

Textos: **El Día**
Fotos: **Ángel Hdez.**

Recorrer parte de los 18.000 metros cuadrados de la central de Coarco en El Chorrillo supone entrar al “santuario” del mundo de la ferretería. Es lógico, ya que la cooperativa fue fundada en 1967 por un grupo de ferreteros. Por tanto, cumple cincuenta años. Pero entre el incesante tránsito de todo tipo de máquinas y una representación en plena tarea de los 65 empleados de la empresa, es posible comprobar cómo la oferta se ha diversificado y hoy, además de material destinado a la ferretería y la construcción, hay otras tres familias del sector que forman parte del “universo Coarco”: los electrodomésticos, los productos de jardinería y en menor medida el menaje y la droguería.

Juan Ignacio Pérez-Nievas Hernández es director gerente de Coarco desde hace cinco años. Recibe a EL DÍA en el corazón de estas naves gigantes que abarcan almacenes, oficinas o una sala de exposición. Aclara que “iniciamos entonces un Plan Estratégico que tenía como pilares crecer en ventas -de 22 millones en ese momento a los 36 del último ejercicio-, diversificar la oferta y ampliar horizontes a la provincia oriental. Hoy tenemos un almacén de 7.000 metros cuadrados en Las Palmas, una facturación en la otra provincia del 25% del total y sobre los 65 asociados”.

Pérez-Nievas resume: “Hoy hay un exceso de oferta de productos. Ya no basta con comprar bien y cada vez es más difícil vender por la competencia. Intentamos ofrecer mejores condiciones de compra a nuestros socios pero también ayudarles a vender mejor”.

En cuanto a las compras, “garantizamos las mejores condiciones



Una iniciativa reciente es el cambio de modelo, empezando por la estética, de la ferretería tradicional, más almacén (izq.), a un recinto diáfano a recorrer por el cliente (d).

Coarco, de la ferretería al hogar

La Cooperativa cumple cincuenta años con una estrategia marcada por la diversificación de la oferta al cliente y por la expansión de la empresa hacia la provincia oriental.



Juan Ignacio Pérez-Nievas es el director gerente de Coarco desde hace cinco años.

mediante acuerdos con grandes centrales como Big Mat (construcción), Cealco (fontanería) o Euronics (Electrodomésticos).

Además participamos como accionistas de Profer, la central nacional de ferretería y somos socios de una cooperativa alemana,

Hagebau, que factura 6.500 millones de euros anuales”.

En cuanto a la venta “hemos desarrollado un proyecto, materializado en un nuevo modelo de ferretería. El del mostrador delante, a la entrada, con un almacén detrás y un gran estocaje a donde iba el cliente para adquirir una sola cosa se ha quedado obsoleto. Ahí no vendes, sino despachas. La idea era tener de todo y eso no puede ser, hay que priorizar



Uno de los pasillos en la central.

proveedores y mercancía para mejorar el servicio al cliente. Proponemos a los socios otro concepto con el mostrador al fondo, diáfano y a recorrer. Puede ir por una cosa pero acaba comprando

más. Es el sentido del local recientemente inaugurado en Gran Canaria. Ya tenemos dos tiendas en Tenerife y esperamos que sean diez a final de año”.

Coarco reinventó el diseño para salir de la crisis que, señala su gerente, “claro que afectó”, a u n q u e ahora “estamos en un repunte”. Como curiosidad señala: “¿Lo que más vendemos? No supone un volumen grande porque somos mayoristas,

pero puede reseñar mucha teja, desatascadores para el baño, un ladrillo refractario que soporta altas temperaturas ideal para las barbacoas o el carbón para lo mismo”.

¿AÚN TE SIGUES MOJANDO?



**NAVES - CUBIERTAS - AZOTEAS
TERRAZAS - PATIOS**

**Para Profesionales y Particulares
COMUNIDADES DE PROPIETARIOS**

