



La especialización y el consumidor, claves de futuro

EL IMPORTANTE PAPEL DE LA INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA COMERCIAL, CÓMO SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE O EL FUTURO DEL SECTOR FUERON ALGUNOS DE LOS TEMAS QUE SE ANALIZARON EN EL V CONGRESO AECOC DE FERRETERÍA Y BRICOLAJE, CELEBRADO EN VALENCIA EL PASADO MES DE FEBRERO. CERCA DE 300 PROFESIONALES SE DIERON CITA EN ESTE EVENTO, QUE YA SE HA CONVERTIDO EN EL PRINCIPAL PUNTO DE ENCUENTRO ANUAL DEL SECTOR EN ESPAÑA.



FERRETERÍA Y BRICOLAJE

Ana Martínez

El sector de ferretería y bricolaje se caracteriza por tener una distribución muy atomizada -existen unas 10.000 ferreterías en España-, con organizaciones comerciales escasas y un surtido con un gran número de referencias. Pese a las dificultades aparentes, se trata de un sector fuerte y dinámico, tal y como pudo comprobarse en el V Congreso AECOC de Ferretería y Bricolaje.

El sector ante la nueva Europa

El mercado europeo de ferretería y bricolaje está muy concentrado. Tan sólo tres países -Alemania, Francia y Gran Bretaña- aglutinan el

86% de las ventas. Es, además, un sector que cuenta con una distribución difusa y difícil de cuantificar y que precisa unos canales y productos bien definidos.

Si miramos la situación en España vemos que no existe en nuestro país una gran afición al bricolaje, aunque todos apuntan a un gran potencial futuro. En cuanto a los canales de distribución de estos productos, las ferreterías tradicionales tienen un peso enorme, hasta el punto de concentrar el 65% de las ventas. Como la mayoría de empresas familiares, las ferreterías tienen hoy ante sí dos retos importantísimos: su continuidad como negocio y la necesidad de expansión.

Contrastando las cifras aportadas por Juan Carlos Ramírez, subdirector general de GfK, y Gabriel Gómez, business manager, se puede vislumbrar que el mercado español está creciendo por encima de otros países líderes -presenta un incremento del 67% frente al 45%, aunque se trata de un mercado que tiene un comportamiento claramente estacional.

En lo que a distribución se refiere, en España se registra una clara tendencia a adquirir los productos más económicos y menos especializados en las grandes superficies y los productos especializados y de mayor valor en las ferreterías tradicionales, que ofrecen mayor confianza y atención personalizada.

¿Hacia dónde se dirige el sector?

"El mercado de ferretería y bricolaje es un mercado grande, incomprendido e insatisfecho". Partiendo de esta base, José Luis Nueno -profesor del IESE- ve en la especialización una clara oportunidad para este mercado. Esta idea es, justamente, la que ha implementado en su empresa Juanjo Doménech, co-gerente de Ferretería Gandiense, para quien la especialización es, junto al servicio al cliente y al servicio post-venta, pilar fundamental en la estrategia de su negocio.

Así pues, según José Luis Nueno, profesor del IESE, el futuro del sector se basa en realizar un esfuerzo coral, "porque no es suficiente hacer sólo una cosa sino que es necesario hacer muchas: hay que prestar un buen servicio técnico, tener una marca potente, ofrecer buenas garantías, promociones atractivas, buenos productos sustitutivos en el caso de que se estropeen las herramientas, etc.". Todo ello complementado con tres ideas: fuerte implicación en la innovación, búsqueda de ideas en mercados similares y, muy importante, fomento de la formación de nuevos profesionales.

Por su parte, José Manuel Fernández, director general de Ferronoticias, considera que existen una serie de factores (oportunidades o amenazas) que van a ser determinantes a la hora de definir su futuro en la nueva Europa:

- La globalización de los mercados, que supondrá una mayor facilidad para hacer intercambios.

Ferretería y bricolaje: algunos datos

El sector de la ferretería y el bricolaje factura en España entre 7.500 y 8.000 millones de euros anuales, que se distribuyen de la siguiente forma:

Ferreterías
entre 5.800 y 6.000 millones de euros.

Especialistas
entre 800 y 900 millones de euros.

Hipermercados
entre 1.000 y 1.200 millones de euros.