

BLACK FRIDAY EN TU TIENDA

Te dejamos una orientación clara para que cada negocio saque ventaja de las ofertas y tendencias en los días de descuentos

EXTRA
INFORMA PRIMERO Y MEJOR



Oportunidades para los hijos
los tenderos **Pág. 2**

Banco del Barrio: Conoce cómo ganar
\$1.000 en esta Navidad **Pág. 3**

Descuentos clave para surtir
tu tienda **Pág. 8**

Feria Talento desde la Tienda

puertas laborales para los hijos de los tenderos

Una iniciativa de la Red Ecuatoriana de Tenderos que ayuda a jóvenes a conectar con empresas y acceder a oportunidades de empleo.



La vida en una tienda de barrio enseña de todo: servicio, responsabilidad, puntualidad y trabajo en equipo. Sobre esa base nace "Talento desde la Tienda", una feria virtual de empleo impulsada por la Red Ecuatoriana de Tenderos, liderada por su presidente Guido Varela.



El objetivo es que las empresas de consumo conozcan y valoren el talento que existe en las familias tenderas, tanto en los propios dueños como en sus hijos, muchos de ellos jóvenes en búsqueda de su primera oportunidad laboral.

"Sabemos el esfuerzo que hacen a diario por su familia, y por eso hemos creado esta

Club de Beneficios RET: apoyo integral a las familias tenderas

La feria forma parte del nuevo Club de Beneficios RET, un programa que fortalece la gestión de las tiendas y mejora las oportunidades del hogar tendero. Con un pago anual, cada tienda puede afiliarse e incluir a cuatro

miembros del hogar, quienes acceden tanto a la feria como a ventajas exclusivas. Por lanzamiento y Black Friday, la afiliación tiene un valor promocional de \$20,50 + IVA por un año. La inscripción

se realiza únicamente por el WhatsApp oficial 099 895 8661; la RET recuerda que no maneja cobradores ni intermediarios para evitar estafas. "Talento desde la Tienda" se convierte así en una forma concreta de acom-

pañar a quienes sostienen la vida de los barrios del país. Es una iniciativa que reconoce el valor de la tienda de barrio y el talento de sus hijos, acercándolos a oportunidades que pueden transformar su futuro.

feria para que las principales empresas del país puedan ver ese talento", señala Varela.

La plataforma está organizada en cuatro bloques pensados para cubrir las principales necesidades del sector:

• **Oportunidades laborales.** Los tenderos y sus hijos pueden cargar su currículum, que será visible para todas

las empresas participantes.

• **Oportunidades de negocio.** Acuerdos comerciales diseñados para mejorar la rentabilidad de la tienda.

• **Club de beneficios.** Descuentos y promociones especiales exclusivas para miembros de la Asociación.

• **Empresas participantes.** Un directorio donde cada

compañía explica su trabajo y cómo se vincula con la comunidad tendera.

A diferencia de un proceso tradicional -donde se aplica a una vacante puntual- esta feria introduce un esquema innovador: los jóvenes postulan a un área de interés, no a un cargo específico. Su perfil se mantiene activo y visible para

las empresas participantes y para las que se sumen después, permitiendo que sean considerados en futuros procesos de selección según las necesidades reales de contratación.

Varela destaca que las empresas involucradas están comprometidas a valorar el perfil del tendero, un trabajador acostumbrado a resolver problemas, atender clientes, manejar inventario y mantener el orden en un negocio de alto movimiento.

La campaña arrancará el 1 de diciembre en Guayas y avanzará luego a Manabí (enero), Azuay (febrero) y Pichincha (marzo). Equipos de la RET visitarán cerca de 70.000 tiendas en el país, entregando información directa a las familias tenderas para facilitar su inscripción.

Los juegos del barrio



**Une con
líneas y
descubre
todo lo que
puedes
hacer
en tu
Banco
del Barrio.**

- Giros nacionales
- Servicios básicos
- Matriculación vehicular
- Banco del Barrio
- Ventas por catálogo
- Giro internacional
- Retiros
- Acción de sacar dinero de una cuenta bancaria.
- Envíos de dinero que se realizan dentro del mismo país.
- Envío de dinero desde o hacia otro país.
- Pagos de luz, agua, teléfono e internet.
- Trámite anual para registrar legalmente un vehículo.
- Corresponsal no bancario que están en el corazón de todos los barrios.
- Compra de productos a través de una revista.

Banco del Barrio |  **Banco Guayaquil**

P



GANA

\$1.000

enviando tus **giros** al exterior

Participa con envíos superiores a **\$50** a:



México



Colombia



Perú

*Promoción válida del 17 de noviembre al 28 de diciembre de 2025.
*Aplican términos y condiciones.

Banco del Barrio |  **Banco Guayaquil**

Para muchos tenderos, el carro no es un lujo: es la herramienta que permite abastecer la tienda, movilizar productos y mantener el negocio operativo cada día. Por eso, saber si conviene repararlo o dar el salto hacia un vehículo nuevo no es una decisión menor. Marcos Barreto, mecánico con 20 años de experiencia atendiendo autos utilizados para trabajo diario, explica cuáles son las señales que determinan si un vehículo aún tiene vida útil o si ya se convirtió en un gasto que afecta la rentabilidad.



Barreto asegura que la primera alerta es simple: cuando el carro pasa más tiempo en el taller que trabajando. Este patrón se repite especialmente en vehículos que nunca recibieron mantenimientos adecuados. "Si un carro vive entrando al mecánico, el costo emocional, el tiempo perdido y la factura sumada terminan siendo más altos que una buena reparación o incluso que un cambio de vehículo", afirma.

Calcular cuándo reparar deja de ser rentable no siempre es fácil. Depende del criterio del dueño y, sobre todo, de la honestidad del mecánico. "Hay tenderos que toleran fallas porque el carro todavía 'rueda', pero no calculan cuánto dinero les está absorbiendo", explica. Un vehículo mal mantenido puede esconder fugas, desgastes y daños progresivos que no se ven de inmediato, pero que elevan el costo final.

Invertir o reparar: cómo decidir si ya es momento de cambiar el carro

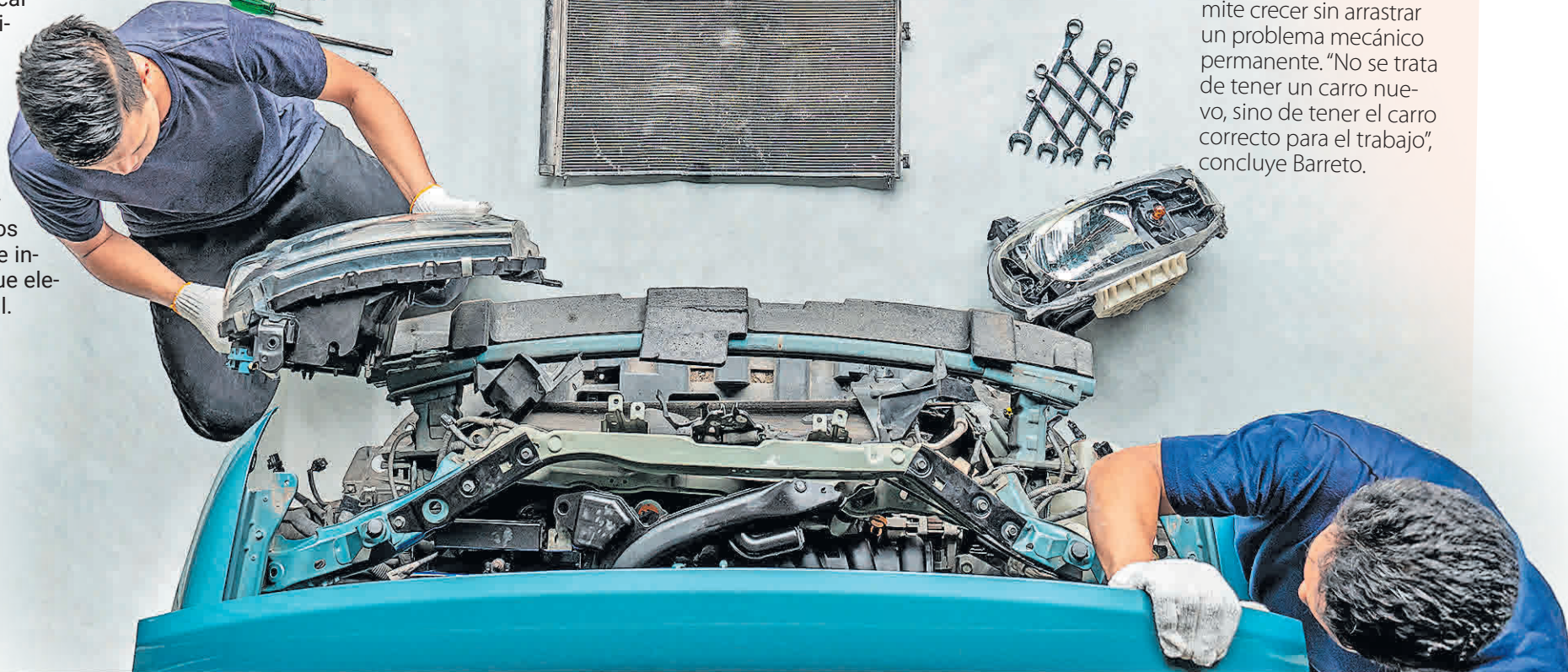
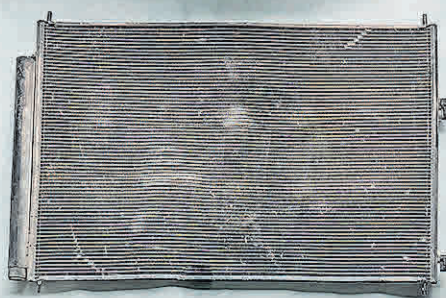
En el caso de las tiendas de barrio, hay partes del carro que sufren más debido al uso diario en zonas urbanas: frenos, suspensión, llantas y los cambios de aceite. La carga constante, las calles irregulares y el tráfico pesado aceleran el desgaste. Cuando estas piezas se deterioran al mismo tiempo o con demasiada frecuencia, es señal de atención.

Fallas recurrentes, costos crecientes y malas reparaciones pueden volver inservible un vehículo.

Para evitar decisiones impulsivas, recomienda analizar tres puntos:

- 1.** La necesidad real del negocio. ¿El carro actual limita las ventas o el abastecimiento?
- 2.** La proporción entre costo de reparación y costo de un vehículo nuevo.
- 3.** La capacidad de pago sin comprometer inventario o caja diaria.

La clave es evaluar con frialdad la vida útil del carro y su impacto en el negocio. A veces, una buena reparación con mano de obra calificada resulta ser la mejor inversión. Otras veces, cambiar de vehículo permite crecer sin arrastrar un problema mecánico permanente. "No se trata de tener un carro nuevo, sino de tener el carro correcto para el trabajo", concluye Barreto.



Cómo elegir un mecánico confiable (y no terminar gastando de más)

Para un tendero que depende de su vehículo todos los días, elegir mal al mecánico puede significar perder dinero, tiempo y hasta la herramienta de trabajo. ¿Cómo evitarlo? Lo primero es buscar referencias: familiares, otros tenderos y vecinos suelen conocer talleres que trabajan bien y cobran lo justo. Una señal clave de confiabilidad es la transparencia. Un buen mecánico explica qué se va a reparar, muestra las piezas dañadas y entrega un presupuesto por escrito. También respeta los tiempos y no cambia repuestos sin autorización.

Otro punto importante es elegir talleres que trabajen con facturación y garanticen las reparaciones. Eso evita sorpresas si el daño reaparece. Finalmente, desconfíe de los "arreglos milagrosos" o precios demasiado bajos. Como dice el experto Marcos Barreto, una mala mano de obra puede deteriorar más el carro y terminar generando gastos mayores. Un mecánico serio no solo repara: cuida la vida útil del vehículo.

Pero las averías verdaderamente críticas son las del motor. Barreto explica que las fugas de aceite o refrigerante son síntomas de que el carro está entrando en una etapa de deterioro peligroso. Muchos conductores siguen manejando pese a notar fugas, y esa decisión puede derivar en recalentamientos, daño del empaque del cabezote o fallas internas mucho más costosas. "Un motor

sin refrigerante o sin aceite simplemente se muere. Y un motor muerto ya no es inversión; es pérdida", insiste. Entonces, ¿cuándo conviene cambiar de vehículo? Para Barreto, la respuesta combina mecánica y finanzas. Un carro bien mantenido, incluso si es antiguo, puede durar años más con una buena intervención. Pero si las reparaciones superan los 2.000 o 3.000 dólares frecuen-

temente, o si el negocio ha crecido y el vehículo quedó pequeño para la operación, puede ser más rentable comprar uno más eficiente. Aun así, advierte que muchos tenderos caen en el error de endeudarse por impulso. "He visto gente que, por no pagar 2.500 dólares de reparación, compra un carro de 15.000 y se mete en deudas de cinco años. Eso es un mal negocio si no lo pensaron bien".

MI NLR SIEMPRE PUNTUAL Y MI MOTOR COMO RELOJITO

RECOMENDADO POR LOS QUE SÍ SABEN
SERVICIO POSVENTA CHEVROLET

100% HECHO EN JAPÓN
TECNOLOGÍA ISUZU
JUNTOS PARA CONQUISTAR EL CAMINO

El error que más endeuda a los negocios

Para el tendero, la clave en temporada de promociones es planificar los gastos del negocio, analizar bien cada oferta y usar con cuidado la tarjeta de crédito.



Para el tendero, diciembre suele ser un mes "bueno": llegan más clientes, suben las ventas y aparecen promociones que parecen irresistibles. Pero en esa misma temporada, también aumentan las deudas. El economista Jorge Calderón explica que muchos tenderos cometen un error común: creer que todo está en descuento solo porque es Black Friday.

"Algunos comercios suben precios semanas antes y luego presentan supuestos descuentos. El tendero ve el 50% o 70% y piensa que es una oportunidad para abastecerse o comprar algo para la casa, pero no compara ni analiza", advierte. Este impulso genera gastos que no estaban en el presupuesto de la tienda ni en el familiar.

Un problema habitual es llegar a estas fechas sin un cálculo real del dinero disponible. Muchos tenderos compran pensando en una venta fuerte que "seguro caerá". Pero esa expectativa no siempre se cumple. "No se puede gastar lo que todavía no entra. Ni en el negocio ni en el hogar", re-

calca el economista.

Otro foco de endeudamiento es la tarjeta de crédito. Para muchos tenderos es una herramienta diaria; sirve para comprar productos, pagar servicios o financiar arreglos inesperados. Pero en Black Friday, los diferidos abundan... y también los errores. Calderón señala que muchos aceptan cuotas largas sin mirar intereses ni comisiones. "La tarjeta no es un dinero extra; todo se paga. A veces es mejor comprar en efectivo y evitar compromisos que afecten la compra de mercadería en diciembre y enero".

Antes de gastar, el economista recomienda un ejercicio simple: preguntarse qué pasa si no compra eso que le llamó la atención. Si la respuesta es "nada", no es una necesidad para la tienda ni para la familia. Este filtro evita compras emocionales disfrazadas de oportunidades.

También es vital comparar. Aunque parezca básico, pocos tenderos revisan el precio real del producto antes del Black Friday o buscan alternativas en varias tiendas. Y sucede mucho

¿Cuándo sí conviene aprovechar el Black Friday para la tienda?

Aunque el Black Friday puede poner en riesgo la liquidez del tendero, también puede convertirse en una oportunidad cuando se compra con estrategia. La clave está en distinguir entre una compra impulsiva y una inversión que fortalezca el negocio.

Un buen momento para aprovechar las ofertas es la reposición de inventario de alta rotación: azúcar, gaseosas, snacks o lácteos. Si el descuento es real, la fecha de caducidad es amplia y el tendero sabe que esos productos se venden todos los días, la compra no afecta el flujo de caja, el inventario se mueve rápido y el ahorro se

refleja de inmediato.

También es una fecha ideal para invertir en equipos necesarios que estaban pendientes desde hace meses. Una refrigeradora más eficiente, una báscula precisa, estanterías nuevas o un congelador que permita ampliar la oferta son compras que mejoran la operación. Si estos equipos ayudan a reducir costos, por ejemplo, bajar el consumo de energía o permiten vender más, el descuento del Black Friday puede ser una ventaja real. Otra oportunidad es modernizar el sistema de cobro cuando los bancos lanzan promociones en lectores móviles. Menores comisio-

nes, depósitos más rápidos o dispositivos más estables significan más ventas y menos pérdidas por fallas técnicas.

Incluso puede ser útil adquirir insumos para el negocio del próximo año: empaques, bolsas reutilizables, etiquetas o productos para la temporada navideña. Comprar anticipadamente evita gastos altos en diciembre.

El Black Friday no es para comprar por comprar: es para invertir en lo que te hace trabajar mejor y hace crecer la tienda. Cuando una compra mejora el servicio, reduce costos o aumenta las ventas, entonces sí vale la pena aprovechar la fecha.

que lo que parece una ganga... realmente no lo es. Un precio inflado puede convertirse en una deuda innecesaria que afecta la operación de la tienda.

Si el tendero ya tiene deudas importantes -con proveedores, bancos o tarjetas- lo

mejor es no sumarse a la ola de compras. Cargar más gastos solo aumenta el estrés y complica los pagos en enero, un mes tradicionalmente lento para muchos negocios.

Calderón coincide en que el Black Friday puede ser una

buena oportunidad si se lo aprovecha con cabeza fría. Pero si se compra sin planificación, lo que parece un ahorro termina convirtiéndose en una carga que acompaña al tendero durante meses y afecta la estabilidad de su negocio.



En fechas de alto consumo como el Black Friday, los tenderos tienen una oportunidad real de impulsar sus ventas sin necesidad de grandes inversiones. Carolina Aguirre, experta en marketing digital y en crecimiento de negocios en redes sociales, explica que las tiendas de barrio pueden competir -y destacarse- con acciones simples, cercanas y estratégicamente pensadas para su comunidad.



Promociones simples, pero bien comunicadas

Según Aguirre, los tenderos no necesitan campañas costosas para llamar la atención. Bastan fotos claras de los productos y mensajes directos en Facebook o WhatsApp como "Promo de hoy", "Combo especial" o "Últimas unidades". Un catálogo en WhatsApp Business también agiliza la decisión de compra. Y un detalle poderoso: actualizar el horario y la ubicación en Google para aparecer en búsquedas como "tienda cerca".

La ventaja que las grandes cadenas no tienen

La cercanía es el verdadero diferencial de la tienda de barrio. "No se trata de competir a lo grande, sino de comunicar desde lo hu-

Black Friday en tu tienda: tácticas simples que aumentan ventas sin perder dinero

La clave está en comunicar mejor, aprovechar lo digital y aplicar descuentos inteligentes que no afecten la caja del día.

mano", señala Aguirre. Enviar mensajes a los clientes de siempre, colocar carteles visibles en el local o usar redes sociales para recordar que comprar en el barrio beneficia directamente al vecindario ayuda a generar un fuerte sentido de comunidad que las grandes cadenas no pueden replicar.

Las promociones que realmente funcionan

Para las tiendas pequeñas, Aguirre recomienda dos estrategias clave:

- Producto gancho. Elegir un artículo de alta rotación -como arroz, azúcar o huevos- y ofrecerlo con un descuento llamativo. Ese producto atrae al cliente al local y abre la puerta a otras compras con mejor margen.

- Combos de solución. Armar conjuntos que respondan a una necesidad completa, por ejemplo, un "combo desayuno" con pan, café y queso a un precio atractivo. Esto ayuda a mover inventario lento y aumenta el ticket promedio sin depender de grandes descuentos.

WhatsApp y redes: aliados sin costo

WhatsApp funciona como

"el vendedor del negocio". Permite confirmar stock, enviar fotos, tomar pedidos y hasta cerrar ventas por transferencia.

Facebook e Instagram ayudan a mostrar lo que está pasando en tiempo real y despiertan ese "no me lo quiero perder". TikTok o Reels, en cambio, pueden dar visibilidad rápida con videos cortos, simples y espontáneos: un refresco más barato de lo normal en un clip de siete segundos puede atraer a todo el barrio.

Los datos del día a día también venden

Los tenderos tienen información valiosa sin saberlo. Aguirre recomienda revisar cinco preguntas clave cada día:

¿Qué se acabó más rápido?, ¿qué se vende más en horas pico?, ¿qué me piden varias personas?, ¿qué casi no se mueve? y ¿qué podría combinarse en un combo?

Con eso pueden decidir qué promocionar, qué reabastecer primero y cómo mover el inventario muerto antes de que pierda valor o se acerque a su fecha de vencimiento.

Errores que pueden salir caros

Bajar demasiado los precios, ofrecer descuentos en productos con poco margen o anunciar promociones sin stock son fallas comunes que afectan la liquidez. En Black Friday, la claridad y la rapidez son determinantes: ofertas reales, simples y fáciles de cumplir. El Black Friday puede ser una fecha clave para el tendero si sabe aprovechar lo que ya tiene: cercanía, comunidad y una comunicación digital práctica y humana.



Especial del tendero

Las compras que sí convienen al tendero en Viernes Negro

El Black Friday no solo mueve a las grandes cadenas. Para el tendero, esta fecha representa una oportunidad estratégica para abastecer el local con productos que realmente se venden y que fortalecen el margen sin comprometer espacio ni capital. Elegir con criterio marca la diferencia entre un inventario que rota y uno que se estanca. Por eso, resulta clave identificar las categorías de mayor salida en el barrio y aprovechar las ofertas de proveedores para comprar lo justo y necesario.

A continuación, la lista de productos que conviene priorizar durante los días de descuentos y las razones que respaldan cada elección, pensadas para maximizar resultados y evitar pérdidas.

Alimentos básicos de alto movimiento

Son compras seguras porque el cliente los lleva todo el año.

Arroz
Aceite
Azúcar
Fideos
Atún y sardinas
Enlatados varios

Por qué convienen. Tienen rotación constante y permiten armar combos familiares con precios atractivos.

Productos de limpieza del hogar

La familia los compra con frecuencia y en formatos grandes.

Detergente en polvo y líquido
Jabón para platos
Cloro y desinfectantes
Papel higiénico y servilletas

Por qué convienen. Packs y formatos grandes aumentan el ticket sin comprometer espacio.

Una guía clara para elegir productos de alta rotación, buen margen y cero riesgos durante la jornada comercial más intensa del año.

Cuidado personal

Suelen tener descuentos fuertes en distribuidores.
Shampoo
Desodorantes
Cremas y jabones
Por qué convienen. Mantienen rotación estable y permiten precios competitivos.

Snacks y confitería

Acompañan la compra principal y elevan el margen.
Papas fritas
Galletas
Chocolates
Barras y dulces
Por qué convienen. Son productos de impulso perfectos para mostrador o caja.

Pequeños electrodomésticos económicos

Solo si el tendero tiene espacio y clientela que los demande.

Planchas
Licuadoras básicas
Cocinas pequeñas

Por qué convienen. Generan ingresos altos con poca inversión si se venden bien en el barrio.

Bebidas

Son compras seguras porque se intensifican en fines de semana, feriados y días de compras masivas.

Gaseosas
Aguas
Jugos
Energizantes

Por qué convienen. Permiten promociones por volumen y atraen compra por impulso.

