

Limpito abastece a almacenes y carnicerías

Comerciantes de Maipú crearon marca propia de detergentes

Desarrollaron un portafolio de productos con precios atractivos para el canal tradicional.

MELISSA FORNO

Pablo Ortiz y Solange Hormazábal tenían experiencia en el comercio de barrio. La pareja, oriunda de Maipú, administró durante tres años un minimarket que se abastecía de detergentes a través de un proveedor que les vendía en forma directa.

“Cuando planeamos entrar en el negocio de detergentes nos pusimos a hacer cursos. En esta categoría las cadenas grandes están bien posicionadas, pero hay muchos consumidores que no pueden pagarlos, porque se venden sobre los \$4.500 en las góndolas. En ese minuto nos dimos cuenta de a qué tipo de clientes teníamos que llegar, sin ser nosotros sus despachadores directos”, dice Ortiz, que, en paralelo al negocio, se desempeñaba como supervisor en terreno para una empresa que le prestaba servicios al Estado.

Otro punto que los motivó a ingresar a este mundo fue su experiencia con los detergentes que vendían en su minimarket: “Tuvieron un alza en su precio y disminuyó su calidad. La gente lo notó inmediatamente, ya que no estaban limpiando como antes”, recuerda.

Su intuición de que había una oportunidad desarrollando una marca propia de detergentes, a un precio más conveniente, pero de buena calidad, la ratificó conversando con feriantes y otros almaceneros que hablaban constantemente con clientes sobre los precios de estos productos, tanto en las grandes tiendas como en el comercio de barrio.

Así nació “Limpito”, cuyos detergentes cuentan con un porcentaje

de tensoactivos que varía entre un 5% y un 10%. “Usualmente, los de las grandes marcas tienen un 16%”, afirma. Los tensoactivos son compuestos químicos que disminuyen la tensión superficial del agua, facilitando la limpieza al permitir que el agua se mezcle con los aceites y la suciedad. Para que tuvieran buena aceptación, los de Limpito debían tener un precio atractivo para los comerciantes, para que lo pudieran vender a un valor asequible para todos sus clientes.

“La gente se reía al principio por el nombre ‘Limpito’. Ese nombre se le ocurrió a mi hijo. Las mismas ‘tallas’ generaron recordación y que la gente comenzara a comprarnos, porque les empezó a gustar y se fue corriendo la voz. El primer producto fue un detergente para ropa cuyo aroma es similar al de una marca bien conocida, hace siete años. Esto nos ayudó a que se masificara. Entramos a los locales de manera lenta”, recuerda.

“Después, sacamos un lavaloza, otro detergente con un aroma más delicado o un ‘toque soft’; un suavizante, un cloro, un antigrasa, otro limpiador que saca sarro y un detergente para ropa de uso industrial. Este último se llama ‘El quitamanchas’, que penetra a mayor profundidad en las telas y elimina el olor a grasa, impregnando la ropa con un aroma agradable”.

Sus productos los ofrecen en formatos de 2 a 5 litros, desde \$1.590 hasta \$2.390, para ventas que contemplan un mínimo de 10 unidades, y se pueden mezclar los productos. “Casi siempre nos compran un mínimo de 10 y un máximo de 100”, detalla. En su local, ubicado en la calle Pangal, en Maipú, también venden a clientes que adquieren menos unidades. “Muchos vienen a nuestro local



Pablo Ortiz detalló los orígenes de su marca propia de detergentes.

DAVID VELÁSQUEZ

cuando llega fin de mes”, destaca.

¿Qué tipo de productos le compran las carnicerías?

“Limpiapiños, cloro y detergente concentrado para la limpieza de la ropa (de sus trabajadores)”.

¿Cómo llegó a ser proveedor de minimarkets en las inmediaciones de Viña del Mar y Arica?

“Vamos a Viña del Mar cada 15 días. Todo partió con una cliente que tiene un negocio de barrio en Las Palmas y se corrió la voz entre los comerciantes del sector. También proveemos a locales de Arica. Estos últimos vienen a la Región Metropolitana dos veces al mes y se llevan tres o cuatro pallets”.

Limpito

- Dirección: Calle Pangal N° 1708, Maipú.
- Instagram: @detergenteslimpito
- WhatsApp: +56 9 78238514