no hay electricidad se mantienen cerradas.

El evento también tenía varios expositores que incorporaron las últimas novedades en la categoría.



Fluidmaster®

Un verdadero líder en la industria

¡NUEVO 2018!

NUEVO SISTEMA COMPLETO DE DOBLE DESCARGA PARA SANITARIOS



MOD 820VTP6
VÁLVULA DE DESCARGA DUAL PARA SANITARIO DE 1 PIEZAS



MOD 58001P6
VÁLVULA DE DESCARGA DUAL PARA SANITARIO DE 2 PIEZAS



MOD 5401LA
FLAPPER Y FIT CATO



MOD 821VBP5
VÁLVULA DE DESCARGA DUAL PARA SANITARIO DE 2 PIEZAS



MOD 830VTP6
VÁLVULA DE DESCARGA DUAL PARA SANITARIO DE 1 PIEZAS



MOD 800FS-3848
BOTON DE DESCARGA



MOD 800P48
MOD 800P58



MOD 831VBP4
VÁLVULA DE DESCARGA DUAL PARA SANITARIO DE 2PIEZAS

www.fluidmaster.com

#1 EN LA REPARACIÓN DE SANITARIOS EN EL MUNDO



DE VENTA EN FERRETERÍAS Y ALMACENES DE PRESTIGIO

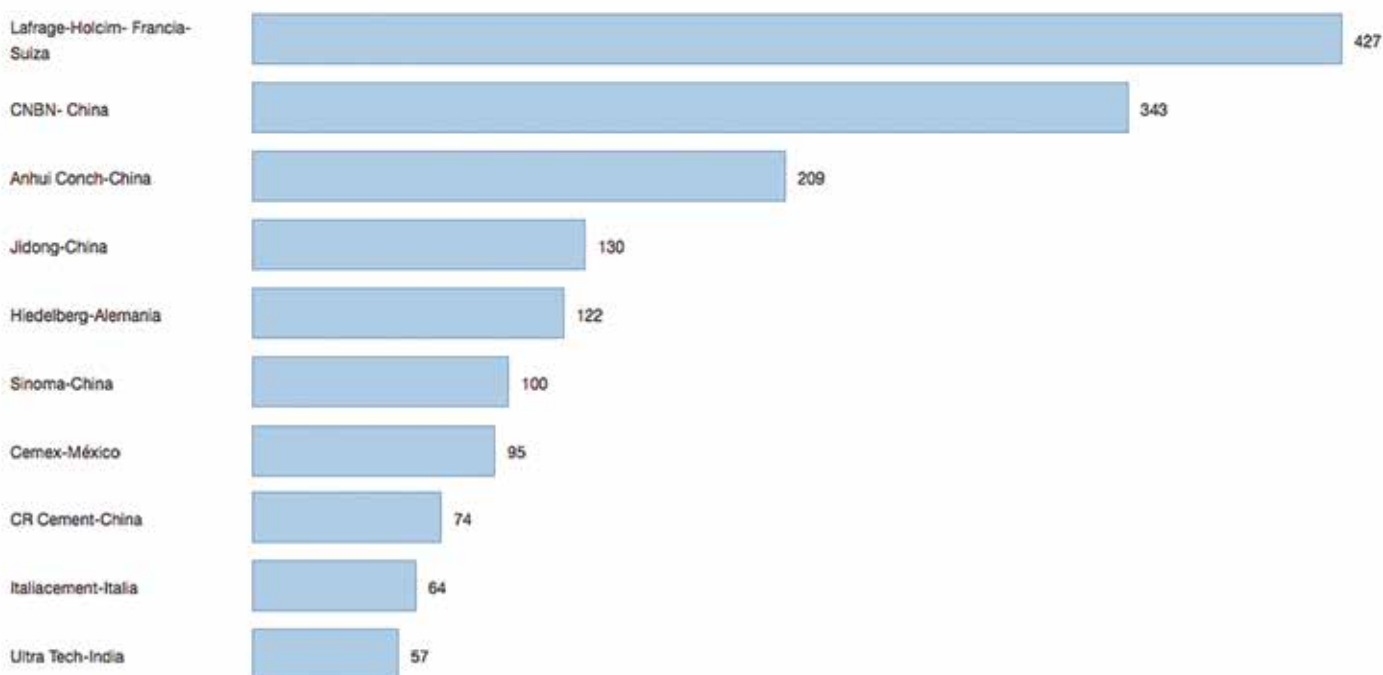


CEMENTO EN EL MUNDO

En la primera tabla refleja los precios promedio de los sacos de cemento, en venta al detalle, para el mercado centroamericano.

En el top 10

Por su capacidad, Cemex es la séptima productora a nivel mundial de cemento. Capacidad. Millones de toneladas anuales



ESTA TABLA MUESTRA EL TOP MUNDIAL DE PRODUCCIÓN DE CEMENTO, EN MILLONES DE TONELADAS ANUALES.

Precios promedio del cemento en Centroamérica (Precios a consumidor final)

País	Precio por saco en \$	Precio promedio en ¢	kgr / saco	Precio por kilogramo en \$	Precio por Kilogramo en ¢
El Salvador	7.7	4389.0	42.5	0.18	103.3
Honduras	9.17	5226.9	42.5	0.22	123.0
Guatemala	10.63	6059.1	50	0.21	121.2
Costa Rica	11.24	6406.8	50	0.22	128.1
Panamá	14.95	8521.5	40	0.37	213.0

Consumo de cemento por año, por persona en la región: 250 kgr

Consumo de cemento por año, por persona a nivel mundial: 330 Kgr

Fuente: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/cemex-en-el-top-10>

Llega Sodimac a México y pone competencia a **HOME DEPOT Y LOWE'S**

A mitad de este año, entre junio y julio, se esperaría la apertura de la tienda Sodimac, la cual será en unión con Soriana y la firma chilena Falabella.

De acuerdo con la compañía, se contempla una apertura en el Estado de México, que será la reconversión de una sucursal de Soriana.

Sodimac es una tienda dirigida al mismo mercado que su competencia, Home Depot y Lowe's.

Analistas estimaron que durante este año se abrirían dos unidades en el país, de las 20 que proyectan las compañías en los próximos cinco años, y que representará una inversión conjunta por 600 millones de dólares.

Valentín Mendoza, analista de Banorte-Ixe, previó que la inversión de la nueva tienda pueda ser de entre 150 y 200 millones de pesos, y su tamaño sea parecido al de su formato de Soriana Híper, que es de siete mil metros cuadrados de piso de venta.

"Debería estar entre los 150 y 200 millones de pesos; este monto es similar al de su formato Híper, el cual tienen siete mil metros cuadrados de piso de venta; aunque no han señalado el tamaño promedio de la nueva tienda Sodimac", estimó.

Explicó que al mercado al que le apuesta no hay muchos competidores, sin embargo la contribución a los ingresos será marginal, inferior al de su negocio de tiendas de conveniencia Súper City, que comprende 116 unidades al cierre de 2017.

"Creo que es un negocio atractivo en el sentido de que no hay muchos competidores en el segmento, sin embargo como la misma compañía lo ha

comentado, el ritmo de apertura todavía no va a hacer el más dinámico.

"La contribución hacia los ingresos va a ser marginal, no va a ser un diferenciador en el desempeño de la compañía en el corto plazo", indicó. Agregó que aunque es positiva la diversificación de Soriana, en contraste, preocupa el que su competidor Walmart, lleva una estrategia totalmente contraria, como la venta de Vips, la de Suburbia y la del negocio bancario a Inbursa, mientras que Soriana compró la cartera de Banamex, amplió el negocio de crédito con Falabella y ahora se diversifica a mejoras para el hogar.

Por su parte, Carlos Hermosillo, analista de Actinver, explicó que no se podrán ver los resultados consolidados de Sodimac en las cifras de Soriana, y que el Estado de México representa un mercado importante.

"Es un punto importante y hay disponibilidad de bienes raíces", mencionó.



Remodelación del comercio **AL DETALLE...**

El libro “Remodelación del Comercio Minorista: Cómo la tecnología está transformando la industria y cómo ganar en el nuevo mundo impulsado por el consumidor”, tiene que interesar a quienes estudian y trabajan en mercadeo. Es también una lectura obligada para los minoristas.

Los cambios hoy se producen con más rapidez y mayor intensidad. Los que no se han dado cuenta de los enormes cambios en la comercialización que se han producido en los últimos 15 años – especialmente en el retail – quiere decir que viven en otro planeta. El comercio minorista se encuentra enfrentando una transformación dramática.

Tecnologías que transforman

Los autores, Stefan Niemeier, Andrea Zocchi, and Marco Catena, basan su análisis en los orígenes y el funcionamiento subyacente del modelo comercial minorista, los impulsores de la tecnología que lo están cambiando permanentemente y el desarrollo del sector minorista en los próximos años. En el libro se repasa la historia del comercio minorista, desde sus primitivos orígenes, pasando por la edad media, la era industrial, la globalización y la era digital en que nos encontramos, en este momento.

El moderno sistema de venta al por menor ha funcionado con un efecto deslumbrante. Desde el siglo XIX, los propietarios de las tiendas han surgido de orígenes humildes y han creado una industria en la que algunos minoristas se han convertido en dominantes a nivel nacional o incluso global.

Su expansión fue impulsada por la reducción de las fronteras arancelarias y el crecimiento exponencial del comercio internacional de bienes de consumo. Mejores técnicas de producción, comunicaciones y tecnología de la información permitieron aumentar la eficiencia y reforzaron un círculo virtuoso de menores costos y precios más bajos. En el camino, los operadores inteligentes convirtieron el comercio minorista en una impresionante combinación de arte y ciencia. Hoy, los minoristas en los mercados emergentes parecen estar viviendo la historia una y otra vez, excepto en una escala y a una velocidad superior a todo lo que hemos visto antes.

Desde la Edad Media, los minoristas han dependido de lo que en gran medida es un sistema “push de mercadeo”. El minorista (ya sea un comerciante pequeño o el operador de una cadena nacional de supermercados) anticipó la demanda del consumidor, seleccionó los productos para satisfacer esa demanda y arregló que esos bienes se entregaran a un lugar donde las personas comprarían primero el pueblo mercado, luego tiendas dedicadas. La tecnología, de su tiempo, no interfirió con este proceso; simplemente hizo el proceso más eficiente.

La tecnología en el centro de la organización

Los avances en el poder de cómputo, la capacidad de almacenamiento y la conectividad de red están impulsando tres tendencias paralelas y que se refuerzan mutuamente que definirán la era digital del comercio minorista: movilidad, mensurabilidad y agilidad.

La movilidad, está impulsada por la disponibilidad de la tecnología en todas partes: en las tiendas, en el hogar, sobre la marcha.

La medición permitirá que se realicen más actividades de seguimiento en la cadena de valor, y no menos en el comportamiento de los consumidores, y que se cuantifiquen con mayor precisión.

La agilidad vendrá del desarrollo de la computación en la nube, que permite a las empresas desarrollar sistemas de forma rápida y sencilla.

La tecnología detrás de estas tendencias ayudará a los minoristas a mejorar sus procesos y crear nuevas experiencias para los clientes en un grado previamente inimaginable. También marcará el comienzo de nuevos competidores y potenciará a los clientes.

Cada minorista tendrá que lidiar con el poder que ahora está en manos de los clientes. Las nuevas tecnologías han puesto fin a la asimetría de la información entre los minoristas y sus clientes. Los consumidores pueden navegar, elegir, comprar y recibir productos, todo sin pisar una tienda física.

Fuente: www.mercadeo.com



La tecnología detrás de estas tendencias ayudará a los minoristas a mejorar sus procesos y crear nuevas experiencias para los clientes en un grado previamente inimaginable.

150 oportunidades de tener

EXPORTACIONES FERRETERAS

El mercado ferretero de Nicaragua, en el 2017, registraba más de 2500 negocios a lo largo de todo el país, y se esperaba que alcanzaran los 2600 en el arranque de este año. Por su cercanía, representa un mercado atractivo para empresas que quieran desarrollar una oferta exportadora.

Nicaragua.- De acuerdo con las cifras que brinda el Banco Central de Nicaragua (BCN), indican que la construcción creció en 2017, cerca del 5.4%, y para este año la entidad estima un incremento del 9.9%. Datos que alientan al sector que comercializa principalmente con materiales de construcción y ferretería.

La Cartografía Digital y Censo de Edificaciones que publica el Banco Central, en 13 departamentos del país se registran 2,506 ferreterías, aunque no detalla si son formales, informales o bajo qué régimen fiscal se encuentran.

1,149 ferreterías se localizan en Managua, según la Cartografía Digital y Censo de Edificaciones del Banco Central de Nicaragua.

192 ferreterías se localizan en León y **176** en Masaya e igual número en Estelí.

175 ferreterías están registradas en Chinandega, según esta Cartografía Digital.

169 ferreterías hay en Matagalpa y **124** en Carazo.

Las ferreterías más importantes

El 2017, sobre todo para los negocios apostados en la parte sur y occidente del país, representó una oportunidad de crecimiento fuerte por el incremento de proyectos turísticos en ejecución.

“El año pasado los primeros meses fueron de bastante crecimiento y se paró un poco a mediados”, dijo Edgar Lugo, presidente de Afenic y gerente general de Ferretería Lugo.

El peso histórico de las importaciones para productos de construcción en Nicaragua, reflejan que hay una oportunidad para comercializar este tipo de insumos.

El año pasado, las importaciones de productos para la construcción representaron más de 350 millones de dólares.

“En el 2017 se importó menos material porque había un sube y baja en los precios de los productos que dependen de los commodities”.

“Los importadores solo compraban lo necesario porque podían bajar los precios en cualquier momento”, explicó Reynaldo Pérez, de Afenic y gerente general de Tubal S.A.

El sector mayorista costarricense siempre se ha visto seducido por el sector ferretero de Nicaragua, y aunque con distancias más amplias entre lugares, cuenta con más puntos de venta ferreteros.

“Siempre buscamos oportunidades de crecimiento, que nos permita llegar con nuestros productos. Este es un mercado importante, que está creciendo y por eso hemos hecho nuestra apuesta”, cuenta Alejandro Soto, Coordinador Comercial de Importaciones Vega, empresa que ya atiende buena parte de ferreteros de Nicaragua.

Recomendaciones para conquistar las ferreterías más importantes de Nicaragua

En primer instancia, haga una visita a este mercado, y busque por ejemplo,

ferreterías en la capital, para que pueda darse una idea de cómo se desenvuelven los ferreteros en ese país.

Una vez que empiece a visitar ferreterías, busque las que tengan productos similares a los que su empresa comercializa, y entreviste a los dueños o vendedores sobre la estadística de rotación que tienen estas líneas.

Necesariamente, va a requerir de la ayuda de un representante. Una persona que empiece a abrir el canal, que visite los clientes y que canalice las entregas de las mercaderías.

Muchas empresas que ya han tenido experiencia comercial de este país, han buscado una empresa mayorista para que los represente, mueva y comercialice los productos. Con esto se ahorran invertir en todo el desarrollo logístico que requiere este mercado de Nicaragua.

Sería recomendable llevar muy al día el comportamiento de sus productos una vez que estén en manos de los ferreteros nicaragüenses. Esto se puede lograr con llamadas aleatorias a los clientes para constatar que estén percibiendo con éxito todos los beneficios que rodean sus productos. Por ninguna razón le incumpla a la empresa que lo representa en ese país. Tenga en cuenta que está en juego la imagen de sus productos y de la de su empresa.

Recuerde que a ningún ferretero le gusta comprar productos para los que no se ofrece respaldo con inventarios constantes y suficientes, sin garantías, entregas incompletas o lentas.

Por último, pero no menos importante, sería ideal que pueda darse una vuelta por las oficinas de la Asociación de Ferreteros de Nicaragua (AFENIC) Ellos le podrán brindar asesoría sobre las oportunidades que presenta el mercado, así como perfilar más certeramente, el empresario ferretero de Nicaragua.

Para emprender una oferta exportadora de productos ferreteros o materiales de construcción, se requiere iniciar con clientes potenciales.

En tytenlinea.com se encuentra disponible este listado de ferreterías, que comprende el primer peldaño para el arranque de una oferta exportadora.

LAS 150 FERRETERÍAS MÁS IMPORTANTES DE NICARAGUA

RK General	Nombre de la ferretería	Gerente general	Administrador	Encargado de compras	Ciudad	Superficie	RK Superficie
1	SINSA	Edson Ardón	Edson Ardón		Managua	650	2
2	Ferretería El Halcón	Indira Rodríguez	Indira Rodríguez	La misma	Managua	280	9
2	Ferretería Jenny	Donaldo Sánchez Romero	Donaldo Sánchez Romero	El mismo	Managua	640	3
3	Ferretería Richardson	Patrick Richardson	Patrick Richardson	El mismo	Managua	530	4
4	Casa del Perno	Elia Alemán	Elia Alemán	La misma	Managua	115	19
4	Ferretería Americana	César Zuniga Pineda	César Zuniga Pineda	El mismo	Managua	115	19
5	Ferretería Lugo	Edgar Lugo Solís	Edgar Lugo Solís	El mismo	Managua	320	7
6	La Casa de las Lámparas	Lic. José Sandino	Lic. José Sandino	El mismo	Managua	400	5
6	Ferretería el caribe, S.A	Jennifer Rosales	Jennifer Rosales	La misma	Matagalpa	400	5
7	Ferretería Blandón Moreno	César Blandón	César Blandón	El mismo.	Managua	260	10
8	Ferretería Ramos	Tomas Ramos	Tomas Ramos	El mismo	Esteli	122	17
9	Ferretería Bendición de Dios	Sr. Domingo Lanzas	Sr. Domingo Lanzas	El mismo	Managua	400	5
10	Ferretería Collado	Sr.Cristhian Peralta	Sr.Cristhian Peralta	El mismo	Managua	80	23
10	Ferretería Isel	Edith Mendoza	Edith Mendoza	La misma	Managua	80	23
10	Importaciones Betanco	Sr. Betanco	Sr. Betanco	El mismo	Managua	80	23
11	ACERINOXM&B	Nuriela Solis	Nuriela Solis	La misma	León	320	7
12	Ferretería Bosco Miranda	Bosco Miranda	Bosco Miranda	El mismo	Managua	400	5
12	Ferretería Bosco Miranda	Sr. Bosco Miranda	Sr. Bosco Miranda	El mismo	Managua	49	5
12	SUFERSA (Suplidora Ferretera, S.A.)	Lic. Gerardo Mora	Lic. Gerardo Mora	El mismo	Managua	850	1
12	Ferretería Armando Siú	Armando Siú	Armando Siú	La misma	Jinotepe	350	6
12	Ferretería Armando Siú	Armando Siú	Armando Siú	El mismo	Jinotepe	37	6
12	Ferretería Reinaldo Hernández	Reinaldo Hernandez	Reinaldo Hernandez	El mismo	Masaya	178	15
13	Ferretería Linda	Roberto Antonio Vanegas	Roberto Antonio Vanegas	El mismo	Managua	114	20
14	Ferretería El Arca	Isabel Hernández	Isabel Hernández	La misma	Managua	139	16
14	Ferretería Guevara	José Guevara	José Guevara	El mismo	Managua	139	16
14	Ferretería Guevara	Alejandro Guevara	Alejandro Guevara	El mismo	Managua	46	16
14	Ferretería Parrales	Oscar Parrales	Oscar Parrales	El mismo	Managua	139	16
14	Ferretería Sevilla	Sr. Sevilla	Sr. Sevilla	El mismo	Matagalpa	139	16
15	Ferretería Alianza S.A	Oscar López Molina	Oscar López Molina	El mismo	Managua	89	22
15	Ferretería Arestel	María Estela Jarquín	María Estela Jarquín	La misma	Managua	89	22
15	Ferretería la puerta del Sol	Sra. Ileana Cruz	Sra. Ileana Cruz	La misma	Managua	89	22

Metodología

Este es un Ranking elaborado en mayo anterior, con información proporcionada por las mismas ferreterías. La información se obtuvo vía telefónica, y se llamó a las ferreterías de mayor prominencia en ese país. El ordenamiento se realizó ponderando las diferentes variables, de manera que los negocios que más se acercan a 1, obtienen las mejores posiciones. Las ferreterías que repiten posición se ordenaron alfabéticamente.

Número de empleados	RK Empleados	Promedio de clientes atendidos por día	RK Clientes	Año de fundación	RK Antigüedad	Número de sucursales	RK sucursales
70	3	170	6	1990	6	20	1
112	2	97	10	1980	4	6	4
27	9	200	4	1992	7	3	6
31	8	89	11	1894	1	3	6
120	1	240	3	1992	7	8	3
120	1	240	3	1992	7	8	3
46	5	74	14	1915	2	3	6
18	14	110	8	1986	5	1	8
18	14	110	8	1986	5	1	8
17	15	76	13	1979	3	14	2
45	6	300	1	2003	16	4	5
7	24	140	7	1992	7	8	3
39	7	97	10	1990	6	2	7
39	7	97	10	1990	6	2	7
39	7	97	10	1990	6	2	7
20	12	Feb-00	25	1990	6	2	7
6	23	50	9	2012	14	1	8
8	23	100	9	2001	14	1	8
24	11	50	23	2003	16	1	8
5	25	110	8	2007	12	1	8
6	25	68	8	1999	12	1	8
51	4	43	27	1986	5	1	8
51	4	80	12	2004	17	1	8
31	8	60	18	2001	14	1	8
31	8	60	18	2001	14	1	8
8	8	60	18	2001	14	1	8
31	8	60	18	2001	14	1	8
31	8	60	18	2001	14	1	8
12	19	180	5	2002	15	1	8
12	19	180	5	2002	15	1	8
12	19	180	5	2002	15	1	8

SUSCRÍBASE
al boletín de

tuercas y tornillos
TYT
LA REVISTA FERRETERA

www.
tyt
enlinea.
com

LAS 150 FERRETERÍAS MÁS IMPORTANTES DE NICARAGUA

RK General	Nombre de la ferretería	Gerente general	Administrador	Encargado de compras	Ciudad	Superficie	RK Superficie
15	Ferretería Levy Ruíz S.A.	Sra. Elizabet Ruíz Cruz	Sra. Elizabet Ruíz Cruz	La misma	Managua	300	8
15	Ferretería Master	Gustavo Adolfo Lacayo	Gustavo Adolfo Lacayo	El mismo	Managua	89	22
15	Ferretería MOR	Veronica Sanchez	Veronica Sanchez	La misma	Managua	89	22
15	FETESA	Luis Prieb	Luis Prieb	El mismo	Managua	89	22
16	Ferretería Oriental	Elsa Ariza	Elsa Ariza	La misma	Managua	90	21
17	Ferretería Francisco Perez	Francisco Pérez	Francisco Perez	El mismo	Managua	200	12
17	Ferretería López	Sr. López	Sr. López	El mismo	Managua	200	12
17	Ferretería Pastora Juarez	Daniel Pastora	Daniel Pastora	El mismo	Managua	62	25
17	Ferretería Pastora Juarez	Pastora Juarez	Pastora Juarez	El mismo	Managua	53	25
17	Ferretería Ulises Morales	Ulises Morales	Ulises Morales	El mismo	Managua	200	12
17	Importaciones Blandón Lazo	Carlos Blandón Lazo	Carlos Blandón Lazo	El mismo	Managua	225	11
18	Ferretería León, S.A.	Roberto Mejía	Roberto Mejía	El mismo	Jinotepe	200	12
19	Ferretería Reyes	Roberto Reyes	Roberto Reyes	El mismo	León	200	12
20	CONTRUMAS	Geovanny Uribe	Geovanny Uribe	El mismo	Managua	73	24
20	Ferretería El Madroño	Sra. Candida Altamirano	Sra. Candida Altamirano	La misma	Managua	73	24
20	Ferretería Martha Sequeira	Martha Sequeira	Martha Sequeira	La misma	Managua	120	18
20	Ferretería Mega Gypsum	Maritza Torrez	Maritza Torres	La misma	Managua	73	24
21	Ferretería Hermanos Briones	Oscar Briones	Oscar Briones	El mismo	Granada	44	34
22	Ferretería Meza & Meza	Alejandro Meza	Alejandro Meza	El mismo	Managua	60	26
22	Ferretería Paul	Jamileth Rivera López	Jamileth Rivera López	La misma	Managua	60	26
22	Ferretería Calderon	Hector Calderón	Hector Calderón	El mismo	Esteli	60	26
23	Ferretería Duarte	Manuel Duarte	Manuel Duarte	El mismo	Managua	49	31
23	Ferretería Hondoy	Veronica Gonzalez	Veronica Gonzalez	La misma	Managua	400	5
23	Ferretería Veronica Estrada	Veronica Estrada	Veronica Estrada	La misma	Managua	49	31
23	Ferretería Veronica Estrada	Veronica Estrada	Veronica Estrada	La misma	Managua	46	31
23	Importadora Miguel Reyes Romero	Miguel Reyes	Miguel Reyes	El mismo	Managua	49	31
23	Ferretería Ernest	Ernesto Arturo Perez Salina	Ernesto Arturo Perez Salina	El mismo	León	49	31
24	Ferretería Amilcar	Amilcar García	Amilcar García	El mismo	Granada	190	13
25	Ferretería Castillo	Sr. Dionisio Castillo	Sr. Dionisio Castillo	El mismo	Somoto	200	12
26	Ferretería E. Bernard	Sr. Bernard	Sr. Bernard	El mismo	Managua	180	14
26	Ferretería El Tigre	Sr. Sánchez	Sr. Sánchez	El mismo	Managua	180	14
27	Ferretería Francisco Cerda	Francisco Cerda	Francisco Cerda	El mismo	Managua	52	29
27	Ferretería Transfer	Alba Gasparini	Alba Gasparini	La misma	Managua	52	29
27	Ferretería Valle	Angel Corso	Angel Corso	El mismo	Managua	52	29
27	Materiales de Construcción Reyes	Pedro Reyes	Pedro Reyes	El mismo	Managua	52	29
27	Ferretería Moreno	Sr. Moreno	Sr. Moreno	El mismo	Sébaco	200	12
27	Ferretería Moreno	Sr. Moreno	Sr. Moreno	El mismo	Sébaco	200	12

	Número de empleados	RK Empleados	Promedio de clientes atendidos por día	RK Clientes	Año de fundación	RK Antigüedad	Número de sucursales	RK sucursales
	6	25	80	12	2003	16	1	8
	12	19	180	5	2002	15	1	8
	12	19	180	5	2002	15	1	8
	12	19	180	5	2002	15	1	8
	19	13	56	20	1997	10	1	8
	6	25	80	12	2004	17	1	8
	6	25	80	12	2004	17	1	8
	10	21	250	2	2009	20	3	6
	5	21	65	2	2007	20	1	6
	6	25	80	12	2004	17	1	8
	5	26	50	23	1990	6	1	8
	4	27	70	15	2001	14	1	8
	8	23	70	15	2008	21	1	8
	24	11	58	19	2006	19	1	8
	24	11	58	19	2006	19	1	8
	9	22	48	24	1994	9	1	8
	24	11	58	19	2006	19	1	8
	15	16	100	9	2003	16	1	8
	25	10	36	29	1998	11	1	8
	25	10	36	29	1998	11	1	8
	25	10	36	29	1998	11	1	8
	8	23	100	9	2001	14	1	8
	6	25	50	23	2012	24	1	8
	8	23	100	9	2001	14	1	8
	8	23	60	9	2001	14	1	8
	8	23	100	9	2001	14	1	8
	8	23	100	9	2001	14	1	8
	14	17	15	32	2003	16	1	8
	8	23	60	18		26	1	8
	4	27	50	23	2004	17	1	8
	4	27	50	23	2004	17	1	8
	6	25	80	12	2004	17	1	8
	6	25	80	12	2004	17	1	8
	6	25	80	12	2004	17	1	8
	7	24	50	23	2012	24	1	8
	7	24	50	23	2012	24	1	8

LAS 150 FERRETERÍAS MÁS IMPORTANTES DE NICARAGUA

RK General	Nombre de la ferretería	Gerente general	Administrador	Encargado de compras	Ciudad	Superficie	RK Superficie
28	Comercializadora El Socorro	Lilian Lopez	Lilian Lopez	La misma	Managua	80	23
28	DIMACO	Ing. Camilo López Baldizón	Ing Camilo López Baldizón	El mismo	Managua	80	23
28	Ferretería Dios es amor	Sara Jarquín	Sara Jarquín	La misma	Managua	80	23
28	Ferretería Melissa	Gloria Vicente	Gloria Vicente	La misma	Managua	80	23
28	Ferretería Rios	José Perez	José Perez	El mismo	Managua	80	23
28	Ferretería Shalom	Mario Alemán	Mario Alemán	El mismo	Managua	80	23
28	RETECSA	Claudia Martinez	Claudia Martinez	La misma	Managua	80	23
28	Ferretería Guillén Guzmán	Perla Guillén	Perla Guillén	Perla Guillen	Rivas	80	23
28	Ferretería La Economica	Owen Suarez	Owen Suarez	El mismo	Chontales	80	23
29	Ferretería Santa Ana	Ileana Sid Alvarez	Ileana Sid Alvarez	La misma	Rivas	51	30
30	Ferretería Icabcaceta	Sr. Icabcaceta	Sr. Icabcaceta	El mismo	Managua	46	33
30	Ferretería Jesucristo mi Salvación	Danilo Lopez	Danilo Lopez	El mismo	Managua	41	35
30	Ferretería la pasadita	Jackeling Soza	Jackeling Soza	La misma	Managua	46	33
30	Ferretería Meza	Angel Meza	Angel Meza	Angel Meza	Managua	46	33
30	Ferretería Oswaldo Ubeda, S.A.	Lic. Xochilt Ubeda	Xpchiit Ubeda	La misma	Managua	46	33
30	Ferretería Montealto	Justo Andrés Montealto	Justo Andrés Montealto	El mismo	Rivas	34	38
30	Ferretería Solis	Jose Daniel Solis	Jose Daniel Solis	El mismo	Masaya	46	33
31	Alke	Zoraya Martinez	Zoraya Martinez	La misma	Managua	57	27
31	Aquí Donald's	Jennifer Castillo	Jennifer Castillo	La misma	Managua	57	27
31	Ferretería Mateo	Vanessa Murillo	Vanessa Murillo	La misma	Managua	53	28
31	Ferretería don Bosco	Javier Reynosa	Javier Reynosa	El mismo	Managua	37	37
31	Ferretería Katia	Kathia Madrigal	Kathia Madrigal	La misma	Managua	37	37
31	Ferretería Las Brisas	Harold Romero	Harold Romero	El mismo	Managua	53	28
31	Ferretería Marily	Maria Lidia Sirias Orozco	Maria Lidia Sirias Orozco	La misma	Managua	57	27
31	Ferretería Rypsa	Milton Robleto	Milton Robleto	El mismo	Managua	37	37
31	Importaciones Blandon Lazo	Karen Blandon	Karen Blandon	La misma	Managua	37	37
31	Importaciones Ferreteras Pablo Barbosa L	Pablo Barbosa	Sr. Pablo Barbosa	Sr. Pablo Barbosa	Managua	37	37
31	Importaciones Mainsa	Marcela Aburto	Marcela Aburto	La misma	Managua	37	37
32	Ferretería central	Adán Tellez	Adán Tellez	El mismo	Managua	53	28
32	Ferretería Chayito	Jose Isabel Flores	Jose Isabel Flores	El mismo	Managua	53	28
32	Ferretería El Tanque	Pedro José Mora	Pedro José Mora	El mismo	Managua	53	28
33	Ferretería Chinandegana	Norman Izquierdo	Norman Izquierdo	El mismo	Managua	39	36
33	Ferretería Issa	Issa Martínez	Issa Martínez	La misma	Managua	57	27
33	Ferretería la Bendicion	Blanca Centeno	Blanca Centeno	La misma	Managua	57	27
33	Ferretería López	Suyen López	Suyen López	La misma	Managua	57	27
33	Ferretería Salas Alemán	Julan Salas Aleman	Julan Salas Aleman	El mismo	Managua	57	27
33	Ferretería Andres Gomez	Andres Gomez	Andres Gomez	El mismo	Granada	57	27
33	Ferretería Carazo	Luis Emilio Gonzalez	Luis Emilio Gonzalez	El mismo	Carazo	39	36
34	Ferretería Hammer	Flavia Mendieta	Flavia Mendieta	La misma	Managua	46	33

	Número de empleados	RK Empleados	Promedio de clientes atendidos por día	RK Clientes	Año de fundación	RK Antigüedad	Número de sucursales	RK sucursales
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	13	18	48	24	2006	19	1	8
	5	26	70	15	2001	14	1	8
	8	23	60	18	2001	14	1	8
	12	19	56	20	2001	14	1	8
	8	23	60	18	2001	14	1	8
	8	23	60	18	2001	14	1	8
	8	23	60	18	2001	14	1	8
	12	19	50	23	1993	8	1	8
	8	23	60	18	2001	14	1	8
	3	28	50	23	1999	12	1	8
	3	28	50	23	1999	12	1	8
	6	25	50	23	2001	14	1	8
	6	25	68	16	1999	12	1	8
	6	25	68	16	1999	12	1	8
	6	25	50	23	2001	14	1	8
	3	28	50	23	1999	12	1	8
	6	25	68	16	1999	12	1	8
	6	25	68	16	1999	12	1	8
	6	25	68	16	1999	12	1	8
	6	25	68	16	1999	12	1	8
	5	26	65	17	2007	20	1	8
	5	26	65	17	2007	20	1	8
	5	26	65	17	2007	20	1	8
	7	24	80	12	2008	21	1	8
	3	28	55	21	2004	17	1	8
	3	28	55	21	2004	17	1	8
	3	28	55	21	2004	17	1	8
	3	28	55	21	2004	17	1	8
	7	24	80	12	2008	21	1	8
	11	20	54	22	2007	20	1	8

LAS 150 FERRETERÍAS MÁS IMPORTANTES DE NICARAGUA

RK General	Nombre de la ferretería	Gerente general	Administrador	Encargado de compras	Ciudad	Superficie	RK Superficie
35	Ferretería Rodríguez Reyes	Fernando Rodríguez	Fernando Rodríguez	El mismo	managua	33	39
35	Ferretería Vanessa	Vanessa Murillo	Vanessa Murillo	La misma	Managua	57	27
35	R & B Ferretería	Walkiria Rivas	Walkiria Rivas	La misma	Managua	33	39
35	Ferretería La Popular	Jose Alejandro Rodriguez	Jose Alejandro Rodriguez	El mismo	Esteli	57	27
35	Ferretería Emanuel	Enma Lopez	Enma Lopez	La misma	Otros	33	39
36	Cifuentes Ferretería	Melissa Díaz	Melissa Díaz	La misma	Managua	53	28
36	Feelp Ferretería	Pedro Garcia	Pedro Garcia	El mismo	Managua	53	28
36	Ferretería La Mendez	Eric Mendez	Eric Mendez	El mismo	Managua	53	28
36	Ferretería Monte Verde	Guillermina Castillo	Guillermina Castillo	La misma	Managua	53	28
36	Ferretetia Silva	Fatima Morales	Fatima Morales	La misma	Carazo	53	28
37	Alevan	Luis Mendoza	Luis Mendoza	El mismo	Managua	57	27
37	Ferretería Ernesto	Taiz Avendaño	Taiz Avendaño	La misma	Managua	47	32
37	Ferretería Martinez	Juan Carlos Martinez	Juan Carlos Martinez	El mismo	Managua	57	27
37	Mat. de Construcción Medina Fonseca	Aurora Roa	Aurora Roa	La misma	Managua	57	27
37	Ferretería El Socorro	Ruth Ñurinda	Ruth Ñurinda	La misma	Granada	57	27
38	Ferretería Noel Vallejos	Noel Vallejos	Noel Vallejos	El mismo	Managua	31	40
38	Ferretería San Francisco	Alex Pavon	Alex Pavon	El mismo	Managua	31	40
38	Ferretería Vida	Flavio Loaisiga	Sr. Flavio Loaisiga	El mismo	Managua	31	40
38	La Casa del Tornillo, S.A.	Jorge Gómez	Jorge Gómez	El mismo	Managua	31	40
39	Ferretería Monteverde	Rosalpina Cabrales	Rosalpina Cabrales	La misma	Managua	60	26
40	Ferretera Industrial Saira	Saira	Saira	La misma	Managua	37	37
40	Ferretería Alejandro Soza	Alejandro Soza	Alejandro Soza	El mismo	Managua	37	37
40	Ferretería FENIX	Randy Mendez	Randy Mendez	El mismo	Managua	33	39
40	Ferretería La Gota	Andrés Calderón	Andrés Calderón	El mismo	Managua	37	37
40	Ferretería Martinez Express	Rogelio Martinez	Rogelio Martinez	El mismo	Managua	37	37
40	Ferretería Mendoza	Rodolfo Mendoza	Rodolfo Mendoza	El mismo	Managua	33	39
40	Ferretería Roberto Morales cuadra	Roberto Morales Cuadra	Roberto Morales Cuadra	El mismo	Managua	37	37
40	Ferretería Rojas	Belkis Gutierrez	Belkis Gutierrez	La misma	Managua	37	37
40	Ferretería Montzerrat	Roger Delgado	Roger Delgado	El mismo	Chinandega	37	37
41	Comer Richardson Bunge. S.A	Frank Richardson	Frank Richardson	El mismo	Managua	33	39
41	Ferretería El Padre	Hector Balladares	Hector Balladares	El mismo	Managua	33	39
41	Ferre y multiser Don Alex	Alex Zuniga	Alex Zuniga	El mismo	Managua	33	39
41	Ferretería Santa Cruz	Julio Cesar Cruz	Julio Cesar Cruz	El mismo	Carazo	33	39
42	Ferretería La Grapa	Horacio Balladares	Horacio Balladares	El mismo	Managua	30	41
42	Ferretería Rojas	Nury Bonilla	Nury Bonilla	La misma	Managua	30	41
42	Ferretería Herrera	Hermez Herrera	Hermez Herrera	El mismo	Esteli	30	41
43	Adrika comercial S.A	Julia Vargas	Julia Vargas	La misma	Managua	33	39
43	Ferretería El Peregrino	María Mejía	María Mejía	La misma	Managua	33	39
43	Ferretería Mirna Perez	Mirna Perez	Mirna Perez	La misma	Managua	33	39
43	Import. Saravia Espinoza	Saravia Espinoza	Saravia Espinoza	La misma	Managua	33	39
43	Rypsa	Margina Solís	Margina Solís	La misma	Managua	33	39
43	Ferretería Las Gemelas	Jorge Lopez	Jorge Lopez	El mismo	Granada	33	39
44	Ferretería David Pastora	David Pastora	David Pastora	El mismo	Managua	23	42

	Número de empleados	RK Empleados	Promedio de clientes atendidos por día	RK Clientes	Año de fundación	RK Antigüedad	Número de sucursales	RK sucursales
	6	25	56	20	2000	13	1	8
	3	28	50	23	2006	19	1	8
	6	25	56	20	2000	13	1	8
	3	28	50	23	2006	19	1	8
	6	25	56	20	2000	13	1	8
	6	25	50	23	2009	22	1	8
	6	25	50	23	2009	22	1	8
	6	25	50	23	2009	22	1	8
	6	25	50	23	2009	22	1	8
	6	25	50	23	2009	22	1	8
	3	28	50	23	2011	23	1	8
	6	25	46	26	2005	18	1	8
	3	28	50	23	2011	23	1	8
	3	28	50	23	2011	23	1	8
	3	28	50	23	2011	23	1	8
	7	24	50	23	2003	16	1	8
	7	24	50	23	2003	16	1	8
	7	24	50	23	2003	16	1	8
	7	24	50	23	2003	16	1	8
	8	23	20	31	2012	24	1	8
	7	24	50	23	2008	21	1	8
	7	24	50	23	2008	21	1	8
	4	27	60	18	2008	21	1	8
	7	24	50	23	2008	21	1	8
	7	24	50	23	2008	21	1	8
	4	27	60	18	2008	21	1	8
	7	24	50	23	2008	21	1	8
	7	24	50	23	2008	21	1	8
	7	24	50	23	2008	21	1	8
	4	27	60	18	2012	24	1	8
	4	27	60	18	2012	24	1	8
	4	27	60	18	2012	24	1	8
	4	27	60	18	2012	24	1	8
	6	25	40	28	2002	15	1	8
	6	25	40	28	2002	15	1	8
	6	25	40	28	2002	15	1	8
	5	26	50	23	2014	25	1	8
	5	26	50	23	2014	25	1	8
	5	26	50	23	2014	25	1	8
	5	26	50	23	2014	25	1	8
	5	26	50	23	2014	25	1	8
	5	26	50	23	2014	25	1	8
	4	27	32	30	2007	20	1	8

“¿Cuántos ingredientes debe llevar la “sopa” EN UN BUEN ADHESIVO?”

En un mercado tan competitivo como el de adhesivos para cerámica y porcelanatos, la diferencia la hace quien suma calidad a sus productos en vez de restarle para producir líneas económicas.



La calidad de los adhesivos para cerámicas se ha clasificado de numerosas formas, pero básicamente se puede clasificar por sus características de aplicación y resultados del producto.

Se podrían clasificar 55 características diferentes de un adhesivo necesarias para definir totalmente su rendimiento y su aceptabilidad por parte de quien lo aplique.

Entre estas, probablemente las más importantes son:

Fuerza adhesiva

Retención de agua

Tiempo abierto y tiempo de ajuste

Propiedades hidrófugas

Resistencia térmica

Resistencia a congelación / descongelación

Resistencia a excesivo desarrollo de deformación

Resistencia a hongos

Flexibilidad (deformabilidad)

Sin embargo, uno de los más importantes factores son su probada fuerza de cohesión y adherencia al sustrato y a la pieza.

La adherencia de un adhesivo para baldosa cerámica se puede medir en deformación de tracción y en tensión de cizalladura. Las dos son importantes para la integridad del acabado. Fuente: www.qualicer.org

Tendencias de mercado

Si damos un vistazo a las nuevas tendencias cerámicas unen atemporalidad y materiales neutros, junto a un cada vez mayor auge de formatos que abarcan desde las más grandes a muy pequeñas dimensiones.

Especial relevancia tendrá la continuidad de reproducciones fidedignas de piedras, mármoles, maderas y cementos, aunque resalta la presencia de metales puros, aceros, terrazo.

Así se desprende del último informe realizado de forma conjunta entre el Observatorio Cerámico del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) y el Observatorio de Tendencias del Hábitat, integrado por el Instituto Tecnológico Metalmecánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines (Aidimme), el Instituto Tecnológico Textil (Aitex) y el propio ITC, de España.

Tonos grises, simulación de piedra natural y más, son lo nuevo en preferencias de colores para decoración de pisos y paredes.

Los pisos y paredes conforman las más largas extensiones en las casas y oficinas, son más que áreas para pintar porque reflejan carácter y personalidad. Sus colores, formas y brillos se notan en cada metro cuadrado, permitiendo ser vistos, admirados e incluso criticados, por eso es importante tomar una sabia decisión a la hora de renovarlos, para permitirles ser protagonistas de la decoración y el diseño. Siempre es vital la ayuda de asesores en el punto de venta.

Los consumidores finales, en su gran mayoría eligen cerámicas y porcelanatos para lograr que sus ambientes tengan estilos originales; denotando en los espacios calidez y comodidad.

Mapei trasciende en tecnología para la **CONSTRUCCIÓN**

Por Mapei

En el mercado de adhesivos para cerámica, selladores y silicones gana quien desarrolle mayores tecnologías eficientes y en eso Mapei mantiene una apuesta fuerte.

En el mercado de adhesivos y silicones, Mapei tiene en el mercado a Mapeflex PU 40 (Sellador 100% Poliuretano), Mapeflex MS Crystal (Sellador híbrido Acrílico y Silicon, 100% cristalino y transparente) y Mapesil Z Plus (Silicón acético anti hongos para la humedad), como parte de sus estrellas.

Y en el área de construcción el desarrollo de aditivos para el concreto con nueva tecnología han permitido mayores beneficios a un menor costo a nuestros clientes del sector ready mix (Premezclado). Contamos con una línea completa y novedosa de sistemas impermeabilizantes.

Fabricantes

Otro de los productos es el Idrosilex Polvere es un aditivo en polvo impermeabilizante diseñado para elaborar repellos impermeables, impermeabilizar pega de bloques y sisas impermeables.

En Mapei aseguran que son expertos en fabricación de productos para la pega de cerámica, porcelanato y grandes formatos. Los productos claves para estas categorías son: Pegazim Porcelánico, Ker 111, Ultraflex 1 y Ultraflex LFT. Sobre los competidores del mercado, como el caso de Sika, dicen que su fortaleza radica en ser una multinacional con más de 80 años en el mercado mundial. Son capaces de producir y comercializar toda la línea de productos para la construcción, desde la fundación hasta los acabados.

Para que los ferreteros se capaciten cuentan con un plan completo que



incluye: -talleres de aplicación en vivo con nuestra unidad móvil (Mapei Tour) totalmente equipada, además de visitas periódicas a las ferreterías para capacitar a sus vendedores de calle y de mostrador (capacitaciones 100% prácticas)

-Material escrito de manera simple y sencilla para la fácil comprensión del personal de las ferreterías

-Mucha información técnica en la página web, así como en Facebook.

Mapei de Costa Rica • Tel.: (506) 2237-3689



PEGAZIM PORCELÁNICO

¡ADHIERE CON TODO!



www.mapeicostarica.com
j.sayago@mapei.com
Tel: +506 2237-3689



MAPEI®

ADHESIVOS • SELLADORES • PRODUCTOS QUÍMICOS PARA LA CONSTRUCCIÓN

Trío que aumenta la calidad de sus INSTALACIONES DE PISO

Por INTACO

En INTACO aumentaron el nivel de la tecnología en los procesos de instalación de pisos cerámicos y porcelanatos, con el lanzamiento de 3 productos de alto desempeño

Se trata del Maximix® Topping 110: un mortero de fácil codaleado para nivelaciones de pisos de 5 mm a 50 mm que serán revestidos, Bondex Ultraflex®: un mortero adhesivo de alto desempeño, flexible y deformable para revestimientos minerales y porcelánicos, y el Groutex® Acrílico: un relleno acrílico para juntas de 1,5 mm a 13 mm listo para usar. Son 3 productos que se incorporan a la familia de la empresa y que complementa el portafolio de soluciones en adhesivos, nivelantes y fraguas.

Natalia Torres, Jefe de Mercadeo de INTACO, indica que desde Noviembre anterior, ya la compañía cuenta con estos productos que vienen a ser una solución para las nuevas tendencias del mercado, sobre todo en el caso de la pega de porcelanatos y piezas delgadas de gran formato.

Alta resistencia

En este caso, el Maximix® Topping 110 es un nivelante ideal para un uso residencial o comercial, con una resistencia a la compresión de 110 Kg/cm². “Es ideal para una casa de habitación o una tienda de un centro comercial”, dice Torres, al tiempo que asegura que “el Bondex Ultraflex® es especial para piezas delgadas y en grandes formatos, en vertical u horizontal y que están en tendencia en estos momentos”.

Para estas piezas tan grandes y de tratamiento delicado, se requieren algunas herramientas especiales para su instalación y de hecho, la empresa ya está incorporando en el mercado, como un nuevo sistema de anclaje para su colocación.

“En Costa Rica no existe ningún mortero con las características del Bondex Ultraflex® que permita realizar este tipo de instalaciones y que asegure que estas piezas queden bien colocadas, porque es un mortero diseñado específicamente para esto”.

El Groutex® Acrílico que es la fragua y que precisamente no es cementicia. Es un producto que viene listo para ser usado, premezclado en un envase. “Por el tipo de recipiente en el que viene, si sobra producto, éste se puede almacenar incluso hasta por un año. Además, en caso de reparaciones posteriores que haya que quitar alguna pieza y volver a colocarla luego, el producto garantiza que no cambia su tonalidad, como podría suceder en fraguas cementicias”.

Groutex® Acrílico viene en los 10 colores más vendidos y buscados en el mercado, y pronto se estará ampliando a una gama más grande. Otra de las grandes ventajas es que es antimanchas, con una alta resistencia a la penetración de líquidos, pues no es absorbente.

INTACO

Tel.: (506) 2211-1717





INTACO | El que sabe de morteros

INNOVANDO LOS SISTEMAS DE INSTALACIÓN DE PISOS



Mortero cementicio con tecnología easy screed (fácil codaleado), especialmente formulado para nivelar pisos de concreto que serán revestidos, en espesores de 5 mm a 50 mm.



Mortero adhesivo de alto desempeño, con tixotropía moderada. Ofrece una excepcional adherencia, gran deformabilidad y excelente trabajabilidad, en instalaciones de capa delgada o media. Formulado para pegar revestimientos minerales, porcelánicos y cerámicos de baja absorción en pisos y paredes de concreto, mampostería y porcelanato, residenciales, comerciales e industriales, en interiores y exteriores. Cumple la norma ANSI A 118.15.



Material acrílico con arena y color duradero, listo para usar, formulado para rellenar juntas desde 1,5 mm hasta 13 mm de ancho en azulejo, cerámica, quarry, porcelanato, vitrocerámica, mosaico, terrazo y piedras naturales pulidas, en pisos y paredes residenciales y comerciales en interiores y exteriores.



Para más información consulte la ficha técnica del producto o con su asesor INTACO.

Productos Ferreteros



Mapeflex AC 4. es un sellador acrílico, base agua y monocomponente para juntas en: fachadas, cerámica, mármol. De última generación, por su alta capacidad de dilatación. Es flexible, lijable y pintable.

Distribuye: Mapei • Tel.: (506) 2237-3689



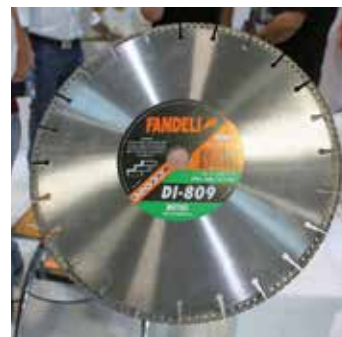
Ultrabond Super Grip.

es un adhesivo acrílico de montaje para interiores de uso general y de alta capacidad de fijación inicial.



Mapesil Z Plus;

Silicón Acético transparente Plus, multiusos para todos los sectores (construcción, naval, automovilístico, industrial, mecánico)



Nuevos discos:

Diamante Pro. Para metal, piedra, acero inoxidable y uso general.

Distribuye: Reposa
Tel.: (506) 2272-4066



Línea Condor de accesorios para pintar. Incluye todo tipo de soluciones para el pintor y contratistas.



Bandeja para pintura doble propósito. Marca Condor.



Cadena recubierta en PVC. Marca Hardex.



Sikaflex® 1a Plus

Código: Blanco: 443772, Gris: 443773. Sellante 100% poliuretano multipropósito, de alta elasticidad. Sella y pega materiales como: concreto, madera, acero, aluminio, vidrio. Sella tanques de agua potable. Sella juntas verticales y horizontales.



Sikasil®- C

Código: 73984. Sellante de silicona para aplicaciones sanitarias y construcción. Cartucho: 300ml. Para sello de juntas entre vidrio, policarbonatos, concreto, muebles. Sella exteriores y zonas húmedas, contiene fungicida.

Distribuye: Ebisa • Tel.: (506) 2292-2424

Distribuye: Sika Costa Rica
Teléfono: (506) 2293-3870



Bondex Ultraflex®:

Mortero adhesivo de alto desempeño, flexible y deformable para revestimientos minerales y porcelánicos

Maximix® Topping 110 ES:

Mortero de fácil codaleado para nivelaciones de pisos de 5 mm a 50 mm que serán revestidos.

Groutex® Acrílico:

Relleno acrílico para juntas de 1,5 mm a 13 mm listo para usar. 10 colores disponibles

Distribuye: INTACO • Tel.: (506) 2211-1717



Caja Convertidora

Digital de Miyako convierte la señal digital –de los canales nacionales- en analógica para los televisores viejos que no tienen el sistema japonés-brasileño.

Distribuye: Audio Accesorios de Costa Rica
Teléfono: (506) 2218-1439



Decomar ofrece una amplia gama de listelos

así como composiciones que van desde piezas de 20 x 30 hasta murales completos de 90 x 80 cm y manejan una colección muy variada en temas. Estos productos son un semigres, que puede ser en pasta roja o blanca, se trabajan en HD y se pueden utilizar en pavimento o muro.

Distribuye: Decomar • Teléfono: (506) 2226-3010

Lista de Anunciantes

Empresa	Contacto	Cargo	Teléfono	email
America Expo Group (Expo Feria Panamá)	Lola García - Ajofrín	Encargada	86 21 6270 0835	lola@america-expo.com
Coflex S.A de C.V	Gil Coto Navarro	Representante	2224-2278	servicioclientes@coflex.com.mx
Eagle Electric, S.A	Central de Ventas		2261-1515	info@eaglecentroamericana.com
Fluidmaster	Eduardo Madriz	Representante de ventas para Centroamerica	(502) 3021-2957	eduardo@temreps.com
Intaco Internacional H Ltda	Natalia Torres	Jefe de Mercadeo	2211-1717	natalia.torres@intaco.com
Mapei Construction Chemical Panamá	Juan Carlos Sayago	Gerente Comercial Mayoreo y Ferretería	6055-1351	j.sayago@mapei.com

¡Familia de **FERRETEROS!**

Ferretería Jiménez abarca un área de 3.600 m²; está ubicada en un terreno propio y compran productos y materiales de contado desde hace 11 años...
¿cómo consiguieron esto?

La familia Jiménez es de esas que, cuando las conoces, dejan una huella. Son personas amables, serviciales, agradables, muy amigables; pero sobre todo, muy creyentes en Dios, y ese es quizás el secreto de su éxito.

Johnny Jiménez, Gerente de Ferretería Jiménez, asegura que Dios es la guía de su negocio y quien les ha ayudado a crecer y mantenerse vigentes por más de 40 años. “La vida es lo que Dios nos quiere dar y necesitamos sabiduría para saberlo llevar”.

Eso sí, “a Dios rogando, y con el mazo dando”, es decir, para ellos el trabajo fuerte es tan importante, como la guía de Dios, pues están conscientes de la gran cantidad de ferreterías que hay en Costa Rica.

Esta familia afirma ser muy bendecida, pues todo lo que tienen ha salido de la ferretería; que de hecho siempre ha sido una, y no piensan abrir más sucursales, porque prefieren dedicarle todo su empeño a la que tienen.

Sus orígenes

El fundador de Ferretería Jiménez hace 42 años fue Edgar Jiménez, padre de Johnny, quien tiene casi 60 años de ser ferretero –desde los ocho se dedica a esto- y después de haber trabajado en varias ferreterías y como agente vendedor de productos ferreteros, decidió emprender con algo propio.

“Hubo un gerente que me ayudó a poner un negocio chiquitito. Empecé

y más o menos al año ya entró Margarita –su esposa- a la ferretería y crecimos”, recuerda.

Y es que ella estudió contabilidad para ayudarlo a su esposo con el negocio. Margarita Masís recuerda que con sus hijos pequeños, corriendo por todo lado, aún así se metió de lleno en la ferretería. “Marga no me ha ayudado a mí, ella es como si fuera un brazo mío, ¡en todo!”, asegura don Edgar.

En un inicio, alquilaban un local muy pequeño y ofrecían solamente productos ferreteros. “Empezamos a “puro huevo”, como dicen”, recuerda don Edgar.

Y es que al principio, según sus fundadores, fue muy difícil. Ellos tenían que ir a San José con listas de productos a comprar en otros lugares para no quedarles mal a sus clientes.

De sus tres hijos, Johnny fue quien decidió seguir los pasos de sus padres; estudió administración de empresas con énfasis en recursos humanos



Pulseadores y amistosos, esas son dos de las características de esta familia de ferreteros, que ya tiene más de 40 años en el mercado de Oreamuno de Cartago.

¡Los números de Jiménez!

- Año de fundación: 1977
- Número de empleados: 19
- Superficie: 3.600 m²
- Promedio de clientes atendidos por día: entre 300 y 350, aprox.

y se dedicó al negocio familiar. “Mis hermanos –Erick, quien es abogado y Edgar, neurocirujano- no se interesaron por el negocio”, comenta.

Desde muy pequeño, Johnny recuerda ver el esfuerzo que hacían sus padres para sacar adelante el negocio y a muy corta edad se enamoró de la ferretería. “Como desde los 13 años, nos ayudaba en el negocio y estudiaba”, recuerda su madre.

Y es que este ferretero, amante de los carros, es un apasionado de su trabajo, que es feliz desempeñándose en varias áreas de la tienda; de hecho, casi nunca está en su oficina porque le encanta atender a los clientes. “También me encargo de la parte administrativa, de los pagos, y mi esposa –Denisse Castillo- me ayuda en todo; ella siempre está a mi lado”.

Secretos detrás del éxito

¿Cómo hacer para mantenerse en el mercado durante 42 años? Johnny afirma que es gracias al trabajo constante y la visión de saber tratar al cliente, porque a veces no es ser el más barato, sino que la forma de atender a los clientes, hace que ellos regresen. “Tratarlos personalmente, hacerles un descuento y decirles: le voy a dar el material puesto”, asegura.

Para conseguir que los clientes se vayan contentos, según Johnny, procuran hacerse amigos de ellos. “Pensamos siempre en hacer amistad. Para nosotros es lo mismo el que viene a comprar unos clavos, que el que compra de todo para construir una casa, lo vemos igual”.

Pero la razón fundamental, según el gerente, es poner a Dios de primero en todo. “De ahí en adelante, que le dé la fuerza a uno para el trabajo, la honradez, buena voluntad y alegría”.

Quizás otra de las razones más fuertes es la personalidad de sus dueños, ya que todos son amistosos, “buena gente” y eso los ha distinguido a lo largo de los años.

Otro punto trascendental es conocer lo que se está vendiendo, porque así se puede hablar del producto, explicarle al cliente por qué uno es más caro que otro, qué especificaciones tiene y recomendarle mejor.

¡Todo al contado!

Desde hace 11 años, estos ferreteros consiguieron trabajar solamente al contado. Compran de esa manera y venden en un 90% al contado. Si tienen algunos créditos, pero se los brindan a muy pocos clientes, que son amigos y de confianza. A las constructoras, por ejemplo, no les ofrecen ese beneficio.

Sin embargo, sí tienen constructoras con las que trabajan y que les pagan por transferencia electrónica a cambio de buenos descuentos.

“Como nosotros compramos al contado y en volumen, el descuento que nos hacen es un “As” bajo la manga que nos permite negociar; porque ahora cuesta mucho con las grandes cadenas de ferreterías, que están muy cerca de aquí, ya que si uno no tiene herramientas para competir, está feo”, asegura Johnny.

Esto lo aprendieron por malas experiencias en las que se les daba crédito a personas que creían buenas, y que al final no les pagaban.

Proveedores y aliados

Las buenas relaciones personales no se dan solo con los clientes, pues también procuran hacer amistad con los proveedores. Obviamente, esto les beneficia porque cuando necesitan un material con urgencia, ellos les ayudan más eficientemente.

Y si de comprar a buenos precios se trata, Johnny asegura que les gusta mucho asistir a las ferias que organizan los proveedores, pues ahí logran



hacer muy buenas negociaciones con ellos. “Eso sí, nosotros vamos rápido. Vamos una hora, hora y media, vemos lo que necesitamos y nos vamos”.

El mostrador como estrategia

El gerente de Ferretería Jiménez asegura que nunca ha querido utilizar el autoservicio en la ferretería porque en su opinión es cortar la relación con el cliente.

“Para mí, la competencia hoy por hoy, es en el trato. Lógicamente, tengo que tener buenos precios, porque si estoy demasiado caro en comparación con otros, nadie me va a comprar por mi bonita cara o mi buen trato. Pero sí creo que el trato tiene que ser personalizado y directo”, afirma.

También considera que los clientes deben sentir que sinceramente se les quiere servir, y por eso buscan crear un vínculo de amistad y confianza con ellos.

El buen servicio, la sinceridad de los vendedores, la calidad en los materiales y el buen trato, hace que los mismos clientes los recomienden y les ayuden a seguir creciendo.

¿Y la competencia?

“Yo siempre les he dicho a ellos, que yo no creo en la competencia. La competencia es uno mismo... con nuestro servicio, nuestro trato, los productos que vendemos. Sí le digo que hay muchas ferreterías, pero yo siempre he dicho que para todos da Dios”, comenta.

De hecho, tienen muy buenas relaciones con varios competidores que llegan a su ferretería a comprarles producto. “Como obtengo buenos precios, les doy buenos precios a ellos. Tal vez a veces, están atrasados con alguna cuenta y entonces me piden ayuda y yo les vendo el producto, eso sí, de contado”.



José Pablo Venegas, Administrador de Rincón Ferretero, asegura que por día se atienden, en promedio, unas 125 personas, y los sábados –que se trabaja medio día-, se puede atender la misma cantidad de clientes.

¡Un rinconcito MUY EXITOSO!

Rincón Ferretero pasó de tener mil líneas hace menos de 10 años, a contar hoy, con entre 5 mil y 10 mil productos diferentes. ¿Cómo llegaron a esto?

La Uruca, San José.- Ellos iniciaron hace 7 años, en un punto que “ya estaba hecho”. La ferretería anterior al Rincón Ferretero tenía más o menos 20 años de estar en el mercado, y aunque ya venía decaendo, y los clientes necesitaban una ferretería en ese lugar; así que los propietarios de Rincón Ferretero, Laura y Álvaro Castro –hermanos- decidieron adquirirlo y buscar mejorarlo.

Cuando iniciaron tuvieron que reestructurar completamente el negocio, desde el personal, hasta el inventario, porque al tener muy poco producto, los clientes ya estaban acostumbrados a que en esa ferretería “nunca había nada”, y tenían que empezar por cambiarle la imagen al negocio.

“Tener el punto hecho, tenía sus pros y sus contras, porque la gente no creía que fuera algo nuevo. La ferretería anterior estaba un campito muy pequeño y a la gente no le gustaba porque decían que parecía un búnker; entonces decidimos hacerla nueva...”, recuerda José Pablo Venegas, Administrador del Rincón Ferretero.

Este ferretero, quien tiene 15 años de experiencia en el mercado, asegura que por los términos en que quedó el negocio, tuvo que reestructurarlo completamente. “Pedí permiso para trabajar y cambiarlo todo, y en 6 meses ya era otra cosa; estábamos vendiendo cinco veces más que cuando empezamos”, asegura.

¡“Chiquitos” pero matones!

Se ve pequeño, pero el Rincón Ferretero es más grande de lo que parece, pues tiene una bodega a 400 metros del local principal, por lo que ofrece material pesado, estructura en gypsum, en hierro, agregados y otros productos.

Además ofrecen una amplia línea de pinturas. José Pablo recuerda que cuando la introdujo, decidió separarla de la ferretería, sin embargo, los clientes no se sentían felices con esa separación, por lo

que hace más de un año, decidieron pedir permiso al dueño del local para eliminar la pared que separaba ambos locales y unificar la ferretería.

Sus secretos

¿Cómo hacen para atraer tantos clientes? Según José Pablo, de los motivos principales son el servicio y el trato al cliente, porque ellos procuran ser siempre amables y respetuosos, y eso lo agradecen los visitantes.

“Por más llena que esté la ferretería, si tenés tres personas a la par que no saben nada o que irrespetan a los clientes, el negocio no avanza”, expresa.

Además, todos sus empleados tienen un amplio conocimiento del área ferretera y eso les ayuda mucho a brindarles una adecuada asesoría a los clientes. “Todos estamos muy bien capacitados, y si tenemos dudas en algo, buscamos cómo capacitarnos con los proveedores”.

Otro aspecto importante, según José Pablo es que como él le compra bastante a sus proveedores, busca tener siempre buenos precios o comparar entre casas comerciales, y en caso de que alguno le venda el mismo producto a un precio mayor, se lo compra al que lo venda a menor costo, porque para ellos el más importante es el cliente y el hecho de mantenerles buenas condiciones para que se vayan satisfechos.

Destaca que cuentan con un pick-up y una moto para realizar entregas, y que, según Venegas, el tiempo de respuesta de ellos es muy bueno. “Si yo no tengo lo que el cliente necesita, voy y se lo consigo de una vez, y creo que eso a la gente le agrada mucho. Aunque sea algo pequeño, saco la moto y voy y se lo dejo a su casa, porque para mí lo primordial es que ese es un cliente potencial, que en algún momento va a necesitar algo más grande y va a pensar en nosotros, por el servicio que brindamos”.

A pesar de ser “pequeños”, Rincón Ferretero le brinda servicio a constructoras, escuelas, residenciales, hospitales, el INS... “Les damos un buen servicio, y gracias a eso se nos abren las puertas. La gente está muy contenta con nosotros y eso es lo primordial para que un negocio funcione”.



Sus cifras

- Año de fundación: 2011 (con la nueva administración)
- Número de empleados: 8
- Superficie: 80 m2
- Promedio de clientes atendidos por día: 125, aprox.

El que sabe ...exige



Conoce las **NUEVAS** **COLADERAS**



Visita www.coflex.com.mx para
revisar otros modelos y materiales

Gil Coto Navarro Representaciones, S.A.

T (506) 2224 2278 / (506) 2225 8403

F (506) 2224 6703

info@gilcot.com / mundoherra@amnet.co.cr

distribuidor@coflex.com.mx / www.coflex.com.mx



/CoflexInnovacion



@CoflexInnova

Apuesta en especialización de **HERRAMIENTA ELÉCTRICA**

¿Cómo un negocio que cambió su ubicación tradicional, puede diferenciarse en un mercado como el de San José de Costa Rica, en el que juegan factores como el flujo vehicular, escasez de parqueos, multas y la competencia?

El nombre de “Ferreterías el Mar” tiene 60 años de existir y durante ese tiempo, se han vendido varias franquicias en el país. No obstante, actualmente, hay solo tres, dos de ellas propiedad de Mario y Tomás Suárez desde el 2015. Asimismo, los hermanos Suárez son propietarios de Agrocom –Agrocomercial de Grecia-, empresa importadora de herramienta agrícola, de marcas como Oleo-Mac, Osaka y Efco, entre otras, desde hace 30 años. Las ferreterías están ubicadas en Grecia y San José, pero esta última tiene una particularidad que la hace diferente a otros negocios.

¡Cambios!

Ferreterías el Mar de San José, estuvo ubicada toda una vida en Avenida 3, muy en el centro de la capital, durante muchos años y con esta nueva

administración estuvo siete años y desde hace cinco meses se trasladó a Avenida 10. La decisión la tomaron por los costos operativos. “El punto de allá era bueno, pero teníamos varios problemas: estábamos en medio de dos ferreterías, pero a pesar de eso, nuestra clientela era fiel. Y teníamos un problema de alquiler –excesivamente alto-, entonces a nivel operativo, era mejor trasladarse para tener más solvencia”.

Sin embargo, los clientes han resentido un poco el cambio; y eso lo han visto en la cantidad de visitas, que ha pasado de 200 a 50 diarias en promedio.

Ante este panorama, Alejandro Sandí, Administrador de la ferretería, afirma que en cuestión de 5 ó 6 meses más, podrían recuperarse y volver a ser un punto de referencia importante en el sector, gracias a las estrategias que están implementando.

“Realizamos telemarketing; buscamos clientes, llamamos, nos ponemos en contacto con constructoras... Usamos mucho Facebook; con anuncios, promociones, los atraemos a nuestro fan page; estamos en varias páginas que venden herramienta eléctrica y ahí promocionamos nuestros artículos. También utilizamos WhatsApp; de hecho vamos a hacer un lanzamiento en Facebook con anuncios, para hacerle ruido a esa aplicación”, afirma.

¡Más estrategias!

De acuerdo con el administrador, ellos se especializan en herramientas, tanto eléctricas como agrícolas y por eso ofrecen a sus clientes buenos precios y respaldo, además de taller de servicio. El plus de esta tienda es que manejan prácticamente todas las marcas y líneas de herramientas.

Su estrategia principal para aumentar las ventas es la variedad que ofrecen. “Creemos que el cliente final necesita un lugar de confianza, que tenga variedad y que ahí mismo pueda reparar



Sus cifras

- Número de empleados: 100
- Superficie: 800 m2 (San José) y 3000 m2 (Grecia)
- Promedio de clientes atendidos por día: 500, aproximadamente entre los 2 negocios.

el equipo. No estoy diciendo marcas, el cliente puede traer la que guste (...). Le apostamos a esto para que el público sienta que tiene un respaldo, que no es solo comprar la herramienta, sino que le damos todo el soporte logístico desde que lo compra; su mantenimiento, sus repuestos, todo lo puede encontrar aquí mismo”, expresa.

Además, Alejandro asegura que el punto fuerte de Ferreterías el Mar es el servicio que ofrecen. “Hacemos que el cliente se sienta en su casa. Nos gusta que sepan que aquí hay gente que conoce, que no vende productos por venderlos, sino porque el cliente los necesita y por eso se le vende lo mejor, según sus necesidades y poder adquisitivo. Creo que el trato que le damos a la gente, es lo que hace que vuelvan”.

Además, actualmente se encuentran trabajando en una tienda virtual para que los clientes puedan realizar compras en línea.

¿Cómo hacen con el parqueo?

Al estar ubicados en una avenida de alto tránsito, donde los clientes no se pueden estacionar al frente, es necesario pensar en un convenio con algún parqueo. “Estoy trabajando con una gente que está muy cerca; ellos tienen un parqueo; o con otros que están a 100 metros. Es un tema muy importante, por el lugar en el que estamos”. Tienen varias historias de multas, por eso después de aprender de esos errores, procuran no exponerse. “Ahora cuando viene un cliente en moto le decimos que la estacione aquí –dentro del negocio-. Es un tema que en menos de 15 días lo tenemos resuelto”, finaliza.

De acuerdo con Alejandro Sandí, Administrador de Ferreterías el Mar de San José, el 75% de sus ventas es herramienta eléctrica.



SÍGANOS EN
nuestra página
Revista TYT





¡La ferretería DEL PUEBLO!

Hace años, cuando Rolando Argüello inició con un negocio ferretero, no tuvo una buena experiencia, pero sí aprendió mucho de lo que vivió. Gracias a eso, hoy ya son dos ferreterías ubicadas en San Pedro de Montes de Oca, Costa Rica.

Aprender de las experiencias pasadas es la premisa de este ferretero, que tuvo una ferretería en San Sebastián, durante 8 años, y tuvo que venderla por problemas económicos.

Rolando Argüello, Administrador de Ferretería Monterrey recuerda que en aquellos años, cuando adquirió esa ferretería en San Sebastián, él era muy joven e inexperto y que empezó con mucha ilusión, sin preocuparse por los detalles... “La ferretería tuvo su auge, pero por la inexperiencia, empezamos a darle crédito a las constructoras y ahí se vino la debacle; ¡nos amarraron el perro!”

Después de que ya la había vendido, su hermano, Rafael Ángel Argüello –quien tenía una siembra de madera en Bajos del Toro- pensó en venderlas en un local que quedó desocupado en Vargas Araya, en conjunto con su hijo, Jorge Arturo.

Ambos le ofrecieron a Rolando una sociedad y le plantearon la posibilidad de abrir una ferretería, aprovechando la experiencia que ya tenía.

Empezaron con algo pequeño y decidieron no invertir mucho en infraestructura al principio, porque querían probar y ver cómo les iba.

“Como ya tenía experiencia, la idea era esa, no arriesgar mucho, tantear un poco el terreno y ver qué pasaba”.

Rolando asegura que a pesar de su experiencia, los públicos meta de San Sebastián y Vargas Araya son muy distintos y hay diferencias significativas entre ellos, por eso había que medirlos primero. “Los mismos clientes fueron marcando la pauta de qué era lo que más se movía en la zona, y así fuimos poco a poco introduciendo productos nuevos”.

De hecho, gracias al aprendizaje que tuvo Rolando en la otra ferretería, actualmente no le venden a crédito a nadie; se vende al contado y se compra de la misma manera. “Eso nos ayuda porque generalmente nos dan descuentos adicionales”.

¡Sus tácticas!

Ferretería Monterrey está ubicada en un barrio en donde el fuerte es la línea ferretera. “Aquí prácticamente no hay industria, entonces obviamente el negocio está orientado hacia el mantenimiento. Tenemos pocos materiales de construcción, porque no es nuestro caballo de batalla”, expresa.

Con respecto al tema de servicio al cliente, Argüello asegura que él procura que sea excelente. “Aquí hay un ambiente tranquilo de trabajo, la gente trabaja relajada y siempre se les paga puntualmente. No soy un patrón majadero, pero velo porque los clientes sean bien atendidos, que los muchachos se comporten respetuosamente, que sean atentos y rápidos”, explica.

Una de sus principales estrategias para aumentar las ventas diariamente, es contar con muy buen surtido a buenos precios, además de realizar promociones con productos que ellos saben que son apetecidos por los compradores. “Me he dado cuenta que a veces el factor precio pasa a un segundo término, con respecto a que el cliente encontró lo que llegó a buscar, y obviamente que se le trate bien”.

Ferretería Monterrey no cuenta, actualmente, con ninguna estrategia publicitaria, sino que son sus mismos clientes los que se encargan de hacerles publicidad “de boca en boca” y atraer nuevos compradores.

No obstante, se encuentran trabajando en aumentar los seguidores y publicitarse a través de la página de Facebook de la ferretería, que es muy reciente. “Necesito una persona que se dedique a eso. Este es un proyecto que tenemos”.

Otro local

Además de la ferretería de Vargas Araya, estos emprendedores compraron otro negocio de este tipo en Lourdes de Montes de Oca hace poco más de dos años. “Ya existía ahí, pero el que la tenía se dedicó a otras cosas y nosotros lo adquirimos”.

Decidieron comprarlo porque Ferretería Monterrey no puede crecer más físicamente, por el espacio en el que se ubican.

En Lourdes, están en un local de 100 m2, tienen dos empleados y atienden cerca de 60 clientes diariamente. Al igual que la de Vargas Araya, es una ferretería orientada al mantenimiento de las casas vecinas.

Rolando Argüello, Administrador de Ferretería Monterrey, asegura que la mayoría de sus ventas no son tan voluminosas, sino que son “ventas hormiga”, es decir, pequeñas y constantes durante todo el día.



¡Monterrey en números!

- Año de fundación: 2001
- Número de empleados: 7
- Superficie: 200 m2
- Promedio de clientes atendidos por día: 150, aproximadamente

“David contra GOLIAT”

Tienen 7 años en el mercado y están casi a la par de su competencia –que tiene 30 años de existir-. ¿Qué han hecho para ganar participación de mercado?

Esparza, Costa Rica.- Edgar Brenes, el administrador de Materiales Ferresparza, es nacido en Limón, pero se fue a vivir a Esparza a los 19 años. “Trabajé 5 años para El Lagar, me despidieron cuando tenía 25 y gracias a Dios, casi saliendo de ahí, estaban abriendo este negocio y me dieron la oportunidad”.

Este ferretero recuerda que comenzó recibiendo mercadería y a los seis meses, el dueño de Materiales Ferresparza, Eduardo Benavides, le dio la oportunidad de encargarse de la administración.

Edgar es la persona responsable de la ferretería y como tal, tiene a todos los empleados a su cargo. Afirma que lo principal, cuando llega al trabajo, es hablar con ellos; preguntarles qué pasó en el día anterior, qué tienen pendiente, qué situaciones complicadas tienen con el equipo de trabajo –los que tienen personal a cargo- y entonces cada uno le comenta sus situaciones e inquietudes.

“Esto porque lo más importante aquí, aparte del negocio, es que el personal esté bien. Si el personal está bien, nos va a dar el resultado del día. Entonces, hablamos un poquito para ver cómo lo manejamos”, afirma.

Cada día, se centra también en ver que la ferretería esté ordenada, que tenga un buen inventario, revisa los productos, lo que se vende y mide a la competencia, ya que en la zona es muy fuerte y cercana.

“Somos los más nuevos acá, este es nuestro octavo año –viviéndolo-, si no me equivoco, El Lagar tiene como 15 años y La Pesa –el negocio que está al frente y con el que compiten de tú a tú- puede rondar los 30 años en el mercado”, expresa.

A pesar de ello, una de las razones por las que son fuertes en la zona, es porque pertenecen, desde hace 4 años, al Consorcio Ferretero Ferremax en el que participan unas ocho empresas y se realiza una sola compra para todas, por lo tanto, ellos logran comprar en volumen y a buenos precios.

Historia

Anteriormente, hubo una ferretería llamada Materiales El Esparzano, que quebró a los cuatro años de abierta. Eduardo Benavides, Propietario de Ferresparza era conocido de los dueños de ese negocio.

Cuando cerraron, él se dio cuenta que el mercado de Esparza estaba muy solo, por lo que decidió “partir un poco más el pastel” y abrió su ferretería. “La intención era crear un negocio en el que haya un poquito de competencia para el pueblo y que los clientes tuvieran la posibilidad de cotizar en otros negocios”, comenta.

Según Edgar, han sido ocho años fuertes, de mucho aprendizaje. Sin embargo, tienen la ventaja de que sus empleados –sobre todo quienes tienen personal a cargo- son gente de mucha experiencia y eso ha hecho que juntos saquen adelante la empresa. “Hemos formado un buen equipo”, asegura.

Actualmente, Benavides le dedica medio día a la ferretería para estar al corriente de la empresa y el resto de su tiempo lo dedica a otros negocios.

Política de precios

Uno de los temas más complicados cuando comenzaron, según Brenes, fue definir los precios, porque debían tomar en cuenta las necesidades del negocio y medir a la competencia, porque la idea siempre ha sido no ser más baratos ni más caros, sino tener precios similares –eso sí, sin que la empresa pierda dinero-, para no tener problemas con la competencia y que no se vea afectada la empresa.

“Nosotros no buscamos encarecer los precios y engordarnos, no. Con base en la competencia que tenemos, creamos precios justos”, expresa.

¿Cómo compiten?

Ellos tienen varios secretos para sobresalir en un mercado con competidores tan fuertes y cercanos –La Pesa y Ferresparza están prácticamente uno al lado del otro-, según Edgar Brenes, son el trabajo en equipo, el ser tangibles con el cliente, no ser “cerrados” y la buena comunicación.

“El mercado es muy abierto y todos los días cambia totalmente, por eso tenemos que ser muy abiertos, porque si nos cerramos mucho a ciertas ideas, posiblemente podríamos crear resentimientos o clientes enojados; porque los compradores quieren medirlo a uno todos los días: su accionar, su facilidad, su forma de trabajar”, afirma.

Entonces, para evitar problemas con los clientes, buscan dialogar con ellos y explicarles, por ejemplo, que la cerámica la venden por caja; pero si el cliente la necesita por metro “no se cierran” y acceden a venderla así.

“No es solo venderle al cliente un producto que él cree que quiere, sino venderle necesidades, también. Asesorarlos”, comenta.

La honestidad es otro de sus pilares. Por ejemplo, a la hora de cotizar, son muy transparentes; a ellos les gusta poner el nombre de la marca y todas las especificaciones del producto.

De acuerdo con Brenes, Materiales Ferresparza busca ser competitivo no solo en precio, sino también en temas de servicio. Por ejemplo, ellos no cobran el transporte, eso sí, lo trabajan “con periféricas” o volúmenes de entrega, donde lo que

¡Intimidades de Ferresparza

- Año de fundación: 2011
- Número de empleados: 46
- Superficie: 5.000 m²
- Promedio de clientes atendidos por día: 150, aproximadamente.



El slogan de Materiales Ferresparza es: “La solución de su hogar, la solución de su construcción”, y se centran en convertirse en una solución y en evitar el “no hay”.

se factura en la mañana, se entrega en la tarde; y lo que se factura en la tarde, se entrega a la mañana siguiente.

“Si se puede y está dentro de nuestra logística, se entrega en la misma tarde, porque es beneficio para el cliente (...). Si la venta es muy importante, sí se hace una sola entrega de una vez”, explica. De igual forma, si el cliente necesita un producto de emergencia, se le envía en moto por un adicional de 200 ó 300 colones.

Un aspecto en el que Edgar considera, que ellos sobresalen de la competencia, es en el trato al cliente. “Somos muy agradecidos con el comprador, muy honestos y muy cuidadosos porque al cliente hay que medirlo. Hay unos que vienen a medirnos a nosotros, y otros vienen contentos a comprarnos, entonces a los dos les damos el mismo trato. Si el cliente viene enojado, vamos a hacer que se vaya contento, porque tratamos de estar siempre muy alegres”.

Además de ser alegres, tratan de estar pendientes de la atención de los clientes; es decir, de no dejar que nadie entre a la ferretería sin que se le atienda como se debe.

Otro aspecto sobresaliente de Ferresparza es la variedad de productos que tienen, pues no solo ofrecen una extensa línea ferretera, de materiales pesados o pinturas, sino que también cuentan con gran variedad de líneas de acabado.

Importadores de cerámica

Una de sus características más destacadas es que ellos son importadores directos de cerámica de Brasil –Angelgres- y España –Unice- desde hace dos años.

Estas líneas son exclusivas de Ferresparza y su idea al importarlas es ofrecerle calidad, buenos precios y un producto diferente a sus clientes.

¡Un equipo contento hace bien su trabajo!

Mantener motivados a los empleados... ¡esa es una de las claves del éxito! “Le hablo mucho a las compañeras, porque son lo primero que el cliente se va a encontrar en la puerta. Ellas son muy carismáticas, desde que llegan en la mañana tienen una buena actitud y eso es lo que queremos nosotros que se encuentre el cliente”.

Positivismo, alegría, eso es parte de lo que Edgar trata de inculcarle a sus empleados para que ellos lo transmitan al cliente.

¿Cómo los motivan? “Con la ayuda de nuestros proveedores, lo que es uniforme, ellos casi no invierten, porque nosotros les ayudamos con eso, no se lo cobramos y el 100% es dado por el proveedor que nos ayuda a patrocinarlo”.

Además, asegura que a veces los proveedores traen algún alimento para ellos, y se comparte entre todos después de las 5 p.m.

Finalmente, se le hace saber a cada empleado que es un eslabón importante dentro de la cadena de la ferretería, y que si uno no funciona, la secuencia no marcha bien.

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

expo
FERRETERA
su herramienta de negocios

NUEVO CENTRO NACIONAL DE CONVENCIONES, COSTA RICA



COSTA RICA
CONVENTION CENTER

9-11 AGOSTO
2019