

# Ferreterías independientes: una oportunidad de rentabilidad para proveedores de materiales de construcción



## Por Claudio Parraguez - Socio PMG Chile

El mercado de la distribución de materiales para la construcción y mejoramiento del hogar en Chile, comercializa cerca de US\$ 6.000 millones al año. El 87% de este monto se reparte, principalmente, entre grandes empresas de distribución y las llamadas “ferreterías encadenadas”, como Sodimac y MTS respectivamente, siendo el 13% restante, correspondiente a US\$ 1.000 millones, las ventas de las ferreterías tradicionales o independientes.

Dada la relevancia que el canal de ferreterías independientes sigue representando hasta hoy, es que en PMG hemos desarrollado el estudio “**Caracterización del Mercado Ferretero 2018**”. De esta manera, y luego de entrevistar a más de 1.500 dueños y/o encargados de distintas ferreterías – de un total en Chile de aprox. 2.400 puntos de venta – logramos relevar tanto las oportunidades como los desafíos de dicho mercado, a la vez que identificamos cómo los proveedores podrían aprovechar de mejor manera este canal.

## Identificando una oportunidad de negocio

Los proveedores de materiales de construcción tienen, principalmente, 3 grandes canales para llegar a sus clientes finales: venta directa a través de ejecutivos comerciales, enfocada en grandes y medianas empresas de construcción; venta a través de grandes distribuidores y ferreterías encadenadas; y venta por canales tradicionales, como ferreterías independientes, cuyos principales clientes son pymes, maestros y personas.

Una de las decisiones claves de las empresas proveedoras, es elegir un mix de canales que les permita llegar a sus clientes finales de forma adecuada, cumplir sus metas de venta y además lograr márgenes atractivos de contribución.

**En este escenario, es fundamental que los proveedores del sector de la construcción se pregunten: ¿las ferreterías independientes constituyen una oportunidad para mi negocio?**

El canal ferretero independiente, es un canal que posee un mayor potencial de generación de margen para el proveedor, comparado con los canales de venta directa y grandes cadenas de distribución.

Sin embargo, el canal ferretero independiente es un canal atomizado y de difícil cobertura, ya que son muchos puntos de venta, pero en su conjunto pueden lograr un volumen atractivo de negocio. Por tanto, si un proveedor de materiales de construcción quisiera aprovechar las oportunidades que ofrece el canal ferretero tradicional, debiese considerar los siguientes pasos:

1. Identificar dónde están localizados y cuáles son las características de los puntos de venta de ferreterías independientes, con el fin de seleccionar aquellas que mejor se acomodan a sus capacidades y necesidades.

2. Desarrollar una metodología comercial enfocada en la cobertura eficiente de los puntos de venta.

3. Desarrollar una logística eficiente para distribución de pequeño lote en rutas urbanas.

Considerando lo planteado, cabe plantearse **¿por qué entonces no existe una gran cantidad de proveedores aprovechando las oportunidades que brinda el canal ferretero?**

Una de las razones arrojadas por nuestra investigación, es que muchos de los proveedores no conocen cómo se configura el mapa de puntos de venta ferreteros a lo largo del país, ni tampoco cuáles son sus respectivas características, necesidades y poderes de compra.

Al respecto, nuestro estudio **“Caracterización del Mercado Ferretero”**, subsana dichas interrogantes.

### **Hitos relevantes del estudio**

Nuestra investigación de mercado caracterizó más de 1.500 puntos de venta a lo largo de Chile, levantando información central para cada una de estas ferreterías, como por ejemplo: tamaño; volumen de ventas; categorías principales de venta; perfil de clientes al cual atiende; servicios complementarios; entre otros.

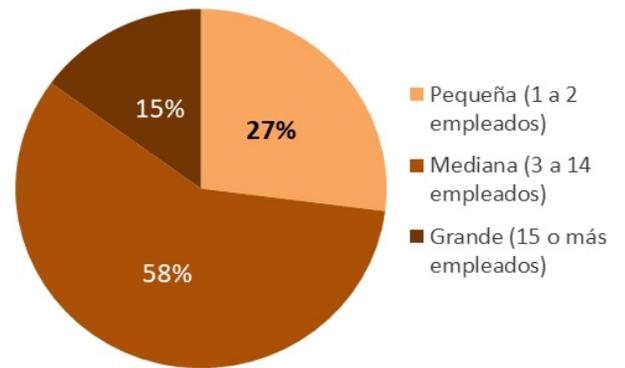
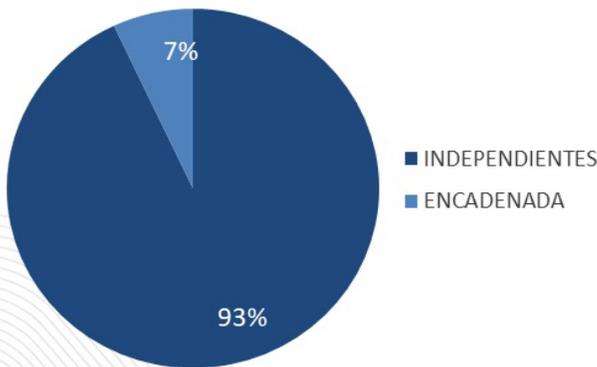
A continuación presentaremos algunas de las características centrales que hemos relevado de nuestro estudio:

En primer lugar, se destaca que aproximadamente 9 de cada 10 ferreterías encuestadas son independientes, siendo más de la mitad de éstas medianas, según el número de trabajadores declarados.

Figura 1: tipos y tamaños de las ferreterías en Chile

### TIPO DE FERRETERIA

### TAMAÑO DE LA FERRETERIA

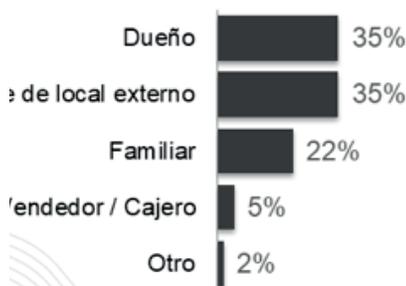


Por otro lado, los resultados del estudio arrojaron que el 20% del total de la muestra tiene locales asociados, mientras que más de la mitad de éstos tienen solo hasta 50 mts<sup>2</sup> útiles.

Al consultar a los entrevistados con respecto a la administración de los locales, destacan, sobre todo, dueños, manteniendo el carácter familiar del negocio. Por otra parte, se valida el hecho que este es el canal preferente para llegar a personas y maestros, en cuanto a compra de conveniencia se refiere.

Figura 2: Administración y clientes

### ¿QUIÉN ADMINISTRA LA FERRETERÍA?



### PRINCIPAL CLIENTE QUE HABITUALMENTE ATIENDE



Referente a los servicios ofrecidos, cabe destacar que más de la mitad de las ferreterías encuestadas ofrece línea de crédito, coexistiendo el uso de crédito de la ferretería y tarjeta de crédito.

## Reflexión

Conocer y desarrollar el mercado de las ferreterías independientes, constituye un imperativo para aquellos proveedores que desean incrementar su participación en los segmentos de personas y pymes, posicionar sus marcas y, sobre todo, mejorar sus márgenes de contribución.

Otro aspecto clave a considerar, es que el segmento de las ferreterías tradicionales valora el relacionamiento directo con sus proveedores, siendo este punto fundamental en la decisión de sus compras. Por ello, el desafío para los proveedores es lograr una vinculación directa, profunda y, a la vez, eficiente con los dueños y administradores de este canal.

**¿Te pareció interesante este artículo? Contáctanos y sigamos conversando.**



**Claudio Parraguez:** Socio PMG. Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, Magíster en Economía Aplicada de la Universidad de Chile y MBA ESADE. Profesor de Marketing Estratégico de Negocios y Aplicado. Además fue Gerente de PRESEC, también de Ventas y Marketing de Hormigones PREMIX y Gerente Comercial de INSTAPANEL Imsa Chile; entre otros.

✉ [claudio.parraguez@pmgchile.com](mailto:claudio.parraguez@pmgchile.com)