



NICOLÁS BIRCHMEIER R.

“El mercado minorista de materiales de construcción en Chile está bien desarrollado, con tiendas consolidadas como el principal modelo de ventas y un modelo que se ha expandido gradualmente a otros países latinoamericanos”, señaló la firma china Oriental Yuhong, como parte del análisis de la industria local, en medio del acuerdo que alcanzó con la familia del empresario Gabriel Ruiz-Tagle para adquirir la cadena Construmart.

La operación, comunicada al mercado y al regulador chino hace un mes atrás, reflejó el interés del grupo asiático Beijing Oriental Yuhong Waterproof Technology para su aterrizaje en Chile, con el objetivo de agitar al rubro de los materiales para la construcción en el mercado local.

La compañía llegará a competir en una industria que ha enfrentado años delicados debido al bajo crecimiento económico del país, que afectó la actividad de las personas y los proyectos de profesionales en el sector.

De la mano de Construmart, la firma oriental saldrá a disputar cuotas de mercado contra grandes actores de la talla de Sodimac (Grupo Falabella) y la cadena Easy (Cencosud). También deberá enfrentar una dura competencia con el atomizado rubro de las ferreterías, que en los últimos años ha registrado un incremento en su presencia nacional.

Según datos de la firma de gointeligencia Xbrein, en Chile se contabilizan unos 2.125 locales pertenecientes a los segmentos de Mejoramiento del Hogar y Ferreterías. La cifra implica un alza de 29,4% respecto a la suma de ambas categorías (1.642 tiendas) en 2020. Al desglosar la cifra, la firma indica que existen unas 240 ubicaciones correspondientes a las cadenas de Mejoramiento del Hogar, lo que implica un incremento de 16% versus el 2020. Según Xbrein, Construmart posee un 12,6% de participación en términos de número de locales distribuidos a nivel nacional.

Tras acuerdo entre la firma china Oriental Yuhong y la familia Ruiz-Tagle para adquirir la cadena

La competencia que enfrentarán los nuevos dueños de Construmart ante el atomizado mercado de ferreterías

● Especialistas apuntan a que la principal disputa entre grandes cadenas versus pequeños y medianos ferreteros podría concentrarse en las grandes ciudades del país.



De acuerdo a un reporte de Xbrein, se registran 1.885 ferreterías distribuidas a nivel nacional.

Por su parte, el reporte registra unos 1.885 locales de ferreterías en el país, un alza de 31,35% en comparación a las 1.435 ubicaciones registradas en 2020.

Mercado atomizado

En el mercado de ferreterías, los principales actores son los grupos Chilemat y MTS, quienes potenciaron el modelo de

alianzas con pequeños ferreteros para enfrentar el crecimiento que tuvieron firmas como Sodimac, Easy y Construmart hace unas décadas atrás. Reportajes publicados en este medio en 2003 señalaban que muchos actores pequeños y medianos salieron del mercado ante una disminución de sus retornos y márgenes, explicada por el auge de las grandes cadenas de Mejora-

miento del Hogar en esos años. Daniel Encina, CEO y fundador de Xbrein, señaló que las ferreterías, “al ser formatos de superficies relativamente pequeños y con carácter vecinal, la posibilidad de expansión es ciertamente más sencilla” en comparación a las grandes cadenas que tienen “superficies considerablemente más altas y con localizaciones principalmente en distintos for-

matos de centros comerciales”. Entre los *players* del rubro ferretero, Chilemat posee un 7,7% de participación de mercado medido por número de tiendas, mientras que MTS tendría un 7,2%. Más atrás aparecen otros actores como Masisa (2,5%), Prodalam (2,2%) y Ferrexperto (2,2%), esta última ligada a Construmart. El listado sigue con ferreterías que poseen una participación del 1% o menos.

En cuanto a la distribución territorial, Xbrein señaló que el 33,9% de las tiendas de Mejoramiento del Hogar y un 33,5% de las ferreterías se ubican en la Región Metropolitana.

Otras regiones que poseen una fuerte presencia de ambos segmentos son Biobío, con 8,4% cada una, y Los Lagos, con 6,3% y 6,5%, respectivamente.

En este aspecto, las ferreterías de barrio jugarían un papel importante. “Chile tiene una gran dispersión territorial, lo que mantiene la relevancia de las ferreterías de barrio y crea espacio para alianzas o redes que mejoren la logística y el acceso a surtido”, dijo Jorge Bullemore, docente de la ESE Business School de la U. de los Andes.

Competencia

Christian Oros, *consumer insights manager* de Altevo, señaló que la entrada al mercado de un operador chino podría facilitar el arribo de productos a bajo cos-

to, dado que tendría un poder de negociación más directo con los proveedores asiáticos. “La llegada de este operador (Oriental Yuhong) podrá ser más competitiva para un Sodimac o Easy, pero también puede afectar la existencia de algunas ferreterías locales”, dice. De todos modos, enfatizó que esta situación “podría darse principalmente en las grandes ciudades, puesto que las ferreterías a nivel regional o provincial tienen una gran ven-

EXPANSIÓN
 La industria ferretera creció casi un 30% desde 2020 a la fecha.

torial, Xbrein señaló que el 33,9% de las tiendas de Mejoramiento del Hogar y un 33,5% de las ferreterías se ubican en la Región Metropolitana.

taja por su ubicación y cercanía a los barrios”. Bullemore, de la U. de los Andes, indicó que si bien “las grandes cadenas concentran gran

parte de la venta (algunos estudios independientes señalan sobre el 80% de la facturación), esta dinámica se da principalmente en áreas urbanas, mientras que el grueso de las ferreterías independientes cubre zonas intermedias y rurales”. En ese sentido, aseguró que “ningún actor tiene una participación que le permita dominar completamente el mercado”.

En cuanto a una posible “guerra de precios” para disputarse el mercado con la entrada del nuevo dueño de Construmart, Oros indicó que podría afectar principalmente a las grandes cadenas, como Easy y Sodimac. En tanto, afirmó que si bien algunas ferreterías de barrio podrían enfrentar complicaciones, destacó que su ubicación les brindaría una ventaja competitiva.