WWW.FIERROS.COM.CO

# FIERROS

LA COMUNIDAD DE NEGOCIOS PARA EL SECTOR FERRETERO



# PODIO FERRETERO

**DESCUBRE CUÁLES SON LAS MARCAS MEJOR POSICIONADAS EN EL SECTOR FERRETERO COLOMBIANO Y EN LA MENTE DE LOS COMPRADORES. UNA HERRAMIENTA IDEAL PARA MEDIR EL MERCADO E IDENTIFICAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.**

**EDICIÓN 102**

AXIOMA B2B MARKETING

# Cuando el trabajo es urgente, pero requiere del mejor acabado,

# ¡Sí existe la solución perfecta!

## esmalte everFast

Secado 20 minutos

## de secado extra rápido

- Altos Sólidos
- Alto Brillo, Dureza y Tersura
- Alto Cubrimiento
- Para uso en interiores y exteriores




NUEVO

ESCANÉAME

SC-CER 507248

LÍNEA PARA LA INDUSTRIA

TIPO 1

LÍNEA DE SERVICIO AL CLIENTE
Y ASESORÍA TÉCNICA
018000-910050
321-244 9171

PINTURAS every
Pasión por el color

FIERROS
www.fierros.com.co

Edición número 102
Noviembre -
Diciembre 2025
ISSN 2027 - 1581

Edición de la publicación
Calle 73 # 10 - 83,
Torre C Piso 4
Bogotá, Colombia

Content Strategic Lead
Valentina Sanchez
Cel: +57 3223890149
valentina.sanchez@axiomab2b.com

Design and Layout
Juan José Hoyos Niño
juanjhoyosn@gmail.com

Sales leader
Alejandro Upegui
Cel: 57 312 7770444
alejandro.upegui@axiomab2b.com

Sales Representative
Sindy Sánchez
Cel: 57 314 3537318
Sindy.sanchez@axiomab2b.com

Image Bank
Freepik

Prepress & Printing
Quad Graphics Colombia S.A.S.

@fierros.com.co
Fierros.com.co
@fierros.com.co
Fierros

# EL VALOR DE CONOCER EL MERCADO:

En Fierros creemos firmemente que entender al mercado es el primer paso para fortalecerlo. Por eso, nos llena de orgullo presentar la segunda edición del estudio Top of Mind, una radiografía del sector que recoge la voz de más de 1.800 participantes entre ferreteros, usuarios profesionales de materiales de construcción y consumidores no profesionales.

Este estudio, único en su tipo en Colombia, nos permite identificar cuáles son las marcas más recordadas por los ferreteros y cómo se están posicionando en la mente del canal. Pero más allá del ranking, el verdadero valor de este ejercicio está en la información que ofrece: datos que ayudan a comprender mejor el comportamiento del mercado, detectar oportunidades, reconocer avances y definir con mayor claridad hacia dónde pueden ir las estrategias de cada empresa.

Nuestro propósito es que esta herramienta se convierta en una referencia permanente para los jugadores del sector. Sabemos que aparecer o no en el listado no es un juicio de valor: que una marca no esté en el top no significa que no esté haciendo las cosas bien, sino que aún tiene espacios por fortalecer, conexiones por construir y oportunidades por aprovechar.

Invitamos a toda la comunidad ferretera a leer, analizar y adquirir el estudio completo. En él encontrarán una visión detallada del mercado: cómo se comportan las marcas por región, por tipo de usuario y por segmento de negocio. Esta información ofrece luces valiosas para la toma de decisiones estratégicas, especialmente en un entorno donde, si bien la intuición sigue siendo importante, los datos son los que permiten tomar decisiones más certeras y con mejor retorno.

Esperamos que esta edición sea una herramienta útil, inspiradora y práctica para todos los que hacen parte de esta comunidad. Porque en Fierros seguimos comprometidos con brindar información que impulse el crecimiento de un sector que construye país, todos los días.

**REDACCIÓN REVISTA FIERROS**

AXIOMA B2B MARKETING

www.axiomab2b.com

CEO
Mariano Arango L.
mariano.arango@axiomab2b.com

Marketing Director
Diego González
diego.gonzalez@axiomab2b.com

Board of Directors
Marcelino Arango L.

10



**TEMA CENTRAL**
Top of Mind
Fierros 2025

**GESTIÓN:**
Las tendencias que marcarán el negocio ferretero en 2026



22

28



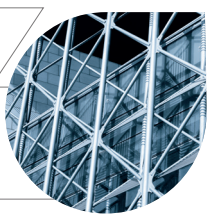
**GESTIÓN**
Cómo aprovechar diciembre para vender más y mejor

**NEGOCIOS**
Lo que no debería faltar en el inventario de una ferretería



32

34



**NEGOCIOS**
Aliados del acero: cómo elegir al proveedor que hará crecer tu ferretería

Hecho en Colombia,
por Colombianos

*Prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta revista sin autorización expresa de los editores.*

La opinión de los columnistas no refleja necesariamente la posición editorial de la revista FIERROS.
Las imágenes que ilustran los temas no corresponden a publicidad, son utilizadas según el archivo fotográfico de revista FIERROS y Axioma B2B Marketing para fines editoriales.




1

## LINCOLN ELECTRIC CELEBRA 130 AÑOS DE INNOVACIÓN Y LIDERAZGO GLOBAL

En 2025, Lincoln Electric conmemora 130 años transformando la industria de la soldadura. Fundada en 1895, la compañía fabricó su primera máquina de soldar en 1909 y, desde entonces, ha sido pionera en avances como el desarrollo de electrodos revestidos; procesos de soldadura por arco eléctrico, particularmente el proceso GMAW con la tecnología Power Wave ®; la automatización y los simuladores de realidad virtual para formación. Su compromiso con la innovación ha impulsado soluciones que mejoran la precisión, la seguridad y la productividad en la industria metalmecánica y el canal ferretero. Reconocida entre las "Empresas Más Éticas del Mundo 2025", Lincoln Electric continúa liderando el futuro con tecnologías avanzadas como la soldadura robótica y sistemas automatizados. Su legado de ingeniería de precisión y desarrollo sostenible sigue fortaleciendo al sector de la construcción y la industria metalmecánica en América Latina, impulsando la productividad y la modernización del canal ferretero.



2

## MUNDIAL DE TORNILLOS ABRE TIENDA EXPRÉS EN BOGOTÁ ATENDIDA POR MUJERES

La cadena Mundial de Tornillos inauguró en Bogotá una tienda exprés de 400 m², la número 18 en el país, consolidando su expansión nacional. Lo más destacado de esta apertura es que será atendida exclusivamente por mujeres, una apuesta innovadora que busca impulsar el empoderamiento femenino en un sector tradicionalmente masculino.

Con esta iniciativa, la compañía promueve la igualdad de oportunidades laborales y demuestra que las mujeres pueden desempeñar con éxito roles técnicos y de atención en el comercio ferretero. El nuevo formato exprés ofrece una experiencia de compra ágil y moderna, con un portafolio ajustado a las necesidades del cliente urbano.





# ASÍ SE CONSOLIDÓ UNIFER COMO UNA MARCA LÍDER DEL CANAL FERRETERO EN COLOMBIA

UNIFER fue fundada en diciembre de 2017 para cubrir una necesidad del mercado ferretero colombiano: ofrecer productos con buen equilibrio entre calidad, precio y disponibilidad. En pocos años, pasó de cinco referencias a tener presencia nacional y proyección internacional, guiada por la visión de su CEO, Óscar García, y un modelo enfocado en eficiencia, conocimiento técnico y respeto por el canal.

Cuando surgió UNIFER, el sector ferretero nacional presentaba un vacío entre las marcas de alto costo y las de baja calidad. La empresa definió su posicionamiento como una opción intermedia, con precios accesibles y abastecimiento continuo. El objetivo era ofrecer al distribuidor y al mayorista una marca confiable, con inventario disponible y cumplimiento.

Los primeros cinco productos entre ellos, desagües flexibles con canastilla y llaves metálicas para mesón marcaron el inicio de una estrategia centrada en la rotación y la gestión comercial. Con enfoque técnico y logística ajustada, UNIFER comenzó a estar presente en varias ciudades del país.

## La visión detrás de la marca

El desarrollo de UNIFER está ligado a la trayectoria de Óscar, administrador de empresas de la Universidad de Medellín. Su experiencia en Unitec, la empresa familiar dedicada a la importación y distribución, le permitió conocer las dinámicas del comercio, las finanzas y el abastecimiento.

Tras diez años de aprendizaje, decidió iniciar un proyecto enfocado en el sector ferretero. “Quería aplicar una visión distinta de negocio, con procesos más ágiles y una oferta alineada con el mercado”, explica. En los primeros meses, asumió todas las funciones: ventas, facturación y despacho. Esa etapa fortaleció la cultura de cumplimiento y control que hoy caracteriza a la compañía.

## Estructura comercial y expansión operativa

La compañía inició operaciones en Medellín, Bogotá y Barranquilla. Hoy cuenta con 28 asesores comerciales en todo el país, un centro de distribución de 7.500 m² y cobertura nacional. La compañía ha mantenido un ritmode crecimiento constante, apoyado en una logística que permite entregas entre tres y cinco días hábiles, según el destino.

"Cada expansión implicó reorganizar procesos para mantener la eficiencia", afirma García. La empresa pasó de una bodega de 200 m² a su infraestructura actual, mejorando el manejo del inventario y la respuesta operativa. Esta evolución permitió ampliar el portafolio con líneas de grifería, pinturas en aerosol, 'switchería' e iluminación, además de referencias para la obra blanca.

## Gestión de producto y enfoque analítico

El crecimiento del catálogo responde a un proceso de evaluación. Antes de incorporar un nuevo producto, la empresa analiza rotación, costos, competencia y precios. Este enfoque busca asegurar que cada adición aporte valor al canal. "De veinte productos que desarrollamos, cinco pueden no funcionar, pero los demás se integran al portafolio", señala Óscar.

Este análisis constante ha permitido mantener un portafolio coherente, con referencias de alta rotación y buena acogida. Para UNIFER, la innovación no está en la cantidad de lanzamientos, sino en ofrecer soluciones viables.

## Respeto por el canal: el eje del modelo UNIFER

Desde su inicio, UNIFER adoptó una política comercial clara: vender solo a importadores, mayoristas y distribuidores principales. La empresa evita competir con ferreterías medianas o pequeñas, protegiendo los márgenes de sus aliados. Este principio, junto con precios estables y disponibilidad, ha fortalecido la relación con el canal.

"Nos enfocamos en relaciones duraderas. Crecer con el cliente es más importante que venderle a todos", afirma Óscar. Esta visión ha permitido construir un modelo sostenible en el sector ferretero colombiano.

## Proyección regional y crecimiento

Con operaciones en Colombia, UNIFER comenzó hace dos años su expansión internacional con presencia en México, donde replicó su modelo con buenos resultados. La meta a mediano plazo es estar entre las 10 y 15 marcas más reconocidas del mercado mexicano. En una segunda etapa, la empresa planea entrar a Perú, Venezuela y Brasil, priorizando la consolidación.

"No se trata de llegar rápido, sino de llegar preparados", enfatiza Óscar. Esta estrategia responde a un enfoque técnico, basado en análisis de mercado, logística y finanzas.

## Un modelo basado en el crecimiento conjunto

La filosofía de UNIFER parte de una idea: el crecimiento del cliente es también el de la empresa. Su modelo promueve relaciones de beneficio mutuo, donde la eficiencia y la transparencia son tan relevantes como el volumen.

"Si nuestros clientes crecen, nosotros también crecemos", concluye Óscar. Con menos de una década en el mercado, UNIFER se ha posicionado como una marca con presencia regional, estructura sólida y reputación de cumplimiento. Su historia refleja cómo la planeación, la experiencia y el respeto por el canal pueden construir liderazgo en un sector competitivo. FR

**ÓSCAR GARCÍA**

CEO





## EXPOLOGÍSTICA AFIANZA SU ROL

# EN LA INDUSTRIA FERRETERA CON MÁS DE 2.600 ASISTENTES

La edición 2025 de Expologística cerró con indicadores positivos en asistencia, participación empresarial y generación de oportunidades comerciales. El evento reafirma su función como plataforma de articulación entre fabricantes, distribuidores y actores estratégicos del sector ferretero y de la construcción.

En un momento de ajuste estructural y consolidación de redes comerciales, Expologística 2025 funcionó como un punto de integración para la cadena de valor del sector. La feria respondió a dinámicas de crecimiento sostenido, incorporación tecnológica y apertura de mercados, facilitando espacios de negociación, posicionamiento institucional y exploración de alianzas internacionales.

Con más de 2.600 asistentes y la presencia de 35 marcas con representación nacional e internacional, el evento superó las proyecciones establecidas en términos de tráfico, cobertura y volumen de interacciones comerciales. Según Sebastián Bayona Medina, Director Nacional de Ventas de Logística Ferretera, los resultados reflejan una mejora en la eficiencia de relacionamiento entre actores clave y una mayor capacidad de convocatoria.

### Un espacio para hacer negocios: impacto en la gestión comercial

Uno de los pilares del éxito de esta edición fue su capacidad para generar oportunidades reales de negocio. La feria ofreció un entorno propicio para concretar acuerdos comerciales y presentar nuevos portafolios. Los expositores aprovecharon el evento para ampliar su alcance en el mercado, mientras que los visitantes accedieron a ofertas

exclusivas, actividades de networking y espacios de formación que fortalecieron sus capacidades operativas.

Además, se introdujo una dinámica innovadora de acumulación y redención de puntos, diseñada para incentivar la interacción constante entre asistentes y marcas. Esta estrategia no solo aumentó el tráfico en los stands, sino que consolidó a la feria como una herramienta efectiva para crear valor y fomentar relaciones sostenibles entre fabricantes y distribuidores.

## Presencia con propósito: visibilidad y diferenciación en el sector

Más allá de los negocios concretados, la feria fue una vitrina de posicionamiento estratégico. Las marcas participantes lograron aumentar su visibilidad en el mercado ferretero y de la construcción, mediante experiencias directas con los clientes y el uso de recursos tecnológicos en sus exhibiciones. Este enfoque permitió reforzar el reconocimiento de marca y construir relaciones de confianza.

En este contexto, la participación en Expologística se ha convertido en un distintivo de competitividad. Para las compañías del sector, el evento representa no solo un canal de ventas, sino también un espacio clave para diferenciarse frente a la competencia, mostrando su capacidad de innovar y adaptarse a las exigencias del mercado actual.

## Claves para el crecimiento sectorial: aprendizajes y desafíos organizativos

Los resultados también permiten extraer lecciones importantes para la industria. Esta edición evidenció que el crecimiento del sector se potencia cuando existen espacios que favorecen el contacto directo entre proveedores, distribuidores y compradores. Expologística se consolida así como un escenario de transferencia de valor, colaboración y desarrollo conjunto.

Sin embargo, el fortalecimiento continuo de esta plataforma implica retos. En particular, la organización deberá enfocar esfuerzos en optimizar la experiencia del visitante, mejorar los procesos logísticos y ampliar aún más la participación internacional. Integrar nuevos actores de toda la cadena de suministro será esencial para diversificar la oferta y ampliar las oportunidades de negocio en futuras ediciones.

## Mirada al futuro: fidelización, innovación y expansión global

Pensando en el mediano plazo, Logística Ferretera implementará un plan de fidelización para dar seguimiento a los contactos generados durante la feria. Este plan contempla encuentros sectoriales más pequeños a lo largo del año, así como el uso de herramientas de inteligencia comercial para potenciar la toma de decisiones estratégicas.

De cara a la próxima edición, la organización proyecta un evento aún más dinámico y conectado con las necesidades del mercado. Entre las metas se encuentran ampliar la presencia de marcas y compradores internacionales, reforzar la innovación tecnológica en las exhibiciones y perfeccionar los procesos de registro y acceso. Con estas acciones, Expologística se perfila como un referente regional en evolución constante.



# TOP OF MIND FIERROS

Por segundo año consecutivo, Revista Fierros investigó cuáles son las marcas que se han grabado en la mente no solo de los ferreteros sino de los consumidores de materiales de construcción en Colombia. Conoce aquí los resultados para 2025.

El Top of Mind Fierros busca identificar las marcas más destacadas del mercado: aquellas que ocupan un lugar privilegiado en la mente de los compradores en distintas categorías y que son las primeras en aparecer cuando piensan en determinadas áreas o trabajos. Ya sea por la buena experiencia con ellas, su funcionalidad o sus acertadas estrategias de marketing, estas marcas se han ganado un espacio especial y se han quedado grabadas en la memoria del consumidor.

Además de mostrar cuáles son las marcas con mayor reconocimiento, el estudio ofrece información valiosa tanto para las marcas como para los compradores. Permite entender cómo está configurado el mapa del mercado, en qué regiones y segmentos predominan ciertas marcas, cuál es el posicionamiento de cada una según el tipo de consumidor y dónde existen oportunidades para fortalecer o ampliar su presencia.

Gracias a esta herramienta, los lectores podrán tener una visión más clara de cómo evolucionan las marcas, hacia dónde se dirigen y cuáles son las preferencias que están marcando las decisiones de compra de los consumidores.

## Así desarrollamos el Top of Mind

- Consultamos a 1.860 personas entre mayo y julio de 2025.
- Los ferreteros consultados fueron segmentados en cargos como: ddueño y/o gerente, administrador, gerente comercial, mercadeo, jefe de compras, dependiente mostrador, logística y operaciones, y jefe de bodega.
  Además, dentro de los ferreteros consultados, se incluyeron representantes de negocios como: distribuidor mayorista, ferretería miscelánea, ferretería industrial, almacén de materiales y acabados para la construcción, ferreléctricos, almacén de pinturas y revestimientos, ferretería de cadena, almacén de cerrajería y seguridad, y ferretería agrícola.
- Los participantes fueron:
  * 37,7% ferreteros *
  Usuarios profesionales 32,3%
  Usuarios no profesionales 30%
- Los usuarios profesionales consultados, tienen ocupaciones como: arquitectos, ingenieros, asesores comerciales, contratistas, diseñadores, maestros de obra, entre otros.
- Las personas consultadas corresponden a los departamentos de: Bogotá, Antioquia, Nariño, Valle del Cauca, Atlántico, Quindío, Caldas, Santander, Tolima, Norte de Santander, Magdalena, Risaralda, Huila, Meta y una muestra de otras regiones.

La pregunta central del estudio fue: ¿en qué marcas de ferretería y construcción piensa primero? Además, se consultó sobre cuáles son las marcas que primero vienen a la mente respecto a categorías como:

- Pinturas y otros recubrimientos
- Pisos y cerámicas
- Accesorios y equipos para soldar
- EEPS (Elementos de protección personal)
- Accesorios de grifería y plomería
- Cemento
- Abrasivos, lijas y herramientas de corte
- Cubiertas, tejas y techos
- Herramientas y productos agrícolas
- Adhesivos, aditivos y selladores
- Materiales de construcción liviana y en seco
- Fijación
- Impermeabilizantes
- Acero
- Eléctricos e iluminación
- Cerrajería
- Herramientas manuales
- Herramientas de poder o eléctricas

## ¿PARA QUÉ TE SIRVE EL TOP OF MIND DE FIERROS?

Este estudio, más allá de reconocer a las marcas que ya han logrado posicionarse, abre una ventana de oportunidades para aquellas que aún están en ese camino. Para las marcas, se convierte en una herramienta valiosa que permite identificar sus fortalezas, debilidades y oportunidades, así como para entender el mapa del mercado y definir con mayor precisión dónde ubicar su oferta de valor.

A partir de estos hallazgos, las marcas pueden reconocer tendencias emergentes y alinear su oferta y producción con ellas, mejorar sus relaciones con proveedores, optimizar inversiones publicitarias, crear promociones y dinámicas de mercado para segmentos específicos, expandir líneas de producto o introducirlas en nuevos sectores y establecer alianzas estratégicas que impulsen su crecimiento.

Del mismo modo, para los ferreteros, conocer cuáles son las marcas que ocupan un lugar más fuerte en la mente de los consumidores resulta clave para ajustar su portafolio y alinear su oferta con las preferencias reales del mercado.



# QUIÉN MANDA EN LA MENTE DEL FERRETERO

## RESULTADOS

# TOP OF MIND 2025

Teniendo en cuenta la relevancia que tiene el Top of Mind de Fierros y la herramienta que representa para los empresarios del sector desde diferentes ramas, acá te compartimos algunos de los resultados principales.

## TOP 3 MARCAS GANADORAS

1 Sika — 6,68%

2 3M — 6,21%

3 DEWALT — 3,23%

Estas son las marcas que la mayoría de los encuestados por Revista Fierros destacaron como las primeras que vienen a su mente al pensar en materiales de ferretería y construcción. Son las mismas tres marcas que se posicionaron en el top 3 del Top Of Mind 2024 (3M: 5,23%, DeWalt: 3,31% y Sika: 2,94%), aunque en esta ocasión se observa un cambio en el orden de preferencia. Esto refleja no solo la solidez de estas marcas, sino también el modo en que factores como la innovación, la cercanía con el cliente y la consistencia en la calidad pueden influir en la percepción de los consumidores.

Llegar a este reconocimiento no es casualidad: es el resultado de una combinación de trayectoria, estrategias de mercadeo efectivas y productos que han sido probados y elegidos una y otra vez por los clientes. Estas marcas no solo ofrecen soluciones confiables, sino que también logran mantenerse presentes en la mente de quienes trabajan en ferreterías y construcción, consolidándose como referentes indiscutibles del sector.

INDUMA®

Siempre en tu Casa!




PUERTAS LISTAS
**PARA INSTALAR**
Y LISTAS
**PARA VENDER**

El mercado que tu negocio
necesita abrir,
solo con la marca **INDUMA**

Contacta a tu asesor:
**3105383931**

induma_sas induma_sas induma oficial

Visitanos en: **www.induma.com.co**

## TOP 5 MARCAS ELEGIDAS POR LOS FERRETEROS

Sika 7,17 %

3M 5,2 %

DeWalt 3,59 %

Pintuco 3,51 %

Abracol 3,28 %

## TOP 5 MARCAS ELEGIDAS POR LOS USUARIOS PROFESIONALES

3M 7,17 %

Sika 6,39 %

Acesco 3,28 %

DeWalt 3,0 %

Corona 2,75 %

## TOP MARCAS EN LA REGIÓN CENTRO

Sika 6,57 %

3M 6,28 %

Argos 3,73 %

## TOP MARCAS BOGOTÁ

Sika 6,38 %

3M 6,22 %

DeWalt 3,0 %

## TOP MARCAS EN LA REGIÓN SUROCCIDENTE

Sika 8,21 %

3M 4,24 %

Pintuco 3,77 %

## ▶ TOP MARCAS PINTURAS Y OTROS RECUBRIMIENTOS

**Pintuco**
57,26 %

**Corona**
17,74 %

**Pinturas Tito Pabón**
3,23 %

## ▶ TOP MARCAS CEMENTOS

**Argos**
48,23 %

**Cemex**
23,23 %

**Holcim**
12,10 %



## ABRASIVOS, LIJAS Y HERRAMIENTAS DE CORTE

**Abracol**
49,52 %

**3M**
25,48 %

**Carborundum**
11,61 %

## CONSTRUCCIÓN LIVIANA Y EN SECO

**Gyplac**
23,71 %

**Eterboard**
19,19 %

**Sika**
17,58 %

## CUBIERTAS, TECHOS Y TEJAS

**Eternit**
33,39 %

**Ajover**
30,48 %

**Proteja**
11,45 %

## CERRAJERÍA

**Yale Assabloy**
26,29 %

**Gato**
11,13 %

**Boccherini**
8,71 %

## HERRAMIENTAS Y PRODUCTOS AGRÍCOLAS

**Herragro**
29,84 %

**Bellota**
27,58 %

**Stanley**
14,19 %

## HERRAMIENTA MANUAL

**Stanley**
19,19 %

**DeWalt**
15,32 %

**Bellota**
14,84 %

## HERRAMIENTA DE PODER ELÉCTRICA

**DeWalt**
42,74 %

**Black + Decker**
19,68 %

**Bosch**
19,03 %

## ACCESORIOS Y EQUIPOS PARA SOLDAR

**Lincoln Electric:**
48,23 %

**WestArco / Esab:**
23,39%

**Elite**
12,10 %

**Esta es solo una muestra de todos los datos que puedes llegar a encontrar dentro del Top of Mind Fierros.**

¿Quieres saber si tu marca o la marca que más consumes está dentro de las más sonadas? No dudes en adquirir el Top of Mind de Fierros.



# ACCESORIOS Y EQUIPOS PARA SOLDAR

## UNA CATEGORÍA CLAVE EN LA INDUSTRIA FERRETERA COLOMBIANA

En el panorama ferretero colombiano, la categoría de accesorios y equipos para soldar ocupa un lugar estratégico. Su relevancia va más allá del suministro técnico: es una de las áreas que impulsa la productividad, la precisión y la seguridad en sectores como la metalmecánica, la construcción y la infraestructura. Los ferreteros reconocen el valor de contar con herramientas confiables que garanticen resultados profesionales, lo que convierte a esta categoría en un pilar del negocio y en una de las más exigentes del mercado.

El más reciente Top of Mind Fierros 2025 confirma esta tendencia:

1. **LINCOLN ELECTRIC** 28,71 %
2. **WESTARCO/ESAB** 23,39 %
3. **ELITE** 12,10 %

Este liderazgo refleja la preferencia y confianza de los profesionales del país hacia una marca que ha acompañado su labor por generaciones.

### Un legado que se mantiene firme

En 2025, Lincoln Electric celebra 130 años de historia, consolidándose como un referente mundial en soluciones de soldadura. Fundada en 1895, la compañía ha sido pionera en avances como los electrodos revestidos, los procesos de soldadura por arco eléctrico y la tecnología Power Wave®, aplicada al proceso GMAW.

"La calidad comprobada y el respaldo global han sido fundamentales. En Colombia, nos mantenemos en la mente del ferretero porque ofrecemos soluciones que realmente funcionan y entregan resultados profesionales." Liliana Gonzalez, Gerente Nacional Ferretero.

### Cercanía con el ferretero colombiano

El reconocimiento de Lincoln Electric también se sustenta en su presencia constante en el canal ferretero. A través de los Welding Shows, las capacitaciones presenciales y virtuales en el canal @LincolnElectricLatinoamerica y sus programas de fidelización, la marca fortalece la relación con los ferreteros, ofreciendo experiencias prácticas que refuerzan la confianza y el conocimiento técnico.

"Buscamos estar donde está el ferretero, ofrecerle experiencias útiles y reforzar su confianza en la marca."

### Innovación que impulsa el futuro del oficio

La innovación es el motor que impulsa el desarrollo de Lincoln Electric. Sus equipos integran sistemas más intuitivos, eficientes y resistentes, mejorando la precisión y la seguridad del usuario. Además, la empresa ha promovido la formación técnica digital mediante simuladores y herramientas de aprendizaje virtual, contribuyendo a la profesionalización del oficio del soldador.

"Nuestros equipos evolucionan junto al oficio, permitiendo mayor precisión y eficiencia en cada proyecto."

Reconocida entre las "Empresas Más Éticas del Mundo 2025", Lincoln Electric reafirma su liderazgo en la categoría de soldaduras, accesorios y equipos para soldar, destacándose por su aporte a la productividad, la innovación y la modernización del canal ferretero colombiano.

> **"Lincoln Electric: 130 años soldando innovación, confianza y productividad en cada obra."**

LINCOLN® ELECTRIC




**EQUIPOS CONFIABLES Y DURADEROS**
Máquinas diseñadas para resistir el trabajo diario, con calidad garantizada y resultados profesionales.

**TECNOLOGÍA AVANZADA QUE MEJORA LA PRECISIÓN Y EFICIENCIA**
Innovación que facilita el trabajo del soldador, optimiza tiempos y mejora acabados.

**WELDING SHOWS EN FERRETERÍAS DE TODO EL PAÍS**
Demostraciones en vivo que permiten conocer el rendimiento real de nuestras máquinas.

**CAPACITACIONES PRESENCIALES Y VIRTUALES DISPONIBLES EN YOUTUBE**
Formación técnica accesible para mejorar habilidades y sacar el máximo provecho de cada equipo.

**INNOVACIÓN CONSTANTE**
Somos pioneros en soldadura, con equipos que evolucionan para responder a las nuevas exigencias del mercado.

Lincoln Electric Latinoamérica

www.lincolnelectric.com.co

***CONTÁCTANOS,***
*ESTAMOS LISTOS*
*PARA ATENDERTE*

# DIABLO ROJO®, MÁS DE 50 AÑOS

## LIDERANDO EL MERCADO FERRETERO COLOMBIANO

Diablo Rojo® se ha consolidado como un referente en el canal ferretero colombiano gracias a su adaptación, innovación técnica y enfoque en la seguridad. Su evolución lo posiciona como una herramienta confiable para uso doméstico y profesional. Hoy avanza con visión sostenible y una estrategia de expansión regional, consolidándose como aliado de confianza en miles de hogares.

Durante más de cinco décadas, Diablo Rojo® ha demostrado que una marca se mantiene vigente por su capacidad de adaptarse, no solo por su historia. Desde sus inicios, ha sido una solución efectiva para obstrucciones en sistemas de desagüe. Su eficacia, junto con altos estándares de calidad y seguridad, lo consolidan como referente técnico del canal ferretero.

Más allá de su origen doméstico, ha evolucionado hasta convertirse en un producto de confianza para profesionales del sector hidráulico. Su permanencia se basa en la innovación química, adaptación a nuevos materiales y un firme compromiso con normativas de seguridad y compatibilidad. Esto ha fortalecido su relación con el canal ferretero, destacando por su credibilidad, rentabilidad y respaldo técnico.

### De solución doméstica a estándar técnico validado

Originalmente concebido como una solución práctica para hogares con cañerías obstruidas, su fórmula reactiva disolvía residuos orgánicos como grasa, cabello y lodo, sin necesidad de intervención profesional. Esta innovación facilitó el mantenimiento autónomo de sistemas hidráulicos.

Con el tiempo, su aplicación se amplió. La evolución de la infraestructura y las exigencias técnicas del mercado impulsaron la mejora de su formulación, permitiendo que Diablo Rojo® se volviera indispensable tanto en hogares como en entornos profesionales, respaldado por criterios técnicos sólidos.

### Compatibilidad, versatilidad y seguridad en un solo producto

Uno de los principales retos del sector químico es la adaptación a nuevos materiales sin perder eficacia. Diablo Rojo® reformuló su composición para interactuar de forma segura y efectiva con tuberías de PVC, ampliamente utilizadas por su durabilidad y eficiencia.

Su presentación en polvo permite dos formas de uso:

**USO EN SECO**
cuando la tubería está llena de agua.

**USO EN SOLUCIÓN**
para actuar de forma rápida y directa.

Es ideal para lavaplatos, lavamanos, sifones de piso y otros desagües del hogar.

Su evolución también se refleja en el envase: ahora con tapa de seguridad y diseño ergonómico, cumple normativas actuales para proteger al usuario y prevenir accidentes, facilitando su uso, almacenamiento y transporte.

Diablo Rojo® integra química avanzada, funcionalidad y responsabilidad, listo para las exigencias del mercado actual.

## Respaldo técnico: ventaja competitiva para el canal ferretero

El reconocimiento de actores clave del sector ha fortalecido la reputación de Diablo Rojo®. La validación técnica de su fórmula, realizada por una empresa líder en soluciones hidráulicas, garantiza que no afecta el PVC, lo que permite su uso seguro en instalaciones modernas.

Este respaldo es fundamental para ferreterías, instaladores y contratistas. En un mercado competitivo, contar con un producto con garantías comprobadas es una ventaja clave. Para el canal ferretero, representa rotación, rentabilidad y respaldo técnico avalado por especialistas y alineado con los estándares más exigentes.

## Producción nacional con conocimiento técnico local

Diablo Rojo® es 100% colombiano, lo que le permite adaptarse a las particularidades de la infraestructura hidráulica del país. Las diferencias regionales en materiales, sistemas de drenaje y clima fueron consideradas en su desarrollo.

Además de conocimiento técnico, la producción nacional implica compromiso con la economía y empleo local. Esto garantiza disponibilidad en todo el país y fortalece la cadena ferretera, desde pequeñas tiendas hasta grandes superficies.

## Innovación sostenible y expansión regional

Frente a los desafíos ambientales y la demanda de productos sostenibles, Diablo Rojo® trabaja en formulaciones más responsables con el medio ambiente sin comprometer su rendimiento. Esta innovación constante responde a las nuevas exigencias del mercado.

Al mismo tiempo, avanza en su internacionalización, buscando ingresar a otros mercados latinoamericanos con condiciones similares al colombiano. Su expansión mantiene el estándar de calidad y destaca su origen nacional como valor agregado, posicionándose como actor regional en soluciones químicas para el mantenimiento hidráulico.

## Uso preventivo y respaldo técnico continuo

El compromiso con la excelencia se refuerza con una recomendación de uso que va más allá de lo reactivo. Diablo Rojo® sugiere su aplicación periódica para disolver residuos acumulados, mantener el flujo constante y evitar obstrucciones mayores.

## RECOMENDACIONES DE USO:

- Aplicar regularmente como mantenimiento preventivo.
- No mezclar con otros químicos.
- Seguir instrucciones del empaque.
- Mantener fuera del alcance de niños y mascotas.
- Usar en espacios ventilados.

Estas prácticas mejoran el desempeño del producto y refuerzan su reputación como solución segura, confiable y técnicamente respaldada para el hogar y el uso profesional.

**Soluciones y Derivados de Colombia S.A.S.**

Soluciones y Derivados de Colombia S.A.S. es el único fabricante de la marca Diablo Rojo®, registrada oficialmente.

**Ubicación:** Km 5, Vía Cajicá – Zipaquirá
**Servicio al cliente:** 310 205 8247



# LAS TENDENCIAS QUE MARCARÁN EL NEGOCIO FERRETERO EN 2026

La ferretería del futuro combinará tecnología, inteligencia artificial y cercanía humana para responder a un cliente cada vez más digital, informado y exigente.

Para conocer cuáles serán esas grandes tendencias que marcarán el próximo año consultamos a dos referentes del sector ferretero: Jorge Emilio Montes, gerente general de Ace, Super Constructor Comaderas y Laura Álvarez, directora financiera de la Ferretería Los Fierros, quienes compartieron su visión sobre los cambios, desafíos y oportunidades que vienen para las ferreterías.

1

## La transformación tecnológica y la inteligencia artificial, protagonistas del cambio

Si algo parece claro para ambos expertos, es que la tecnología será la gran fuerza que transformará el sector. Para Jorge Emilio Montes, el futuro inmediato está marcado por la transformación digital y logística. “La tendencia actual se orienta hacia la compra por medios electrónicos (Instagram, Facebook, TikTok, entre otros), y el servicio a domicilio o la entrega en obra son de vital importancia, ya que la rapidez y eficacia en el despacho determinan la satisfacción del cliente”.

Por su parte, Laura Álvarez resalta que la inteligencia artificial será la gran protagonista del 2026, impactando tanto los procesos internos como la relación con empleados, clientes y proveedores. “La IA nos permitirá obtener información y mejoras en la ejecución de operaciones y estrategias”, explica, pero advierte que no se puede perder la esencia del negocio: “Aunque cada vez ofrecemos canales más digitales, los clientes siguen prefiriendo la asesoría personalizada, ese acompañamiento humano que hace la diferencia”.

Ambos coinciden en que el desafío será equilibrar la tecnología con la cercanía. Las herramientas digitales facilitarán los procesos, pero la empatía y la atención personalizada seguirán siendo el corazón del servicio ferretero.

2

## Un cliente más informado y conectado

En el día a día, los ferreteros ya perciben señales claras de cambio. Según Jorge Emilio Montes, los clientes llegan cada vez más informados, gracias a los contenidos especializados, las redes sociales y las páginas web. “Buscan información sobre nuevos productos y soluciones antes incluso de visitar el punto de venta. Ya no solo quieren comprar, sino vivir una experiencia completa que combine asesoría y servicio eficiente”.

Desde Ferretería Los Fierros, Laura Álvarez también ha notado una transformación impulsada por las nuevas generaciones. “Antes teníamos un público mucho más tradicional, acostumbrado a ir al punto de venta. Ahora nuestros canales digitales están creciendo de forma exponencial, y uno de los más importantes es el WhatsApp empresarial”, señala. Este canal les ha permitido mantener una atención personalizada en formato digital: “Los clientes piden cotizaciones, fotos, videos o fichas técnicas, pero también esperan que alguien les responda, les aclare dudas y los acompañe durante todo el proceso”.

Tanto Montes como Álvarez coinciden en que la digitalización del cliente ferretero no ha restado valor al contacto humano; al contrario, ha elevado las expectativas: hoy se espera inmediatez, información y servicio con el mismo nivel de confianza de siempre.

## 3 Una relación más estratégica con los proveedores

El vínculo entre las ferreterías y sus proveedores también está evolucionando. Para Jorge Emilio Montes, el futuro del sector exige relaciones más cercanas y eficientes. "Las marcas deben fortalecer su compromiso con las ferreterías, implementar procesos logísticos más ágiles y confiables, con entregas oportunas que garanticen la continuidad del servicio", explica. Además, considera fundamental que los proveedores participen activamente en la modernización de los puntos de venta, en la capacitación del personal y en la presentación de nuevos productos: "Una logística eficiente y un acompañamiento constante fortalecen la confianza y la fidelización".

Laura Álvarez comparte esta visión, y además agrega que para ella los proveedores deben ser aliados estratégicos, no solo actores de una transacción comercial. "Nos gusta que nos visiten, que acompañen las capacitaciones, que intervengan en la venta asesorando al cliente y motivando a los vendedores con incentivos y campañas. No se trata solo de comprar y vender, sino de construir una verdadera alianza comercial", afirma.

Ambos coinciden en que las marcas que entiendan esta nueva dinámica serán las que mantengan relaciones más sólidas y duraderas con las ferreterías.

### PARA TENER EN CUENTA

El 2026 se perfila como un año de equilibrio entre la tecnología y la humanidad. La digitalización, la inteligencia artificial y la eficiencia logística serán motores clave, pero el verdadero diferencial seguirá estando en la relación cercana con clientes, empleados y proveedores. Las ferreterías que logren combinar innovación con empatía serán las que se mantengan a la vanguardia en un mercado cada vez más conectado y exigente.

---




*El espacio cuenta con más de 600 artículos a la venta.*
(Divulgación/Tramontina)

***Tramontina acaba de inaugurar su primera tienda propia dedicada exclusivamente a herramientas en Latinoamérica: T tools.***

Ubicada en Bogotá, Colombia, la nueva unidad amplía la presencia de la marca en el país (donde ya cuenta con cinco puntos de venta) y refuerza la importancia de la región como uno de los mercados estratégicos para el crecimiento internacional de la empresa, que exporta a más de 120 países.

A diferencia de las demás T stores, como se denominan las tiendas propias de la marca, que presentan un portafolio centrado en utensilios para el hogar, el nuevo comercio es un espacio de 180 m² totalmente dedicado al universo de las herramientas profesionales. Con más de 600 artículos dirigidos a clientes B2B y B2P profesionales y negocios, especialmente en los sectores de la industria, construcción, agrícola y ferretería - T tools combina showroom, consultoría técnica, demostraciones en vivo y lanzamientos exclusivos, proporcionando una experiencia completa para quienes buscan calidad, innovación y durabilidad.

# ¡SUEÑOS QUE TRANSFORMAN VIDAS!

## COMO FERRETERO ARGOS, ERES PARTE DE ESTO.

Ferretero, tú también construyes los sueños de los colombianos con valor de principio a siempre.

Detrás de cada muro que se levanta y de cada mezcla que se prepara, hay un sueño en construcción. Para un autoconstructor, maestro de obra o ama de casa las decisiones técnicas y económicas son determinantes para hacerlo realidad. En esos momentos, el ferretero deja de ser un vendedor y se convierte en un aliado estratégico, cuyo conocimiento y experiencia son fundamentales para el éxito del proyecto.

El valor de un ferretero va más allá de la venta de productos. Su verdadero aporte está en el acompañamiento especializado, asegurando que cada etapa de la obra se ejecute con calidad, seguridad y eficiencia. Su propuesta de valor se basa en:

### ASESORÍA TÉCNICA Y SELECCIÓN DE MATERIALES

Con su experiencia, el ferretero puede recomendar los productos adecuados para cada parte de la construcción, considerando factores como el tipo de cimentación, la resistencia necesaria y las condiciones ambientales. Esto ayuda a prevenir errores y asegura la durabilidad del proyecto.

### OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS Y PRESUPUESTO

Un ferretero experto conoce a fondo los productos y puede sugerir soluciones que maximizan el rendimiento y minimizan el desperdicio. Esta orientación reduce los costos inmediatos y evita gastos futuros por reparaciones o correcciones.

### FOMENTO DE LA SEGURIDAD Y LA CALIDAD

Al compartir información sobre las proporciones correctas de las mezclas, los métodos de aplicación y los cuidados posteriores, el ferretero reduce los riesgos técnicos. Esta orientación es vital para garantizar la seguridad estructural y la longevidad de la construcción.

### ACTUALIZACIÓN SOBRE INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA

Un ferretero profesional se mantiene al día con las últimas tecnologías y productos del mercado. Al compartir este conocimiento, le da a sus clientes las herramientas para adoptar soluciones innovadoras que mejoran la calidad de su obra.



Es por esto que la relación entre el ferretero y su cliente se basa en la confianza, que surge de una asesoría transparente y objetiva. Así, el ferretero se convierte en un socio activo en el proceso de construcción, aportando no solo materiales, sino también su conocimiento. Gracias a su formación continua y a su capacidad para transmitirlo, impulsa la excelencia en cada etapa del proyecto.

¡Junto a ustedes, nuestros grandes aliados, esperamos continuar sumando esfuerzos para garantizar la construcción de obras con el sello Argos que perduran en el tiempo, con Colombia de principio a siempre.


FERRETERÍA
DON CARLOS
ARGOS
130 - 05
ARGOS
DE VENTA AQUÍ
THINNER
42.5 kg
CEMENTO
ESTRUCTURAL
MAX
CEMENTO VERDE
50 kg
CEMENTO
GRIS DE
USO GENERAL
CEMENTO VERDE
CREAMOS VALOR SOCIAL
40 kg
CEMENTO
BLANCO DE
USO GENERAL
Argos
CON COLOMBIA
DE PRINCIPIO
A SIEMPRE
Somos LUZ VERDE para el progreso.
Ingresa a: colombia.argos.co
ARGOS | LUZ VERDE
Empresa de cemento del GRUPO ARGOS




# **Deli Tools:** Herramientas más inteligentes, eficientes y seguras

Con 44 años de experiencia, Deli Group se encuentra en la cima de los líderes mundiales en soluciones integrales para múltiples entornos de trabajo. Desde 2020 su división de herramientas ha ido ganando una fuerte presencia internacional, estableciendo su liderazgo en China y entregando soluciones para escenarios profesionales, semiprofesionales, de bricolaje y jardinería. Deli Tools se ha posicionado como marca de herramientas de rápido crecimiento, proporcionando productos confiables y soluciones integrales bajo un fuerte apoyo de recursos de diseño que lo convierten en un socio global seguro.

44 años de desarrollo: El Grupo Deli fue fundado en 1981, convirtiéndose a lo largo de su historia en un grupo de tecnología y cultura creativa, con un portafolio diversificado que abarca categorías de papelería, suministros de oficina, herramientas, mobiliario y servicios B2B. Actualmente, el Grupo Deli cuenta con 12 fábricas, 7 centros industriales (con más de 750.000 m² de construcción), 16.000 colaboradores en todo el mundo y presencia en más de 140 países, para todas sus unidades de negocios.

## Deli Tools, líder en herramientas

"Desde su origen en 2016, cuando oficialmente ingresamos a la industria de herramientas en China, fuimos acumulando experiencia en investigación, desarrollo y fabricación. En 2020, Deli Tools inició su expansión internacional fuera de los mercados asiáticos. Gracias a nuestra sólida capacidad de manufactura y desarrollo de canales de distribución, somos la marca número 1 de herramientas manuales en China y contamos con presencia en más de 100 países, expandiendo de esta manera nuestra huella global, ganando la confianza de clientes y usuarios finales en todo el mundo", indicó el Director Comercial para Latinoamérica de Deli Tools, Andrés Vergara.

## Portafolio completo para el rubro ferretero

"En Deli Tools ofrecemos una solución completa para cada requerimiento, con más de 20 categorías de producto y más de 3500 referencias, incluyendo herramientas manuales, eléctricas y de jardinería. Esta solución integral, permite a nuestros clientes surtir una amplia gama de artículos en un solo lugar, ahorrando tiempo y costos. Además, contamos con mecanismos de cooperación operativa flexibles: sin pedidos mínimos por producto (Sin MOQ´s) y entregas rápidas en solamente 7 días bajo un esquema de disponibilidad inmediata en los depósitos de Ningbo" menciona Andrés.

***En Colombia estamos en la búsqueda de importadores comprometidos para representar Deli Tools, marca internacional de excelencia, innovación y respaldo para el rubro ferretero***

**El portafolio de Deli Tools,** completo y bien estructurado, está diseñado con productos que satisfacen diversas necesidades, tanto de profesionales como de usuarios aficionados.

## Despliegan cuatro series principales:

- **Serie Roja:** Herramientas profesionales de alto rendimiento y durabilidad, ideales para profesionales y aplicaciones industriales. Esta serie cubre principalmente las categorías de herramientas eléctricas y manuales con foco en máximo desempeño, precisión, y alta durabilidad.
- **Serie Amarilla:** Dirigidas al segmento semiprofesional, abarca herramientas eléctricas, manuales y accesorios. Con gran relación calidad- precio y un amplio catálogo.
- **Serie DIY Hogar:** Para Bricolaje y aficionados, equipos ligeros, seguros y fáciles de usar.
- **Serie Jardín:** Completa línea para cumplir tareas de jardinería y exteriores como poda, corte y limpieza, con eficiencia y comodidad comprobada para los usuarios finales

**Metas:** "En los próximos años, Deli Tools seguirá incrementando la inversión en el sector de las herramientas eléctricas, centrándose en el desarrollo de productos más inteligentes, eficientes y seguros para satisfacer la creciente demanda mundial de herramientas de alta calidad. Estableceremos una nueva base de investigación, desarrollo y fabricación en Suzhóu, con una superficie de 180.000 metros cuadrados y una capacidad de producción anual prevista de hasta 15 millones de unidades".

***Concluye Andrés:*** *"Deli Tools fortalecerá aún más los canales de distribución internacionales y la red de servicio posventa. El objetivo principal no es solo ampliar la cuota de mercado, sino también ser la marca de herramientas más confiable del mercado. Si deseas formar parte de la red de importadores de la marca Deli Tools no dudes en contactarnos"*













deli

**DELI TOOLS EN CONTACTO**

Interesados favor contactar a:
Liliana Narváez
liliana@nbdeli.com

www.delitoolsglobal.com
@DeliToolsOfficial
@delitools
DeliTools
Deli Tools
@delitoolsglobal

# CÓMO APROVECHAR DICIEMBRE PARA VENDER MÁS Y MEJOR

Convierta la temporada más movida del año en una oportunidad para crecer todo el 2026

Tradicionalmente, diciembre es uno de los meses más dinámicos para el comercio en general, y el sector ferretero no es la excepción. Esta época combina dos factores clave: la temporada navideña, que impulsa el consumo y los proyectos de mejora en el hogar, y el pago de primas, que da a las familias un respiro económico para invertir en lo que han postergado durante el año.

Son muchos los hogares que aprovechan este momento para cumplir ese propósito pendiente: pintar una pared, cambiar la grifería, renovar la cocina o hacer esa ampliación que lleva meses en los planes. Además del dinero adicional, diciembre viene cargado de motivación y de la energía del cierre de año, lo que convierte la remodelación y el mantenimiento del hogar en una prioridad, e impulsa el tráfico y las ventas de las ferreterías en la gran mayoría de las categorías.

## QUE NO LO TOME POR SORPRESA

En muchos casos, la alta demanda llega sin que el negocio esté preparado:

Faltan productos clave en el inventario, se agotan referencias muy buscadas o, peor aún, los clientes se quedan con la impresión de que "esa ferretería no tiene lo que necesito". Cada oportunidad perdida puede convertirse no solo en una venta menos, sino en una percepción negativa que afecta la relación con el cliente a futuro.

Otro riesgo de la falta de planeación es no escuchar al mercado a tiempo. A veces los clientes ya han dado señales de qué necesitan (una línea de pinturas en tendencia, una marca específica de herramientas o accesorios para remodelación), pero si el ferretero no se anticipa, llega tarde.

También puede pasar lo contrario: que el negocio se abastezca de productos que no responden a las necesidades reales de sus compradores para esta época, y termine con un inventario poco rentable.Tal como lo destaca Marta Jiménez, Directora General de portal C de Comunicación en un artículo publicado en este portal, "muchos establecimientos realizan grandes inversiones en la compra de stocks de productos para la venta ocasional en estas fechas, pero en una gran mayoría de las ocasiones estos productos no tienen la salida esperada durante este mes, ya que el mercado cuenta con una sobreoferta muy parecida y masificada". Así mismo señala, "Debemos reforzar y mantener nuestra venta del día a día como ferretería y bricolaje y potenciar los productos que realmente nos pueden aportar tanto en cifra de venta como en flujo de clientes, no todo vale".

Por eso, más allá de la intuición, diciembre exige estrategia. Entender cuáles son las categorías que más se mueven en esta temporada (que no siempre son las mismas de mitad de año ni las mismas para todos los negocios), permite planear mejor las compras, organizar las exhibiciones y ajustar las promociones. Observar el comportamiento de los clientes, identificar patrones y prepararse con tiempo puede marcar la diferencia entre improvisar y aprovechar al máximo la época más próspera del calendario ferretero. Al respecto señala Jiménez, "disponemos de un histórico

de ventas y su evolución es el mejor indicador de qué debemos de hacer y cómo. Pero una gran parte de nuestro sector suele pensar tanto en las acciones, previsiones, compras, etc., con el corazón y no con la cabeza, que es la que cuenta con la lógica para llevar a cabo cualquier acción".

## DICIEMBRE TRAE LA OPORTUNIDAD DE FIDELIZAR CLIENTES Y OFRECERLES LA MEJOR EXPERIENCIA

Si bien diciembre es una temporada que promete grandes ventas, su verdadero valor no está solo en el cierre de caja, sino en lo que queda después. Tener un excelente diciembre no sirve de mucho si, al llegar enero, los clientes se olvidan del negocio. Acá algunos factores a tener en cuenta para lograrlo:

- El flujo constante de gente que trae la temporada navideña convierte a diciembre en **el momento ideal para enamorar a quienes llegan por primera vez y fortalecer la relación con los de siempre.** No se trata solo de vender más, sino de ofrecer una experiencia memorable: buena presentación, atención, surtido y asesoría, puede marcar la diferencia. Porque cuando el cliente se siente bien atendido y comprendido, es mucho más probable que en enero, o en cualquier otro momento del año, piense primero en esa ferretería que le brindó una buena experiencia.
- Diciembre es el momento perfecto para **ofrecer la mejor atención y dejar una impresión duradera en los clientes.** Si el negocio suele llenarse en esta época, vale la pena reforzar el equipo de trabajo para evitar filas, demoras o desorden que puedan afectar la experiencia de compra. También es clave que todo el personal esté capacitado en servicio al cliente, listo para orientar, recomendar y resolver dudas con agilidad y amabilidad.

AHORA HOLCIM
TIENE UN PRODUCTO PARA
CADA ETAPA DE LA CONSTRUCCIÓN:




HOLCIM

- Además, esta es una gran oportunidad para **inspirar.** Tal vez un cliente llega buscando algo específico, pero al recorrer la tienda descubre nuevas ideas o soluciones para otros proyectos. Mostrar productos de forma creativa, resaltar novedades o compartir consejos prácticos puede convertir una visita casual en una experiencia memorable. Y la temporada de navidad se presta perfectamente para jugar con las vitrinas y la exhibición.
- En este punto, también entra en juego la **percepción de valor.** Si la ferretería no compite por precio, es importante destacar qué la hace diferente: asesoría experta, calidad, respaldo, confianza o servicio postventa. Los clientes valoran tanto el buen precio como la tranquilidad de saber que están comprando donde los entienden y los acompañan.

## ¿ES BUENA IDEA HACER OFERTAS EN DICIEMBRE?

En diciembre, la mayoría de los clientes está dispuesta a comprar. Por eso, hacer ofertas puede ser una gran oportunidad para aumentar las ventas y atraer nuevos compradores, siempre que las promociones estén bien pensadas y no afecten la rentabilidad.

No se trata de bajar precios a toda costa, sino de diseñar promociones que generen movimiento y fidelicen. Por ejemplo:

- Combos de productos complementarios, como pintura + rodillo o taladro + brocas.
- Descuentos por volumen, que incentiven a los clientes a comprar más sin sacrificar márgenes.
- Promociones cruzadas entre categorías, que impulsen la venta de productos que normalmente se mueven menos.
- Pequeños obsequios útiles, como guantes o tapabocas, que dejan una buena impresión sin representar un gran costo.
- Proyectos inspiradores como por ejemplo: llevate con un X% de descuento todo el combo completo para renovar tu hogar en enero.

También es importante cómo se comunican las ofertas. Un cartel visible, una exhibición atractiva o un mensaje claro pueden marcar la diferencia para captar la atención del comprador. Y, sobre todo, mantener un control del inventario y del margen de ganancia es fundamental para no comprometer la caja al cierre del año.

## ¿CUÁLES SON LAS MEJORES OPCIONES PARA APROVECHAR ESA TEMPORADA DE FIN E INICIO DE AÑO?

Entre las líneas que tradicionalmente tienen mayor dinamismo para esta temporada normalmente se encuentran:

- **Pinturas y sus complementos.** Pintar la casa, renovar una fachada o cambiar el color de una habitación son actividades frecuentes en diciembre, lo que dispara la venta de pinturas, rodillos, brochas, selladores y cintas.
- **Herramientas manuales y eléctricas,** que crecen impulsadas por los proyectos de "hágalo usted mismo". Durante las vacaciones muchos aprovechan para reparar, ajustar o construir, y eso se traduce en una alta demanda de taladros, destornilladores, pulidoras y kits de herramientas. Incluso, algunos de estos productos se convierten en regalos prácticos.
- **La línea hogar y acabados.** Diciembre invita a estrenar: cambiar la grifería, instalar una nueva lámpara, renovar los enchapes o mejorar la seguridad con una cerradura moderna.
- **Iluminación y electricidad.** Con la llegada de la Navidad, la decoración se convierte en un ritual familiar: se venden bombillos LED, extensiones, lámparas, tomas múltiples y accesorios eléctricos.



# INNOVACIÓN PRESENTE EN CADA METRO DE SU OBRA.

Presencia global con la misma confianza de siempre.




**CORTAG** MÁS CERCA DE **USTED.** CONTÁCTENOS.

Conozca más de nuestras **soluciones** con **nuestros distribuidores:**

LOGÍSTICA FERRETERA

Dyna

MARKEM ESPACIO INTELIGENTE

VALSAN networking S.A.S.

MAQUITODO

CORTAG REVOLUTION TOOLS

# LO QUE NO DEBERÍA FALTAR EN EL INVENTARIO DE CERRAJERÍA

Por qué las cerraduras son el corazón de una ferretería y cómo mantener la categoría siempre en movimiento

En toda ferretería hay secciones que se mueven más que otras. Pero pocas combinan tan bien rotación, rentabilidad y recurrencia como la de cerrajería. Las cerraduras, cerrojos, llaves y accesorios no solo están ligados a la seguridad, una necesidad permanente en hogares, oficinas y negocios, sino que también se renuevan por mantenimiento, remodelación o simple actualización estética.

La cerrajería, además, proyecta la imagen de la ferretería: una sección organizada, bien surtida y con personal que conoce el producto genera confianza y fideliza clientes.

Para entender mejor por qué esta categoría sigue siendo tan estratégica, conversamos con Jessika Quintero, gerente Comercial y de Distribución de Segurex, marca nacional especializada en soluciones de cerrajería mecánica y digital. Esto fue lo que nos dijo:

## 1 ¿POR QUÉ LA CERRAJERÍA SIGUE SIENDO UNA DE LAS SECCIONES MÁS IMPORTANTES Y RENTABLES DENTRO DE UNA FERRETERÍA?

Porque la seguridad es una necesidad permanente.
Existe una creciente preocupación por la seguridad tanto residencial como comercial que impulsa la demanda de productos de alta seguridad, lo que convierte a la cerrajería en una categoría de alta rotación.

Las cerraduras suelen reemplazarse por desgaste, por remodelación de espacios o como un elemento adicional de seguridad en hogares y empresas.

Para la ferretería, además, es un producto muy interesante porque combina dos elementos: variedad de modelos y recurrencia en la compra, permitiéndole atender a todos los segmentos de clientes.

## 2 ¿QUÉ PRODUCTOS NO PUEDEN FALTAR EN UNA SECCIÓN DE CERRAJERÍA?

Una buena sección de cerrajería debe tener por lo menos cuatro grupos de productos:

- Cerraduras de sobreponer, ideales para puertas metálicas o de madera, con gran salida en el mercado residencial y comercial.
- Cerraduras de pomo y manija, muy buscadas para interiores y puertas principales.
- Cerrojos de seguridad, bocallaves, escudos, bisagras de piso, topes e incluso cerraduras digitales, que completan la oferta y permiten aumentar el valor del pedido.
- Llaves y duplicados, con un servicio de duplicación eficiente y una amplia variedad de referencias.

Lo recomendable es tener productos en diferentes acabados y niveles de seguridad, para atender desde el cliente que busca economía hasta el que prioriza diseño y protección.

## 3 ¿QUÉ TENDENCIAS O INNOVACIONES ESTÁN MARCANDO EL MERCADO ACTUALMENTE?

La tendencia va hacia la evolución tecnológica y la mejora en materiales. Las cerraduras digitales e inteligentes están tomando fuerza, impulsadas por la domótica y el uso de aplicaciones móviles, especialmente en nuevos proyectos y viviendas modernas.

Sin embargo, el mercado colombiano también valora las cerraduras mecánicas reforzadas, con acabados anticorrosivos, mecanismos más suaves y ensambles más precisos y duraderos.

Hoy el cliente busca calidad y respaldo. Por eso, las marcas nacionales que fabrican directamente, como Segurex e INAFER, logran ofrecer productos más robustos y adaptados al uso diario del mercado latinoamericano.

## 4 ¿QUÉ ESTRATEGIAS AYUDAN A MANTENER UNA BUENA ROTACIÓN EN ESTA CATEGORÍA?

- Exhibir correctamente: tener una sección clara y organizada con buena iluminación.
- Actualizar constantemente las referencias: incluir modelos nuevos o acabados distintos.
- Capacitar al vendedor: un asesor que entiende el producto genera confianza y cierra más ventas.
- Ofrecer combos o descuentos por volumen: incentiva la recompra y fideliza al cliente.
- Apoyarse en marcas reconocidas y nacionales, porque generan confianza y facilitan la recompra.

Cuando el ferretero mantiene una presentación atractiva y un stock variado, la categoría se mueve sola.

## 5 ¿QUÉ ERRORES SON LOS MÁS COMUNES AL MANEJAR LA CATEGORÍA DE CERRAJERÍA?

- Falta de conocimiento técnico, lo que lleva a ofrecer productos inadecuados.
- Inventario incompleto, que hace perder oportunidades de venta.
- No diferenciar líneas residenciales y comerciales.
- Exhibiciones desordenadas o sin señalización.

En general, el error más frecuente es no darle protagonismo a la cerrajería, cuando en realidad es una categoría que puede generar ingresos constantes y posicionamiento para la ferretería.



# ALIADOS ACERO:

## CÓMO ELEGIR EL PROVEEDOR QUE HARÁ CRECER TU FERRETERÍA

El acero puede ser una de las líneas más rentables dentro de una ferretería, pero también una de las más desafiantes.

El manejo del acero exige control de inventarios, conocimiento técnico y, sobre todo, un proveedor confiable. En este negocio, no basta con tener el mejor precio: se necesita un aliado que acompañe en la operación diaria, garantice calidad y ayude a responder rápido al cliente.
Estos son algunos de los aspectos clave para elegir bien al proveedor de aceros:

### 1 Conocer qué tipo de acero se mueve en la zona

Antes de firmar con un proveedor, debe analizarse qué productos tienen más salida:

- En zonas urbanas suelen dominar los perfiles estructurales, láminas y tuberías.
- En áreas rurales, el acero para cercas, estructuras livianas o galpones.
- En regiones industriales, el acero inoxidable o de alto rendimiento.

Un buen proveedor debe entender estas diferencias y ayudar a ajustar el inventario según el tipo de cliente.

### 2 Exigir calidad y certificaciones

El acero es un material que no admite improvisaciones. Por eso el proveedor debe:

- Entregar fichas técnicas y certificados de calidad.
- Tener certificaciones de cumplimiento de las normas vigentes.
- Ofrecer asesoría técnica sobre resistencia, soldabilidad o recubrimientos. Un material no certificado puede generar devoluciones, daños en obra y pérdida de confianza de tus clientes.

### 3 Evaluar capacidad logística

El mejor precio no sirve si la entrega llega tarde o incompleta. Para esto es importante verificar que el proveedor ofrezca:

- Entrega oportuna y transporte adecuado.
- Despachos parciales o por pedido, según la rotación del negocio.
- Servicios adicionales como corte, doblado o galvanizado.

### 4 Negociar plazos y estabilidad en precios

El acero tiene alta volatilidad. Por eso, es clave trabajar con proveedores que:

- Ofrezcan crédito o descuentos por volumen.
- Avisen con tiempo los ajustes de precios.
- Mantengan acuerdos claros de suministro para evitar sorpresas.

### 5 Negociar plazos y estabilidad en precios

Más allá del producto, lo que se compra es tranquilidad. Valora proveedores que:

- Cumplan lo prometido, incluso en picos de demanda.
- Apoye con capacitación o información de mercado.
- Atiendan llamadas cuando más se necesita.

**En el negocio del acero, elegir bien al proveedor es invertir en la reputación y el futuro de la ferretería. Con el aliado correcto, cada barra, lámina o perfil que vendas se convierte en una oportunidad para fortalecer la relación con el cliente y hacer crecer el negocio con bases firmes.**

# Trabajar con coflex® es garantía.



## VÁLVULA DE ADMISIÓN UNIVERSAL

- Compatible con todo tipo de tanque sanitario, incluso con los más bajos y/o angostos.
- Cuenta con un ajuste amplio de altura para utilizarse en todo tipo de sanitarios.
- Ajuste fino de flotador, fácil de realizar y accesible.

**Válvula de Admisión Universal**
Mod. P-B3080

CONOCE MÁS



***Válvula de Admisión Antifugas***
*Mod. P-B3090*



***Válvula de Admisión Tradicional***
*Mod. P-B3011*



***Válvula de Admisión Clásica***
*Mod. P-B3040*

coflex®

Innovación en plomería

coflex.com.mx

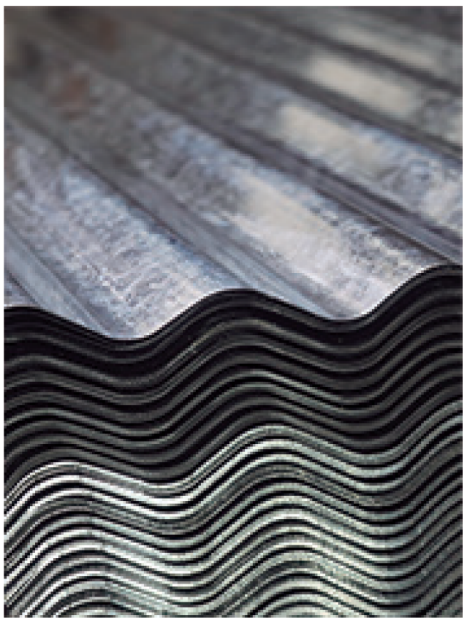
coflex

# CORPACERO
aliados de acero

**Somos aliados de acero del sector ferretero:**
líderes en soluciones innovadoras que optimizan
la construcción y el mantenimiento.

Ofrecemos productos de alta calidad y desempeño,
diseñados para resistir, facilitar el trabajo y garantizar
resultados duraderos en cada proyecto.







Teja de Zinc.
Cubierta Corpatecho.
Corpalosa (Steel Deck).
Perlines.
Perfil Corpa Fácil.
Tubería Estructural.
Tubería Pregalvanizada.