PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA

Coimportaciónes Ferreteras Vel-Riv S.A.S

Por

Andrés Felipe Velásquez Rivera

Asesor

Luis Fernando Quiros Arango

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Negocios Internacionales

Mercadeo Internacional

Medellín

2021

Reconocimientos

A Dios, por permitirme cumplir a cabalidad con todos los propósitos y exigencias.

Al cuerpo de docentes y directivas del programa Negocios Internacionales de la Universidad Católica Luis Amigó, por brindarme la oportunidad de desarrollar las capacidades y competencias aplicadas en este proyecto.

A mis familiares y amigos, quienes, con su optimismo y credibilidad, formaron parte en mi proceso de formación.

RESUMEN EJECUTIVO

En Colombia, el sector ferretero y de construcción han tomado un papel fundamental para el desempeño económico, ya que es una de las fuentes promotoras de empleo e inversión. Por esta razón, se ha observado durante los últimos años un incremento considerable en el interés del mercado debido a la adquisición de herramientas especializadas y de alta tecnología para éste sector. Así mismo, la importación de éste tipo de herramientas en Estados Unidos ha tomado gran auge, debido a la diversidad de tecnología, precios y funcionalidades que otros países ofrecen en materia de herramientas y que a su vez le brinda mayor eficiencia al sector de la construcción en el mercado colombiano.

Se lleva a cabo un estudio de mercado, el cual consiste en diseñar una estrategia a través de la elección de un portafolio de productos que pueda satisfacer las necesidades de los clientes potenciales. Esto, nos permite identificar qué tipo de productos es necesario introducir al portafolio de la empresa para lograr un impacto positivo en sus ventas y atraer más clientes.

Por lo tanto, resulta de suma importancia que las líneas de productos que se logren introducir en el portafolio sean rentables, atractivas para los clientes y tengan una propuesta de valor que los diferencie de los demás, por esto, importar productos Estados Unidos podría ser una propuesta atractiva para alcanzar este objetivo, ya que al importar productos con variedad de funcionalidades, nuevas tecnologías y precios atractivos, podrían aumentar su participación en el mercado de herramientas de ferretería y de construcción.

Abstrac

In Colombia, the hardware and construction sectors have taken on a fundamental role for economic performance, since it is one of the sources that promote employment and investment. For this reason, a considerable increase in market interest has been observed in recent years due to the acquisition of specialized and high-tech tools for this sector. Likewise, the importation of this type of tool in the United States has taken a great boom, due to the diversity of technology, prices and functionalities that other countries offer in terms of tools and which in turn provides greater efficiency to the construction sector. in the Colombian market.

A market study is carried out, which consists of designing a strategy through the choice of a product portfolio that can satisfy the needs of potential customers. This allows us to identify what type of products it is necessary to introduce to the company's portfolio to achieve a positive impact on its sales and attract more customers.

Therefore, it is extremely important that the product lines that are managed to be introduced in the portfolio are profitable, attractive to customers and have a value proposition that differentiates them from others, for this reason, importing products from the United States could be a An attractive proposal to achieve this objective, since by importing products with a variety of functionalities, new technologies and attractive prices, they could increase their share in the hardware and construction tools market.

Contenido

Reconocimientos 3

Resumen ejecutivo 4

Abstrac 5

Contenido 6

Lista de Figuras 10

Lista de Tablas 10

Introducción 11

1. Información General de la Empresa 12

1.1. Nombre de la Empresa y de la Marca 12

1.1.1. Nombre 12

1.1.2. Marca 12

1.1.3. Demostración de Elegibilidad del Nombre 12

1.2. Tipo de Empresa 13

1.2.1. Código CIIU 13

1.3. Descripción de la Empresa 14

1.4. Misión y Visión de la Empresa 14

1.4.1. Misión 14

1.4.2. Visión 15

1.5. Relación de Productos y/o Servicios 15

1.6. Ventajas Competitivas 17

1.6.1. Ventajas Competitivas 17

1.7. Trámites y Costos 18

2. Análisis de Entorno y Sector 21

2.1. Entorno 21

2.1.1. Colombia……..21

2.1.2. Perfil País Internacional Seleccionado.....24

2.2. Sector o Industria 27

2.2.1. Sector al Cual Pertenece 27

2.2.2. Rentabilidad del Sector.....27

2.2.3. Tamaño del Sector (Volumen de Ventas).....28

2.2.4. Tendencias de Crecimiento (Últimos Años).....28

2.2.5. Proyección de Ventas del Sector.....29

2.2.6. Estructura del Sector 29

2.2.7. Factores Claves de Éxito del Negocio 30

2.2.8. Cadena de Valor de la Industria.....30

2.2.9. Barreras de Ingreso o Salida del Sector 31

2.2.10. Competidores…….32

2.2.11. Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores.....33

2.2.12. Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos.....34

3. Análisis del Mercado 34

3.1. Objetivos de Mercadeo 34

3.1.1. Objetivo General.....34

3.1.2. Objetivos Específicos.....35

3.2. Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios 36

3.3. Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios 37

3.4. Mercado Competidor 38

3.5. Mercado Distribuidor.....44

3.5.1. Distribución Directa.....44

3.6. Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación 45

3.6.1. Comunicación……..45

3.6.2. Actividades de Promoción y Divulgación 45

3.7. Plan de Ventas.....46

3.7.1. Encuesta……...47

4. Análisis de Comercio Internacional.....54

4.1. Tratados Comerciales.....54

4.2. Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....54

4.3. Requisitos y Vistos Buenos 58

4.4. Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora 59

4.5. Participación en Ferias Especializadas 60

4.6. Rutas de Acceso.....61

4.7. Liquidación de Precios.....62

4.7.1. Si es Importador.....62

5. Análisis Técnico.....63

5.1. Descripción del Proceso de Producción.....63

5.2. Capacidad de Producción.....64

5.3. Plan de Producción 65

5.4. Recursos humanos para la producción.....65

6. Análisis Administrativo 65

6.1. Estructura Organizacional del negocio 65

6.1.1. Organigrama……66

6.1.2. Costo del personal y procesos administrativos tercerizados.....66

7. Análisis legal.....66

7.1. Tipo de Organización Empresarial 66

7.2. Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas 67

8. Análisis Financiero 68

9. Conclusiones 69

10. Recomendaciones 69

11. Referencias Bibliográficas 70

12. Anexos……72

Lista de Figuras

Ilustración 1.Registro Único Empresarial y Social RUES. 13
Ilustración 2. Consultas CIIU Cámara de Comercio de Medellín. 14
Ilustración 3. Elaboración Propia. 17
Ilustración 4. Acceso Marítimo. ColombiaTrade. 24
Ilustración 5. Infografía 2017: El Colombiano "Clúster de la Construcción". 28
Ilustración 6. DANE - 2017. 29
Ilustración 7. DANE - 2019 36
Ilustración 8. Página Oficial Impofer S.A 38
Ilustración 9. Página Oficial Mundial de Tornillos S.A. 40
Ilustración 10.Página Oficial Mundial de Tornillos S.A. 41
Ilustración 11. Página Oficial Hoyostools S.A. 42
Ilustración 12. Producto de Artículos Página Oficial Hoyostools S.A 43
Ilustración 13.DIAN - Sistema Armonizado Arancelario. 58
Ilustración 14. Página Web Wholesale Tools. 60
Ilustración 15. Principales Puertos de EE. UU Colombiatrade.com 61
Ilustración 16. Puertos Marítimos de Colombia. Elaborado por Legiscomex.com. 62

Lista de Tablas

Tabla 1. Elaboración Propia. 21
Tabla 2. Elaboración Propia. 22
Tabla 3. Informe MinComercio. 25
Tabla 4. FMI. 25
Tabla 5. Elaboración Propia. 26
Tabla 6. DANE - 2020. 30
Tabla 7. Elaboración Propia. 32
Tabla 8.Elaboración Propia. 47
Tabla 9. DIAN. 56
Tabla 10.MINCIT - Normatividad y Resoluciones. 59

Introducción

La compañía Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv Importará y comercializará productos de ferretería y materiales para la construcción en general, acorde con los niveles de competencia en el mercado actual a través del precio, la calidad y variedad de nuestros productos.

La propuesta para la creación de la compañía tiene como punto de partida la realización de un estudio de mercado aplicando la oferta, la demanda, el precio, los canales de distribución y el segmento del mercado donde influyen las decisiones de compra de los clientes potenciales ubicado en los municipios del Valle de Aburrá como Medellín, Envigado, Itagüí, La Estrella, Caldas y Sabaneta.

En este orden de ideas, se determina la viabilidad del proyecto proponiendo la creación de una empresa ferretera a través del estudio técnico donde se establece el tamaño del proyecto, su ubicación, los equipos requeridos y el personal idóneo para su funcionamiento. De la misma forma, se propone a través del estudio administrativo y legal, la estructura organizacional de la empresa, calculando la inversión a través del estudio económico para determinar los costos, ingresos y egresos para la ejecución proyecto.

Además, se presentan las conclusiones, recomendaciones y anexos, en donde se expone el criterio y alternativas; para lograr el mejoramiento de la empresa en el funcionamiento, principalmente en el mercado en que se desarrolla, para tener competitividad y respaldo en la distribución de sus productos.

1. Información General de la Empresa

1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca

1.1.1 Nombre

Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv S.A.S

1.1.2 Marca:

La marca tendrá el nombre de la sociedad sin incluir el tipo societario (SAS) teniendo en cuenta si llegara a realizarse un futuro cambio o transformación en la compañía, razón por la cual se deja en la imagen. Una vez quede registrada la sociedad en la Cámara de Comercio, procederemos a registrar la marca.

Los pasos que se deben realizar se encuentran relacionados en la página web de la Superintendencia de industria y comercio:

- Paso 1: consultar los antecedentes marcarios (Tienen costo y se realiza atreves de la página de la superintendencia de industria y comercio)
- Paso 2: clasificar los productos y/o servicios
- Paso 3: presentar la solicitud
- Paso 4: seguimiento del trámite

Este proceso tiene una duración aproximadamente entre 6 meses y un año.

1.1.3 Demostración de Elegibilidad del Nombre

Consulta de nombre comercial: Esta consulta se genera en la página web RUES, accediendo la consulta a nivel nacional de los nombres aclarando que no puede existir homonimia, además la consulta se debe realizar sin utilizar el tipo societario. Tal como se observa en la imagen el nombre de nuestra sociedad se digito en el espacio indicado y este no retorno coincidencias, razón por la cual el nombre puede ser utilizado para efector de creación de la sociedad antes las Cámara de comercio.

Ilustración 1.Registro Único Empresarial y Social RUES.

1.2 Tipo de Empresa:

La compañía Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv, será constituida bajo la denominación de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, ya que [1] "ofrece una serie de beneficios que ayudan a los empresarios. Uno de los aspectos más importantes es, que los socios pueden constituir la sociedad por documento privado o por escritura pública, además, el tiempo de constitución puede ser indefinido.

Por otra parte, este tipo de sociedad otorga otro beneficio y es que los socios deben responder de acuerdo a sus aportes, exceptuando deberes tributarios y de nómina. También cabe resaltar que las S.A.S pueden estar constituidas desde una persona hasta un número indeterminado".

El objeto de nuestra compañía está enfocado a la importación internacional para la comercialización de herramientas ferreteras y de construcción, prestando servicios de personal altamente calificado y comprometido a realizar las actividades de albañilería, cerrajería, electricidad, pintura, soldadura, carpintería y en general, todo lo inherente a la construcción principal.

1.2.1 Código CIIU:

Para el caso de la compañía, podemos contar con 3 códigos CIIU que aplican a nuestra actividad empresarial debidamente consultada y verificada en la siguiente página de la cámara de comercio de Medellín.

[1] Documento Guía Cámara de Comercio de Medellín:
"Registro de la constitución de una Sociedad por Acciones Simplicada -SAS-."

4663	COMERCIO AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, PINTURAS, PRODUCTOS DE VIDRIO, EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERÍA Y CALEFACCIÓN

	4321	INSTALACIONES ELÉCTRICAS

4329	OTRAS INSTALACIONES ESPECIALIZADAS

Ilustración 2. Consultas CIIU Cámara de Comercio de Medellín.

1.3 Descripción de la Empresa

La compañía Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv Importará productos internacionales de ferretería y materiales para la construcción en general.

Además, prestará los servicios de personal altamente calificado y comprometido a realizar las actividades de cerrajería, electricidad, pintura, soldadura, carpintería y en general, todo lo inherente a la construcción.

Se constituye como mediana empresa y estará ubicada en la zona industrial del municipio de Medellín.

1.4 Misión y Visión de la Empresa:

1.4.1 Misión:

La compañía Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv, brinda a sus clientes la mayor diversidad en materiales de ferretería y construcción en general, bajo condiciones de precio, calidad y servicio, enfocado a principales clientes como empresas constructoras y a personas con bienes inmuebles, sirviendo como proveedor y asistente de instalación, con el fin de mantener la preferencia y satisfacción de nuestros consumidores.

1.4.2 Visión:

Para el año 2025 Importaciones Ferreteras Vel-Riv, será una empresa líder a nivel regional en la venta de materiales de ferretería y construcción en general, comprometidos siempre con la calidad de nuestros productos, brindando asesoría especializada donde el cliente cuente con la garantía y satisfacción por nuestro trabajo calificado.

1.5 Relación de Productos y/o Servicios

Coimportaciónes Ferreteras Vel-Riv S.A.S	**COIMPORTACIONES FERRETERAS VELRIV S.A.S** **FICHA TECNICA**
DESCRIPCION	La compañía Coimportaciónes Ferreteras Vel-Riv comercializara productos de ferretería y materiales para la construcción en general. Además, prestará los servicios de personal altamente calificado y comprometido a realizar las actividades de cerrajería, electricidad, pintura, soldadura, carpintería y en general, todo lo inherente a la construcción.
BENEFICIOS	• Ahorro de tiempo y dinero. • Variedad de productos de materiales de construcción y ferretería con altos estándares de calidad. • Descuentos al adquirir grandes volúmenes de compra de los productos. • Garantía de los materiales adquiridos. • Servicio a domicilio e instalación • Atención personalizada.

ITEM	NOMBRE DEL PRODUCTO	DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUTO

1	Herramientas de mano	Alicates, Destornilladores, Extractores, Limas, Llaves, Maletines y kits de herramientas, Martillos y mazas, Porta puntas y puntas de atornillar, Sierras de mano, Tenazas, Tijeras industriales.
2	Pinturas, esmaltes y barnices	Esmaltes, Pinturas plásticas, Aceites de teca, barnices para madera, barnices para metal, Disolventes, , Productos para prevención de la corrosión, Pigmentos.
3	Herramientas para madera y carpintería	Brocas para madera, Fresas para madera, Hojas y sierras para madera, Cuchillas y discos para madera, Herramientas trituradoras para madera.
4	Herrajes	Barras para puertas, Bisagras, Cerraduras de exterior, Cerraduras de interior, Cerraduras de seguridad, Cerraduras de ventanas, Cerraduras para muebles, Cerrojos, Cierrapuertas, Cilindros para llaves, Manillas Pestillos, Herrajes para vidrio, Sistemas correderos, Amortiguadores de puertas.
5	Iluminación y alumbrado	Iluminación LED, Lámparas y apliques, Alumbrado industrial, Farolas y balizas, Proyectores y otros elementos de alumbrado exterior, Linterna.

Servicio	Instalación
Suministro e Instalación de puertas de seguridad	El Servicio de instalación Incluye: 1. Armado y fijación de marco 2. Bisagras y chapas sencillas 3. Instalación de bisagras 4. Hoja y chapa secilla 5. chazos o espuma de polierutano en su defecto)
Suministro y aplicación de pintura	El servicio incluye:

	1. Asesoría técnica en el sitio a intervenir y/o renovar 2. Recomendaciones de tonalidades y tipo de pintura de acuerdo a espacio e ilu Preparación de la superficie a intervenir. 6. Materiales para la cobertura de pisos, guarda escobas y muebles. 7. Suministro y aplicación de pintura interior de vinilo, a base de agua, a dos (2) manos en muros y techo, estuco y lija para la preparación de la superficie.
Piso laminado 	El servicio incluye: - Visita de verificación de medidas y factibilidad técnica. - Perfiles (productos seleccionados). - Instalación de piso laminado o vinilo tipo click. - Suministro e instalación de superlone reforzado. -Suministro de materiales menores para la instalación.
Instalación en griferías, baños y cocinas 	El servicio incluye: -Demolición de enchape existente. -Regata para extracción de grifería existente con tubería. -La instalación cemento y arena para resane - Pegante cerámico. - Accesorios de pvc y tubería. - Visita y Mantenimiento.

Ilustración 3. Elaboración Propia.

1.6 Ventajas Competitivas:

1.6.1 Ventajas Competitivas

En la actualidad, hay una gran cantidad de empresas constructoras quienes prestan su servicio en obras como edificios, hoteles, residencias , entre otros, lo cual genera en ellos una necesidad para la obtención oportuna de materiales y suministros de ferretería con el fin de

mejorar la infraestructura y recibir beneficios en cuanto a costo, calidad, precio y distribución, surgiendo la necesidad de requerir la compra de artículos de carpintería, plomería y electricidad durante la prestación de su servicio .

El proceso inicia en la etapa de recepción, a través del sitio web oficial de la empresa luego se ingresa a una etapa de verificación donde se evalúa la disponibilidad de material en stock o se tiene que enviar a un comprador a conseguir el producto solicitado. Posteriormente después de realizar la revisión de stock el material será entregado al cliente.

Se maneja un lead time corto permitiendo entregar el pedido al consumidor de manera más rápida, lo que se convierte en una importante ventaja competitiva, ya que posiciona a esta empresa por encima de sus competidores en cuanto a tiempo de producción, distribución y entrega.

1.7 Trámites y Costos

Para el proceso de constitución de la empresa: Una vez se tenga la documentación de licenciada se procede a ingresar el trámite de manera virtual a la cámara de comercio en este caso de Medellín.

- El trámite que dura aproximadamente 72 horas una vez quede registrado se debe proceder a registrar el libro de asamblea de accionistas y el libro de accionistas posteriormente se debe inscribir la entidad en industria y comercio del municipio para que estanquidad mes a mes envío una factura de cobro es importante resaltar que cada año se debe realizar en industria y comercio la declaración de industria y comercio antes del 30 de abril.
- Después de inscribir la sociedad en industria y comercio se debe realizar la inscripción de facturación electrónica de la sociedad ante la DIAN.
- Finalmente se debe realizar los títulos de cada accionista donde indique cuáles son los derechos que tienen en la sociedad.
- Cabe recordar que de enero a marzo de cada año se debe renovar el registro mercantil ante la cámara de comercio.
- Cada año dependiendo del último dígito del NIT se debe realizar la declaración y pago de IVA de la sociedad.

Costos del trámite:

- El valor de la marca comercial tiene un costo aproximado de 1 salario mínimo legal mensual vigente.
- Para la consulta del antecedente marcario, tiene un costo de $4.6000 (cada consulta)
- En la cámara de comercio, se debe calcular el valor los activos de la sociedad y colocar el valor aproximado del registro si tiene nombramiento del representante legal costando aproximadamente $400.000 para el trámite.

  Al tener la empresa constituida, se debe diligenciar y entregar la siguiente documentación ante la cámara de comercio:

- Los estatutos
- Formulario RUES.
- PRERUT.
- Cartas de aceptación.
- Fotocopias de cedula.
- Al completar dicha documentación, el trámite se procede a ingresar desde la página de la cámara de comercio y dura 72 horas para quedar registrado.
- Realizado lo anterior, se solicita a la cámara de comercio la inscripción de los libros de la Asamblea de accionistas y el registro de accionistas que tiene un costo de $40.000 y se entrega después de 72 horas.
- Se debe llevar el certificado de existencia, y copia del Rut a la superintendencia de industria y comercio como entidad reguladora.
- Se diligencia la declaración de industria y comercio ante la superintendencia de industria y comercio desde el mes enero hasta el mes de abril de cada año.
- Realizar la factura electrónica de la sociedad a través de la DIAN.
- Al completar dichos trámites, se procede a realizar los documentos de los títulos de los derechos de los accionistas.

- Finalmente renovar cada año de enero a marzo la matricula mercantil ante la cámara de comercio.

2 Análisis de Entorno y Sector

2.1 Entorno:

2.1.1 Colombia:

La dinámica de la economía en Colombia ha estado jalonada por varios años seguidos por los sectores de la construcción, la industria y los servicios. Junto con ellos, es de resaltar la importancia del sector ferretero, ya que mantiene una estrecha relación como proveedor con estos tres ramos, por lo que su contribución al Producto Interno Bruto del país es importante.

"La demanda nacional de insumos ferreteros es de 3,5 millones de toneladas anuales; para suplirla, la producción nacional es de 1,4 millones y las importaciones son de 2 millones de toneladas al año. La necesidad por estos productos para la construcción, infraestructura, hotelería y comercio, indica que es un sector competitivo pero muy abierto."

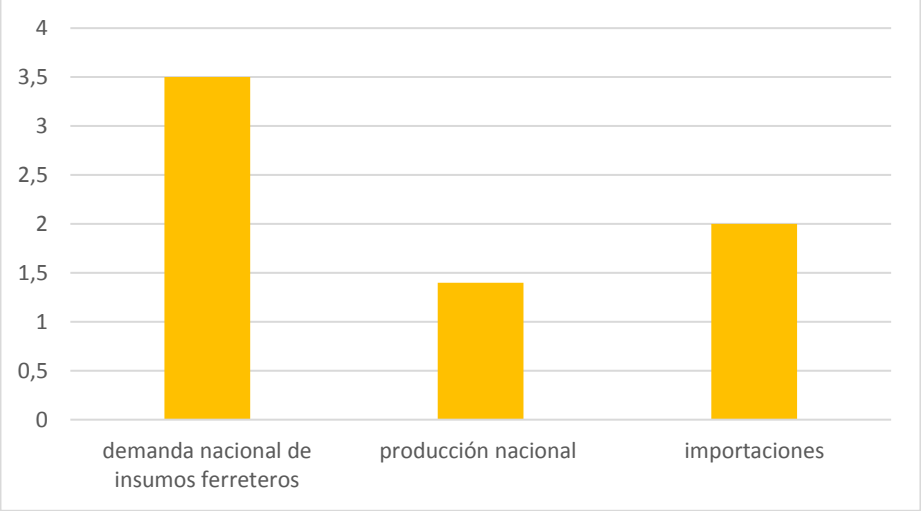


Tabla 1. Elaboración Propia.

2.1.1.1 Tecnológico

El sector ferretero tiene dos fuentes de comercio, uno del sector minoritario y otro de las grandes superficies. Esto ha hecho que la competencia sea fuerte. Sin embargo, los pequeños negocios de venta de productos de ferretería han visto en esto la oportunidad para innovar frente a las necesidades del cliente, pues por su cercanía con él la relación es mucho más estrecha y familiar.

En la actualidad, las herramientas inalámbricas obtienen la suficiente carga para desarrollar trabajos pesados, debido a la gran capacidad de sus baterías. Esto garantiza seguridad y eficiencia,

además de ser lo suficientemente atractivas para los clientes, sin importar si es para uso industrial, profesional o aficionado, que constituyen los clientes de los productos de ferretería.

Adicionalmente, "el cliente necesita comprar otros productos y sin necesidad de llevar un carro de compra, escanea con su móvil los códigos QR de diferentes herramientas que observa en un catálogo. En el almacén leen la solicitud de compra y reúnen los productos que el cliente encontrará cuando va a pagar". Es decir, la experiencia del cliente es diferente gracias a las posibilidades que la tienda genera a través de todos sus canales virtuales.

2.1.1.2 Económico:

Dentro de la economía colombiana, una de las de mayor crecimiento en la región, el sector ferretero se ha convertido en un segmento cada vez más importante, llegando a representar el 2,5% del PIB nacional, de acuerdo con el Departamento Nacional de Estadística, DANE. Esto se debe en buena medida a que en Colombia hay cerca de 26.000 ferreterías, las cuales, tal como lo señala el Clúster de Construcción de la Cámara de Comercio de Medellín, tienen ventas anuales de aproximadamente USD$ 6.378 millones.

A pesar de que existen grandes tiendas de herramientas ubicadas en su mayoría cerca de supermercados, el negocio de las ferreterías es un lucro que a lo largo de los años se ha mantenido, de hecho, ha impulsado la economía nacional, brindado réditos económicos en la exportación de materiales y en la confianza de los mismos.

En Medellín, por ejemplo, 127 negocios reciben diariamente 100,000 pesos, 149 entre 100,000 a 200,000, 71 entre 200,000 y 300,000, 43 entre 300,000 y 500,000 pesos. En Bucaramanga, los ingresos promedian así: 31 ferreterías reciben 100,000 pesos. 39 entre 100,000 y 200,000, 45 entre 200,000 y 300,000.

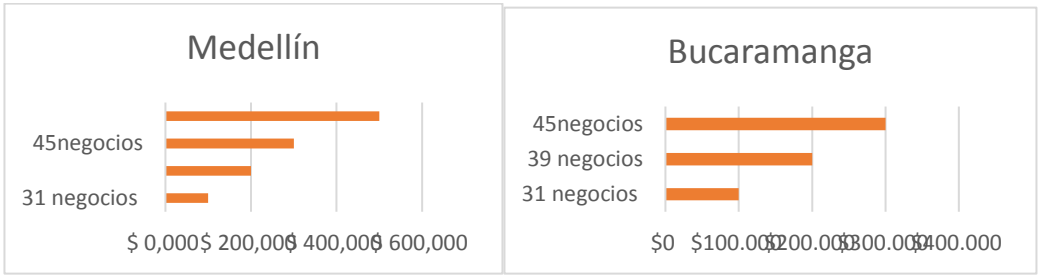


Tabla 2. Elaboración Propia.

2.1.1.3 Político y Legal:

Reforma tributaria: La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, con miras a facilitar la planeación tributaria de los contribuyentes, mejorar la calidad de la información reportada en los formularios y servicios informáticos de la entidad u ofrecer mayores elementos para las labores de análisis, control o investigación del sistema tributario y la política fiscal del país.

Incremento del IVA al 19%: en la adquisición o importación de bienes de capital podrá descontarse en la declaración del impuesto sobre la renta del año en que se realice su importación o adquisición.

Tratados comerciales: Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América.

En Colombia existen varios decretos legislativos que afectan directamente al sector de la construcción haciendo que los empresarios deban estar permanentemente buscando diferentes alternativas para crear condiciones que reactiven la demanda del mercado garantizando el cumplimiento de la normatividad que rige el sector:

- Entidad: Departamento Nacional de Planeación
- Nombre: Decreto 440
- Descripción: Los procedimientos sancionatorios y las audiencias públicas deberán ser llevadas a cabo por medios electrónicos los cuales la entidad debe garantizar y autorizar los más adecuados. Se suspenden los procedimientos de selección de contratistas y revocatoria de los actos de apertura.
- Los tramites de expedición de licencias de urbanismo, Decreto 1203 de 2017 “en lo relacionado con el estudio, trámite y expedición de las licencias urbanísticas y la función pública que desempeñan los curadores urbanos y se dictan otras disposiciones”.
- Los decretos relacionados con las normas de diseño y construcción de mobiliario urbano y conservación urbanística. DECRETO 0471 DE 2018 “Por medio del cual se expiden las normas reglamentarias de detalle aplicables a las actuaciones y procesos de urbanización, parcelación, construcción, reconocimiento de edificaciones y demás actuaciones en el territorio municipal y se dictan otras disposiciones”
- La reglamentación nacional para vivienda de interés social, Decreto 583 del 04 de abril de 2017 “En lo relacionado con las características de la vivienda de interés social y prioritario en tratamiento' de renovación urbana, los requisitos de solicitud y trámite de las licencias urbanísticas y las cesiones anticipadas”.

- El reglamento de construcciones sismo resistentes, RÉGIMEN DE CONSTRUCCIONES SISMO RESISTENTES. (Creada por la Ley 400 de 1997) “Las normas sismo resistentes presentan requisitos mínimos que, en alguna medida, garantizan que se cumpla el fin primordial de salvaguardar las vidas humanas ante la ocurrencia de un sismo fuerte”.

2.1.2 Perfil País Internacional Seleccionado:

País importador: Estados Unidos

Estados Unidos es el principal proveedor de Colombia ya que “abarca una gran variedad de productos para el sector ferretero y la construcción. Por su importancia cabe destacar la fabricación de maquinaria eléctrica y electrónica, de productos químicos, y maquinaria industrial. Se convierte en el Principal socio comercial de Colombia, con una economía mixta capitalista y una moneda (USD), y posee una infraestructura logística y de gran tamaño, desarrollada para soportar las necesidades de su propia economía”.

Ilustración 4. Acceso Marítimo. ColombiaTrade.

Estados unidos es gran protagonista en el comercio exterior, “fue el segundo país exportador y primer importador de bienes en 2019. Sin embargo, mantiene un alto déficit comercial. Esta fue una de las causas de las restricciones comerciales a China, país con el cual mantiene el mayor déficit. Después de registrar variaciones positivas en 2017 y 2018, las exportaciones e importaciones de bienes se redujeron en cerca de 1,3% y 1,7%, respectivamente en 2019”.

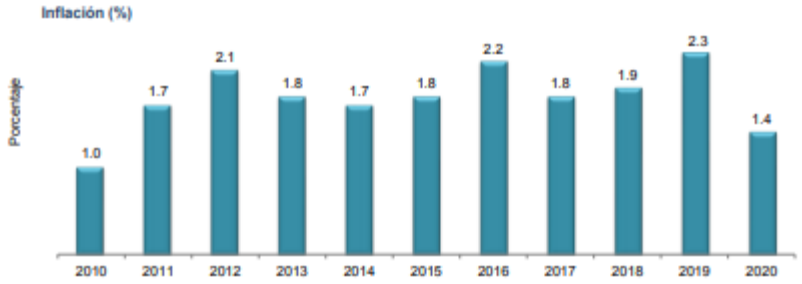


Tabla 3. Informe MinComercio.

De acuerdo con la OMC, "las ventas se habían reducido 12,9%. Estados Unidos fue el principal exportador e importador mundial en comercio de servicios en 2019 y obtuvo superávit comercial. Globalmente en la cuenta corriente de la balanza de pagos fue deficitario en 2,3% del PIB durante el último año."

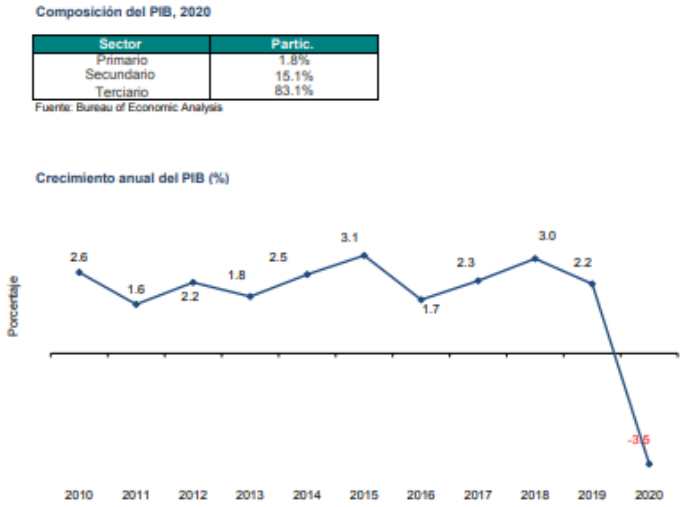


Tabla 4. FMI.

2.1.2.1 Sociocultural

En Estados Unidos, el trabajo es quizás el componente más central de la identidad de una persona. Los estadounidenses están constantemente buscando nuevas formas de hacer su trabajo más rápido y más eficiente, un factor que ha llevado a la industria informática y a la tecnología del país a producir software y aparatos de ahorro de tiempo Estados Unidos es un líder mundial y pionero en la producción de medios de comunicación.

La religión juega un papel importante en las vidas de los estadounidenses y los Estados Unidos es el hogar de personas de todas las religiones y credos.

2.1.2.2 Económico:

La economía estadounidense se basa esencialmente en servicios, "el sector terciario contribuye con más de tres cuartos del PIB (77,4%) y emplea a más de 79% de la fuerza laboral del país. Es un país altamente industrializado con elevados niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. el sector industrial aporta sobre 18,2% del PIB y emplea a un 20% de la fuerza laboral. Gracias a sus abundantes recursos naturales, Estados Unidos se ha convertido en un líder en la producción de una cantidad de minerales, y ha sido capaz de mantener una producción diversificada. Según las últimas cifras de la Oficina de Análisis Económico, las industrias productoras de bienes privados bajaron en 34,4% en el segundo trimestre de 2020".

Tras la pandemia de COVID-19. Esta enorme caída refleja ampliamente una baja en la manufactura de bienes durables (encabezados por los vehículos a motor, carrocerías y caravanas, y partes).

Tabla 5. Elaboración Propia.

2.1.2.3 Política Comercial y Tributaria

La política comercial estadounidense se apoya en cinco pilares principales: apoyo a la seguridad nacional de los Estados Unidos, fortalecimiento de la economía estadounidense, negociación de mejores acuerdos comerciales, firme observancia de la legislación comercial de los Estados Unidos y reforma del sistema multilateral de comercio.

Con la reforma fiscal implementada el 22 de diciembre de 2017, Estados Unidos adoptó un sistema fiscal basado en la territorialidad Las empresas extranjeras en general están sujetas al mismo impuesto a las sociedades que las empresas locales, con la diferencia de que su ingreso imponible es calculado sólo sobre el Ingreso Efectivamente Conectado que agrupa los ingresos obtenidos por intercambios y comercios concluidos en el suelo estadounidense, por la venta de

bienes inmobiliarios o stocks americanos por entidades extranjeras. También se puede obtener una exención al impuesto ECI a través de un tratado fiscal.

El cobro de impuestos sobre ingresos ganados por ciudadanos no estadounidenses depende de si el ingreso está vinculado con Estados Unidos.

2.2 Sector o Industria:

2.2.1 Sector al Cual Pertenece:

Nuestra Compañía se enmarca en la importación y comercialización del área ferretera y construcción. Tiene la finalidad de ofrecer a los consumidores como empresas constructoras, personas naturales y compañías de bienes inmuebles la adquisición oportuna de insumos para la construcción.

Una de las principales actividades que desempeña el sector ferretero en la actualidad es la de suministrar materiales y herramientas para la construcción, ya sea que la construcción se la realice de forma individual o la misma se la realice a gran escala.

Existen dos clases de ferreterías: la liviana y la pesada. Cada uno de estos grupos tiene particularidades bien marcadas. Los que forman parte de la pesada son quienes producen, importan o comercializan los materiales de construcción; entre ellos, y quizá el más importante de todos, el acero.

Las ferreterías son uno de los negocios más prometedores del comercio. Cualquier obra que tenga que ver con carpintería, electricidad, albañilería, construcción y mecánica es asociada con este sector.

2.2.2 Rentabilidad del Sector:

El comportamiento del sector para la construcción y ferretería es similar al de todos los sectores de la economía, actualmente marcado por la incertidumbre, la desaceleración o recesión en la mayoría de los sectores, [2]"la afectación tanto de la demanda como de la oferta de bienes y servicios, y un panorama de lenta recuperación y expectativas sobre su futuro. El sector venía manejando cifras de crecimiento, por encima del 7%, superando el PIB."

El Gobierno estará interesado en activar la totalidad de construcciones de proyectos de infraestructura de todo el país, porque su aporte al empleo directo, indirecto e inducidos tendrá un

[2] Artículo: "Impacto y Panorama del Sector Ferretero en Colombia"
Fuente nabiconsulting.co 2020

impacto positivo para Colombia en el corto y mediano plazo, con proyectos que se tiene previsto que concluyan en 2022.

2.2.3 Tamaño del Sector (Volumen de Ventas):

Las cinco principales ciudades del país (Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga) es donde hay más negocios de este tipo, repartidos así: [3]"En la capital del país hay 2.268 establecimientos; en Cali 1.009; en Medellín 699; en Barranquilla 375 y Bucaramanga hay 297 negocios. En Bogotá por cada 458 hogares hay un negocio de este tipo, mientras que en el departamento de Antioquia por cada 2.616 familias hay un establecimiento; le siguen Santander con 2.018; Valle del Cauca con 1.342 y para terminar el departamento de Atlántico que por cada 1.342 hogares hay una ferretería".

Ilustración 5. Infografía 2017: El Colombiano "Clúster de la Construcción".

2.2.4 Tendencias de Crecimiento (Últimos Años)

El sector ferretero en Colombia factura cada año 6.378 millones de dólares. El negocio agrupa a 26.407 establecimientos comerciales entre depósitos, almacenes de pinturas y tiendas de artículos eléctricos y herramientas, entre otros, que ahora están empeñados en duplicar ese volumen de ventas. Ver gráfico:

[3] Reporte: "Sector ferretero mueve economía colombiana"
Fuente: Portafolio.co 2016

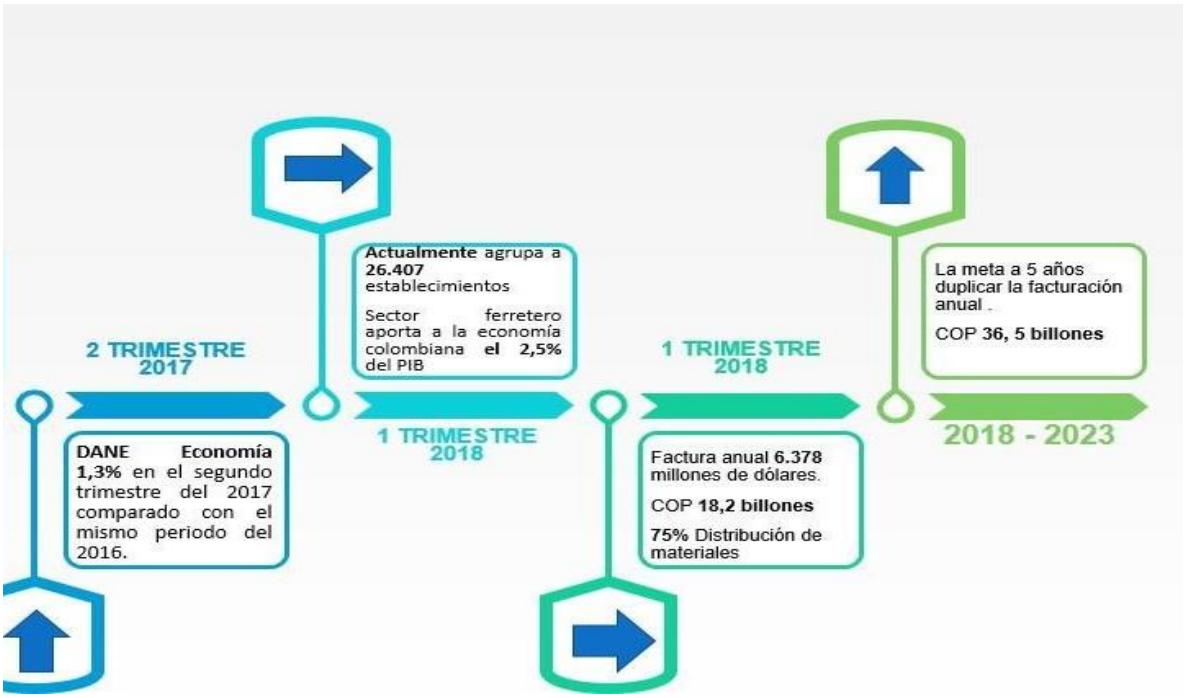


Ilustración 6. DANE - 2017.

2.2.5 Proyección de Ventas del Sector:

2.2.6 Estructura del Sector:

Las ferreterías son un negocio popular en Colombia. Según Confecámaras, [4]"A nivel nacional figuran 34.129 empresas dedicadas al comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio. El sector, uno de los eslabones en la cadena constructiva, genera cerca de 450.000 empleos, y se estima, de acuerdo con datos de Fenalco, que su aporte a la economía nacional asciende a 2,5% del PIB, lo que en 2019 representó alrededor de $24 billones. Los ferreteros presentaban comportamientos estables antes de la pandemia, con crecimientos de 3% en ventas entre 2015 y 2019, y de 6% en las importaciones de estos bienes."

Al realizar la correlación entre el comportamiento de las ventas de las ferreterías se encuentra que tienen más relación con la evolución del PIB de toda la economía, que con la del PIB de la construcción de obras inmobiliarias.

[4] Reporte: "Las ferreterías, piezas claves en la recuperación"
Fuente: Portafolio.co
2020

Gráfico. Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen1 2014-I-2020pr -III

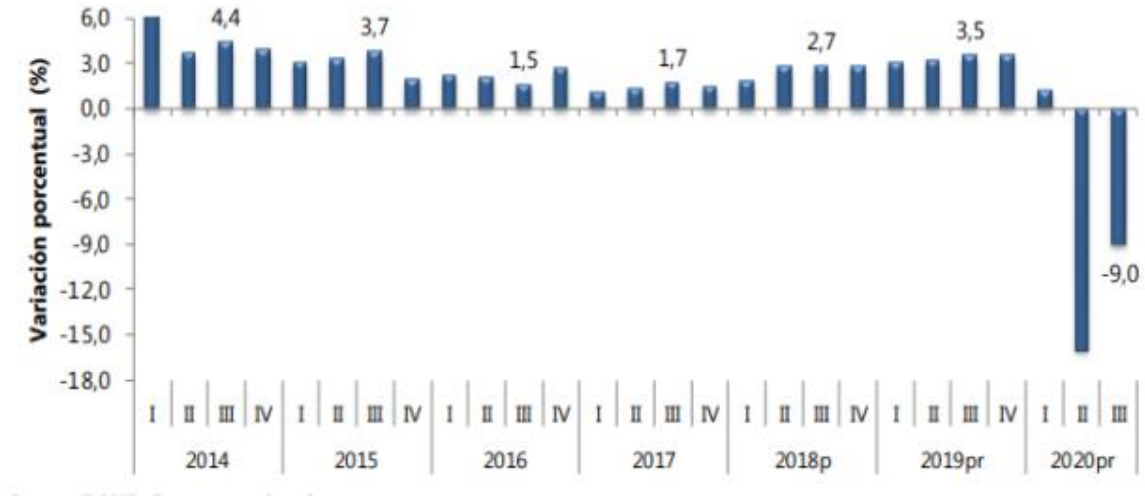


Tabla 6. DANE - 2020.

2.2.7 Factores Claves de Éxito del Negocio:

Aunque las grandes plataformas han entrado con fuerza en el mercado, el sector de pequeños y medianos ferreteros presenta un valor agregado, en donde lo importante es diferenciarse de las demás cadenas. La imagen de la ferretería, sus productos, el buen servicio al cliente y el desarrollo de una buena logística hacen que este tipo de negocio siga siendo el escogido por los consumidores.

2.2.8 Cadena de Valor de la Industria:

2.2.8.1 Actividades Primarias:

Logística Interna: "Comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas". La empresa en análisis no realiza actividades de producción y transformación de ningún tipo de material, esta se basa únicamente en la comercialización y se abastece de mercancías con proveedores. La recepción de los materiales se hace de manera eficiente al no permitir productos con fallas que en el futuro la empresa no pueda vender y que representaría una pérdida.

Operaciones (Producción): "Procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final". Los productos que se entregan a los clientes se exigen que estén en buenas condiciones.

Logística Externa: "Almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor". Para su operación la distribución física del almacén consta de la casa

que incluye en el primer piso el área de ventas y exhibición de productos, cuenta con gran amplitud en su bodega, a fin de que las entregas de pedidos especialmente de productos como hierro y cemento se lo haga con eficiencia y sin pérdida de tiempo. De esta manera se brinda facilidad vehicular al cliente cuando retira ciertos productos.

Marketing y Ventas: "Actividades con las cuales se da a conocer el producto" Desarrollo de página web, Lanzamientos de nuevos productos, asesoramientos sobre aditivos para la construcción, pinturas, servicio al cliente, que realizan ciertas marcas; esto constituye una ventaja frente a la competencia.

Servicio: "Actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías". De postventa o mantenimiento agrupa las actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías y calidad del producto que allí se despacha.

2.2.8.2 Actividades de Apoyo

Infraestructura de la Organización: Actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas. La compañía cuenta con una distribución adecuada en productos que requieren mucho espacio y mejor control de salida de mercadería.

Dirección de Recursos Humanos: Búsqueda, contratación y motivación del personal. La mayoría del personal de Ferretería son sus propietarios porque no incurre en costos elevados al tener que contratar y capacitar personal calificado en especial para el área de comercialización.

Desarrollo de Tecnología, Investigación y Desarrollo: Obtención, mejora y gestión de la tecnología. La empresa por las actividades que realiza en si no posee de tecnología avanzada por lo que no constituye una actividad de apoyo.

Abastecimiento (Compras): Proceso de compra de los materiales -La compañía se abastece de mercancía o productos. A través de la entrega a domicilio por sus proveedores en un 100% cubriendo con todos los costos que esto implica.

2.2.9 Barreras de Ingreso o Salida del Sector:

De acuerdo con el siguiente cuadro se evidencia que la competencia directa de nuestra compañía que está marcada por tres empresas del sector dadas las circunstancias de las barreras de entrada.

Empresa	Impofer S.A	Hoyostools	Mundial de Tornillos
Marcas principal	importación y distribución de productos eléctricos	importación y distribución de productos eléctricos	elementos de ferretería, tornillería, herramientas y afines
Tiempo de entrega	Alrededor de 15 días	Alrededor de 15 días	Alrededor de 15 días
Página web	Sí	Sí	Sí
Reconocimiento	Medio	Medio	Alto

Tabla 7. Elaboración Propia.

El riesgo de nuevos competidores es cada vez mayor en todos los sectores, por lo tanto el ser competitivos es esencial, sin embargo, el capital de inversión para que una empresa pueda ser competitiva en el sector ferretero es alto por la variedad de productos que se deben adquirir para comercializar, además se observa que es de crucial importancia en este sector para ser competitivo el obtener la distribución directa de mucho de los productos, lo que requiere tener solidez financiera, por otro lado el conocimiento del negocio juega un papel esencial, ya que es clave el conocimiento no solo administrativo sino también técnico y de uso de cada uno de los productos, por esta razón se observa una barrera de entrada para nuevos competidores.

2.2.10 Competidores

2.2.10.1 Del país Elegido

Estados Unidos es el principal proveedor de Colombia contando con una participación del 37.9 %. La industria ferretera en Estados unidos cubre un amplio rango de productos que abarca cerrajería y herrajes (cerraduras, manivelas, bisagras, tornillos, clavos, etc.), herramienta de mano y eléctrica y otros utensilios utilizados en la construcción". Todas las industrias están marcadas por el cambio y, en términos de consolidación, crecimiento y procesos efectivos, la industria de la ferretería. Está incorporado a la economía globalizada mediante los Tratados de Libre Comercio (TLC).

2.2.10.2 Colombia:

Estas tres ferreterías (Impofer S.A, Hoyostools, Mundial de Tornillos), llevan en el mercado más tiempo, por lo que han podido generar un mayor reconocimiento en el cliente y en los proveedores logrando obtener por parte de los proveedores mejores oportunidades.

Estos competidores son fuertes en el mercado porque [5]"comercializan con los mismos productos y de gran trayectoria en el mercado (más de 40 años…) ". Por lo tanto, se puede afirmar que existe alta rivalidad entre los competidores del sector.

El riesgo de nuevos competidores es cada vez mayor en todos los sectores, por lo tanto el ser competitivos es esencial, sin embargo, el capital de inversión para que una empresa pueda ser competitiva en el sector ferretero es alto por la variedad de productos que se deben adquirir para comercializar, además se observa que es de crucial importancia en este sector para ser competitivo el obtener la distribución directa de mucho de los productos, lo que requiere tener solidez financiera, por otro lado el conocimiento del negocio juega un papel esencial, ya que es clave el conocimiento no solo administrativo sino también técnico y de uso de cada uno de los productos, por esta razón se observa aquí una barrera de entrada para nuevos competidores.

El principal diferenciador de Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv es La Mayor es la capacidad de entregar sus pedidos en menos de 10 días, ya que las otras ferreterías manejan una entrega alrededor de 15 días y está siempre en una constante investigación de los precios que se manejan en el mercado para así estar al mismo nivel de la competencia, y esto se debe gracias a la facilidad de negociación que tienen con su principal proveedor "Wholesale Tool" en Estados Unidos.

2.2.11 Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores:

2.2.11.1 Clientes:

Los clientes poseen un gran poder de negociación, los mismos que buscan la reducción de los precios, exigiendo mejores servicios, y facilidades de pago. El poder de negociación de los clientes se basa en:

- El Cliente exige que el producto que se le vende tenga una garantía en caso de desperfecto.
- Exigencias en la reducción de precios.

[5] Artículo "Tres de las empresas ferreteras más destacadas en Colombia"
Fuente: altosempresarios.com 2019

2.2.11.2 Proveedores:

El poder de negociación es alto debido a la facilidad de negociación con el proveedor en cuanto a la demanda de productos en materiales de construcción como el volumen de ventas, precio en el mercado, y opciones de crédito para la cantidad o volumen que se requiera para importar.

La empresa Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv tiene una muy buena relación con su principal proveedor "Wholesale Tool", ya que Cuenta con una experiencia de 50 años en venta de herramientas al por mayor a precios económicos y proporciona herramientas de alta calidad.

2.2.12 Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos:

Los productos sustitutos son bienes o servicios procedentes del exterior de una industria cualquiera que desempeñan las mismas funciones, o parecidos, que el producto que fabrica la empresa. Pueden representar una amenaza cuando los clientes no tienen un gran costo para cambiar, y cuando el precio del producto sustituto es más bajo o su calidad y capacidad de resultado son iguales o superiores a las del producto que compite con ellos.

3 Análisis del Mercado

3.1 Objetivos de Mercadeo:

3.1.1 Objetivo General:

Diseñar un plan de negocios de la empresa, cuyos clientes sean otras organizaciones aumentando la calidad de los productos fortaleciendo su productividad, y determinar la necesidad de bienes y servicios en el sector ferretero y construcción para el público ubicados en los municipios del Valle de Aburrá como Itagüí, Envigado, La Estrella, Caldas y Sabaneta conociendo sus características de compra frente a la prestación del servicio de los competidores actuales.

3.1.1.1 Corto Plazo:

- Posicionar la participación de nuestra compañía en el mercado local por medio de la comercialización y venta de nuestros productos importados.
- Incrementar la visibilidad de la empresa en el mercado de estos municipios por medio de la comercialización y venta de nuestros productos importados a través de la internet.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros posibles clientes.
- Conseguir una base de datos de 5000 posibles clientes que aumenten las ventas.
- Aumentar los comentarios positivos de los clientes quienes compran nuestros productos.
- Aumentar las ventas en un 30% cada año.

3.1.1.2 Mediano Plazo

- Ser líder en la comercialización de productos en ferretería y construcción.
- Disponer un amplio portafolio de productos suministrados por los proveedores que garanticen nuestra competitividad en el mercado.
- Importar productos que por su precio y calidad sean competitivos.

3.1.1.3 Largo Plazo

- Ser una ferretería con muchas sucursales a nivel nacional con amplia participación en el mercado.
- Lograr un sistema de otorgamiento de crédito que genere la capacidad en cartera.
- Contar con un sistema de importación que fortalezca una administración eficiente.
- Permitir que los clientes personifiquen sus productos.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Establecer un mercado potencial para la idea de negocio.
- Analizar el sector económico y la competencia.
- Determinar los requerimientos técnicos mínimos para llevar a cabo el proyecto.
- Referenciar un marco legal apropiado para la idea de negocio.
- Realizar un análisis donde se defina las estrategias para atacar el mercado.
- Realizar encuestas a los futuros clientes para conocer las necesidades en el mercado actualmente.
- Diseñar un plan operativo para precisar como operar el negocio en cada una de sus áreas para que un largo plazo ésta sea una de las empresas líder en el mercado en la comercialización, venta y distribución de los productos ferreteros.
- Desarrollar el plan financiero.
- Analizar estudios de mercado en éstos municipios para referenciar las necesidades del sector y posibles soluciones en insuficiencias de comercialización de los productos ferreteros.
- Desarrollar técnicamente las estructuras y recursos necesarios para la comercialización y venta de los productos ferreteros en éstos municipios.

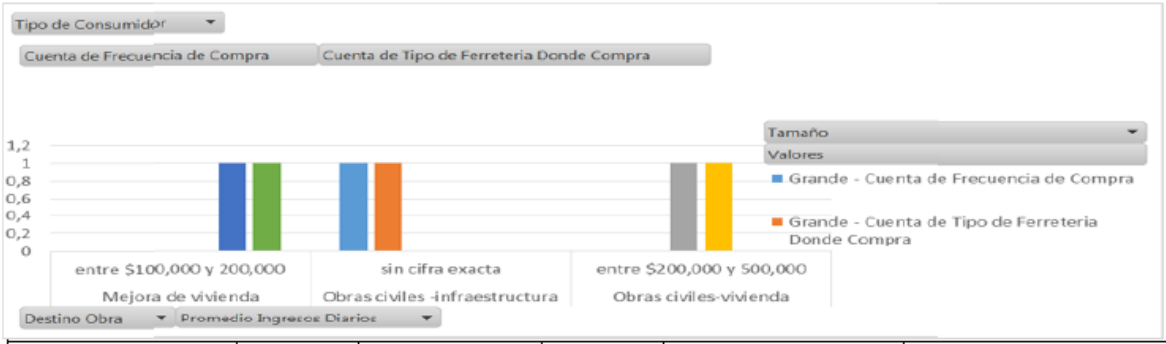
3.2 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios:

El objeto de nuestra compañía está enfocado al sector de la ferretería y, en concreto, al servicio de importación y comercialización de herramientas para la construcción situado en la zona Industrial del municipio de Medellín. El punto estratégico de las instalaciones permite una agilidad logística fundamental para dar el mejor servicio a sus clientes. Los factores que influyen a la hora de comprar en la compañía son el buen servicio y los precios.

La empresa atenderá a particulares y empresas que se dediquen a algunos de los sectores relacionados con la construcción y ferretería, quienes exigen una amplia oferta de productos a buen precio, bajo un excelente servicio y un fácil acceso a la tienda, lo que permitirá fidelizarlos.

Nuestro segmento está dirigido a los municipios cercanos que en la actualidad están descubiertos por la competencia esto son los municipios Itagüí, Envigado, La Estrella, Caldas y Sabaneta.

Según informe del DANE, [6]"El 35% son pequeños negocios. A diario el promedio de ventas de este tipo de negocio oscila entre los $100.000 y el $1.000.000 de pesos, lo que representa para la economía colombiana un aproximado de 1,7 billones de pesos anuales"



Tipo de Consumidor	Tamaño	Destino Obra	Frecuencia de Compra	Tipo de Ferreteria Donde Compra	Promedio Ingresos Diarios
Persona natural	Pequeño	Mejora de vivienda	Baja	Pequeñas-de barrio	entre $100,000 y 200,000
Contratista-ingenieros - maestros de obra	Mediano	Obras civiles-vivienda	Media	Mediana	entre $200,000 y 500,000
Constructoras	Grande	Obras civiles - infraestructura	Alta	Grandes y especializadas	sin cifra exacta

Ilustración 7. DANE - 2019

[6] Encuesta de Micronegocios (EMICRON) Año 2019
Fuente: Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios - EMICRON Año2019

Las buenas cifras registradas en el último tiempo le dan buena confianza al sector ferretero por su crecimiento.

Mercado Meta de los Bienes y Servicios:

Se tomó como mercado meta los siguientes municipios: Itagüí, Envigado, La Estrella, Caldas y Sabaneta, ya que cuenta una gran influencia competitiva en el sector como las viviendas en construcción, remodelación, ampliación y lotes en construcción.

Conforme a los mercados metas seleccionados se evidencian clientes estratégicos como Clientes estratégicos como maestro de obras, clientes ocasionales, ingenieros, arquitectos y empresas constructoras. Las estrategias que se han de utilizar para lograr el posicionamiento del producto en la mente del consumidor son lo siguiente:

- Tomaremos como referencia los precios del mercado, para posterior mente establecerlos con el menor valor.
- Prestaremos unas asesorías en los procesos constructivos y en el manejo eléctrico.
- Daremos unos servicios de entregas a domicilio reducidas al menor tiempo posible en la obra.

Para las Importaciones:

En cuanto al país de origen de las importaciones de herramientas de mano, Según informes económicos, "Estados Unidos es el principal proveedor de Colombia de estas herramientas, al presentar una participación del 30%, es decir USD 35 millones. Las importaciones de herramientas de mano se concentran en Bogotá, a donde se dirigen el 54% de estas importaciones, es decir unos USD 63 millones, seguido por el departamento de Antioquia y Cundinamarca con una participación del 14 y 7%, respectivamente".

3.3 Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios

GENERO: Hombres y mujeres

EDAD: Aproximadamente entre los 25 años y 60 años de edad

Nos encontraremos con varios tipos de clientes:

- Clientes Por Necesidad.

Son personas particulares que acuden al establecimiento por compras puntuales y tienen algún tipo de necesidad que hayan surgido en el hogar. Suelen ser para arreglos, montajes fáciles, o simplemente adquirir una caja básica de herramientas. Si la operación requiere una mayor complejidad, estas personas contratarán el servicio de profesionales.

- Clientes Por Ocio.

Son personas particulares aficionados al trabajo manual de la construcción en general. Sus compras suelen ser frecuentes, ya que este tipo de personas intentarán hacer todo tipo de trabajos en sus proyectos.

Para atraer a estos dos primeros tipos de clientes es conveniente ubicarse en una zona de mucho tránsito para conseguir que el mayor número posible de particulares conozca el negocio.

3.4 Mercado Competidor:

Los principales competidores son los siguientes:

1. **IMPOFER IMPORTADORA DE FERRETERIA S.A.S**

Actividad: Comercio al por mayor de materiales de construcción artículos de ferretería

Ilustración 8. Página Oficial Impofer S.A

Productos y servicios:

IMPOFER proporciona asesoría desde la selección hasta la operación de cualquiera de sus productos, y atención personalizada. Cuenta con profesionales con amplia experiencia quienes se encargan de dar la solución más efectiva en función con el uso y/o aplicación en materiales para la construcción.

Vende sus productos en casi todo el país, a través de una red de sucursales y representantes de ventas que cubren la mayor parte del territorio nacional.

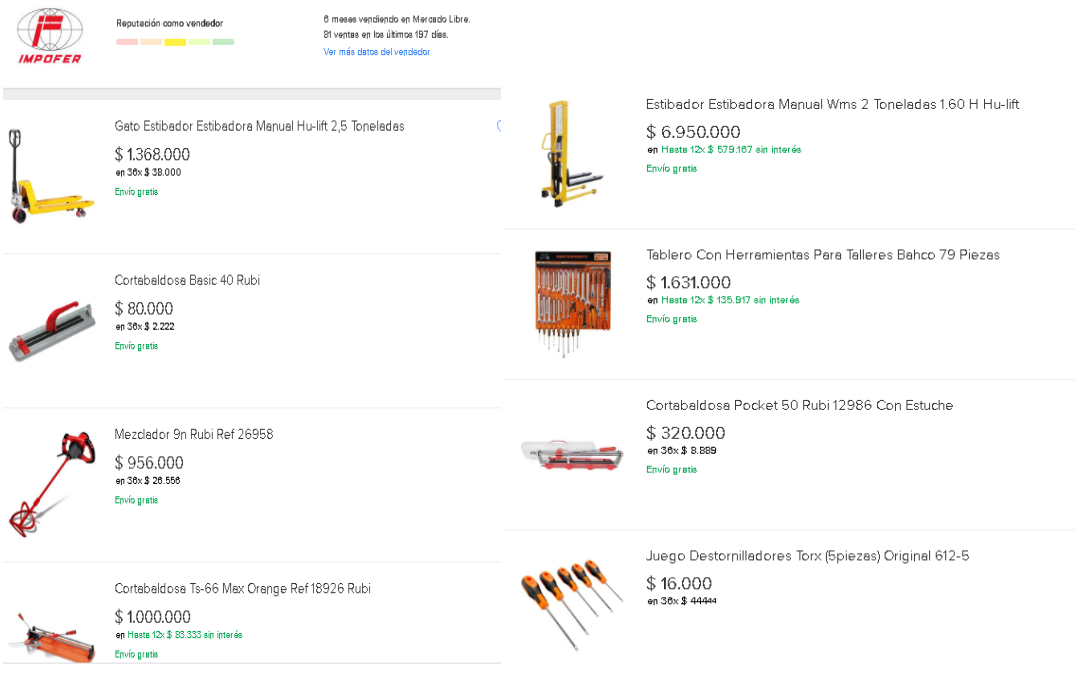
Participación en el mercado:

Cuenta con más de 130 empleados a nivel nacional, y unas ventas anuales de aproximadamente US$8 millones.

Su sede principal se encuentra en Bogotá, y posee sucursales en Cali, Medellín, Cartagena y Barranquilla

La sucursal de Medellín, una de las últimas que se ha abierto, comenzó su funcionamiento en 1995 y actualmente está ganando una importante participación en el mercado Antioqueño.

Precios de referencia de venta de sus productos:



Fuente: Impofer S.A, Página de ventas Mercadolibre.com

Fortalezas:

- IMPOFER cuenta una red de sucursales y representantes de ventas que cubren la mayor parte del territorio nacional.
- Uno de sus mayores logros ha sido introducir al país nuevas marcas de productos ferreteros, que actualmente importa de 24 países.

Debilidades:

- Poca publicidad y promociones

Estrategias de promoción, comunicación y ventas

La comunicación se hace a través de los vendedores, quienes se encargan de hacer llegar a los clientes los boletines o cambios que está teniendo la empresa. Cuenta con un tipo de canal de distribución directo ya que la compañía se encarga de realizar sus propios despachos al consumidor final. Es líder en el campo de la ferretería industrial con ventas anuales de más de US$8 millones.

Canales de distribución utilizados

- Cuenta con vehículos distribuidores para la entrega de los materiales.
- Ofrece nuevos productos a través de visitas a domicilio.

2. MUNDIAL DE TORNILLOS S.A

Ilustración 9. Página Oficial Mundial de Tornillos S.A

Productos y servicios:

Mundial de Tornillos es la empresa líder en sistemas de Fijación de alto performance en Colombia.

- Cuenta con la representación exclusiva de las marcas Lenox Twill, brocas HSS industriales, Blaster lubricantes, y Super Tools .
- Son distribuidores directos en herramientas, abrasivos y soldadura.
- Cuenta con un equipo de ingenieros, arquitectos y asesores comerciales en el sector de la construcción.

Participación en el mercado:

Actualmente, la compañía es la líder en fijaciones mecánicas en el país, tiene cerca de 500 empleados en entrenamiento continuo, cuenta con 16 puntos de venta en Colombia, y tiene la certificación ISO 9000 – 2015.

Son importadores de elementos de ferretería, tornillería, herramientas y afines para todo el territorio nacional y son distribuidores exclusivos de marcas como JDF para América del Sur, Blaster y Fischer.

Precios de referencia de venta de sus productos:

Ilustración 10.Página Oficial Mundial de Tornillos S.A

Fortalezas:

- Posee Amplia gama de productos.
- Es reconocida por la calidad de sus productos.

Debilidades:

- No establecen porcentajes de descuento en alguno de sus productos.

Estrategias de promoción, comunicación y ventas

- Ofrece promociones en el aniversario de la ferretería ofreciendo descuentos especiales.
- Realiza su publicidad a través de la página web, dando a conocer los descuentos y promociones

Canales de distribución utilizados:

Implementa canales de distribución visitando a los pequeños comerciantes, ofreciéndoles el abastecimiento de los productos que requieren para sus negocios.

3. **DISTRIBUCIONES HOYOSTOOLS S.A:**

Ilustración 11. Página Oficial Hoyostools S.A

Productos y servicios:

Empresa dedicada a la importación y distribución de productos eléctricos y de ferretería, con la generación de más de 120 empleos directos y 200 indirectos que se suman al desarrollo desde su sede principal en la ciudad de Cali.

Participación en el mercado:

Se conoce que su participación en el mercado nacional es alto, pues distribuye 7000 productos de 400 proveedores.

Precios de referencia de venta de sus productos:

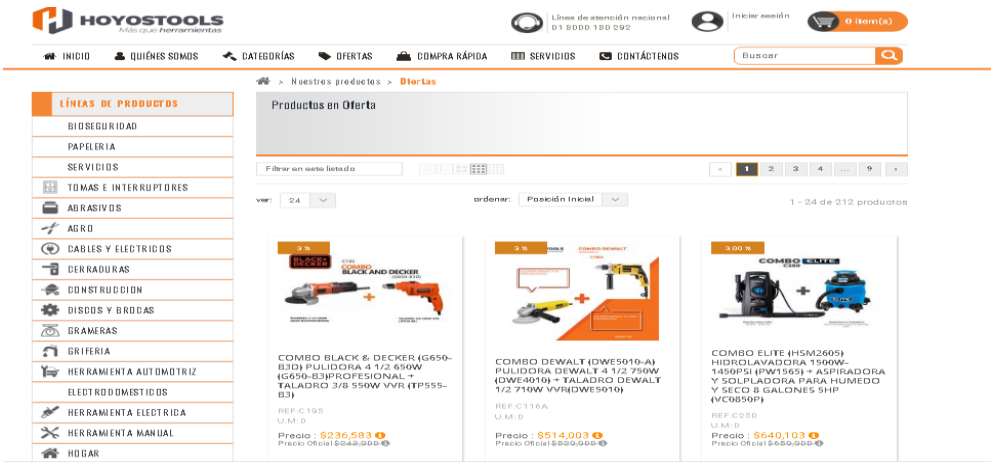


Ilustración 12. Producto de Artículos Página Oficial Hoyostools S.A

Fortalezas:

- Ampliación del portafolio de productos con la integración de proveedores.
- Diversidad y diferenciación en los productos.

Debilidades:

- Demora en la entrega de cotizaciones.

Estrategias de promoción, comunicación y ventas:

- Brinda un servicio alternativo de entrega de materiales para la construcción, mediante el servicio a domicilio lo cual permite que la ferretería aumente su nivel de ventas y por lo tanto se posicione en el mercado.

- Ofrece cupones de descuentos, regalos por la compra de determinados productos, y descuentos por cantidad o por temporadas.

3.5 Mercado Distribuidor

El canal de distribución con el que contara la compañía Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv, es el directo, pues este vincula a la empresa con el mercado sin intermediarios, considerando las ventajas de obtener un mayor control en las actividades, atención al cliente y comunicación.

La empresa no realiza actividades de producción y transformación de ningún tipo de material, esta se basa en la comercialización. La compañía se abastece de mercancías con el proveedor internacional por los precios reducidos que le ofrecen; incluso por mayor facilidad de pago.

3.5.1 Distribución Directa

Para su operación la distribución física del almacén incluye el área de ventas y exhibición de productos, cuenta con gran amplitud en su bodega, a fin de que las entregas de pedidos se hagan con eficiencia y sin pérdida de tiempo.

Para la implementación, se requiere un local con una superficie mínima promedio de 100 m2, con el fin de dividirlo en dos partes:

- Área de venta al público con una superficie aproximada de 40 m2. Esta zona es para exhibir productos como herramientas e insumos al cliente aquí mismo estará la sala de ventas.
- Área de caja, mostrador y bodega con una superficie mínima de 60 m2. Esta zona es para el baño, los anaqueles, los mostradores de exhibición y la bodega se dispondrá una parte para el escritorio y el computador a manera de oficina; el arrendamiento de la misma con los servicios públicos.

No	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	MESES	TOTAL AÑO
1	Arriendo	$ 3.000.000	12	$ 36.000.000
2	Servicios públicos	$ 400.000	12	$ 4.800.000
3	Comunicaciones	$ 100.000	12	$ 1.200.000
4	Papelería	$ 120.000	12	$ 1.440.000
5	Suministro cafeteria y aseo	$ 100.000	12	$ 1.200.000
TOTAL		**$ 3.720.000**		**$ 44.640.000**

No	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	MESES	VALOR RESIDUAL	DEP. MENSUAL
1	EQUIPOS DE COMPUTACION (2 iMac + 2	$ 5.200.000	60	$ 1.040.000	$ 69.333
2	CAJA REGISTRADORA	$ 1.300.000	60	$ 260.000	$ 17.333
3	MOSTRADORES	$ 3.000.000	120	$ 300.000	$ 22.500
4	ESTANTERIAS	$ 6.000.000	120	$ 600.000	$ 45.000
5	SILLAS	$ 420.000	120	$ 42.000	$ 3.150
6	ESCRITORIO	$ 200.000	120	$ 20.000	$ 1.500
7	SILLAS EJECUTIVAS	$ 100.000	120	$ 10.000	$ 750
8	TABLERO	$ 240.000	120	$ 24.000	$ 1.800
TOTAL		**$ 16.460.000**		**$ 2.296.000**	**$ 161.367**

3.6 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación

3.6.1 Comunicación

- Logo:

Coimportaciónes Ferreteras Vel-Riv
S.A.S

Eslogan: "El mundo de las Herramientas."

3.6.2 Actividades de Promoción y Divulgación

La ferretería dará a conocer sus productos y servicios a través de diferentes medios de comunicación como lo son; volantes, pancartas, redes sociales. Por otra parte, también haremos uso de la tecnología creando una página web donde se nos facilitará promocionar y vender nuestros productos.

A continuación, se desglosa el presupuesto de publicidad para la ferretería para los primeros 6 meses.

Publicidad	
Publicidad exterior	$5,000,000
Publicidad interior	$4,500,000
Publicidad en internet/redes sociales	$ 1.000.000
Volantes	$2,000,000
Total inversión en publicidad	$ 12.500.000

Se realizará una completa campaña con la cual el cliente se sentirá atraído y cautivado hacia nuestros productos y servicios.

Las actividades de nuestra campaña son:

1) Ofrecer la venta de dos productos por el precio de uno
2) Ofrecer un servicio gratis para los clientes que nos visiten por primera vez.
3) Brindar un descuento si el cliente nos recomienda y trae a nuestro negocio a otro cliente.

3.7 Plan de Ventas:

Cada uno de los gastos necesarios para la implementación de las diferentes actividades propuestas se verá reflejado porcentualmente en el crecimiento de las ventas futuras de la empresa, de la siguiente manera:

Gastos	**% Reflejado en las Ventas**
Personal	1.5%
Mantenimiento y Reparaciones	1.5%
Adecuación e Instalaciones	2%
Amortizaciones	1%
Diversos	1.5%
Total	**7.5%**

Los gastos de personal están enfocados en la atención y motivación de todos los colaboradores de la empresa, así como también en la capacitación de quienes trabajan en las actividades de producción y logística para mejorar continuamente en la prestación de los servicios. Se estima que el porcentaje reflejado en el aumento de las ventas será de **1.5%**.

Prever las fallas de la maquinaria y las herramientas permitirá mantener un flujo adecuado de los procesos. Se estima que el porcentaje reflejado en el aumento de las ventas será de **1.5%.**

Organizar la distribución de las instalaciones de la empresa permitirá una mejor utilización del espacio para exponer el mayor número de productos posibles y responder a los comportamientos de los clientes. Se estima que el porcentaje reflejado en el aumento de las ventas será de **2%.**

Implementar un sistema de información integrado que soporte las actividades administrativas y operativas de la empresa, traerá múltiples beneficios como, por ejemplo, contar

con información real del comportamiento de las ventas, los inventarios, las compras, los rendimientos, etc., elaborar pronósticos de ventas para establecer los niveles de producción requeridos para atender la demanda. Se estima que el porcentaje reflejado en el aumento de las ventas será de **1%.**

Fortalecer las relaciones con el proveedor dará la oportunidad a la empresa de obtener beneficios como descuentos, adquisición de productos de excelente calidad, garantías, asesoría y acompañamiento, entre otros, idóneos para una mayor competitividad y cobertura del mercado. Se estima que el porcentaje reflejado en el aumento de las ventas será de **1.5%.**

Este aumento del **7,5%** de las ventas son las expectativas propuestas para ampliar la participación de nuestra compañía en el mercado.

Para la proyección de ventas de los años futuros, también es importante, tener en cuenta el Índice de Precios al Consumidor, ya que este índice mide la evolución a través del tiempo, de los precios de un conjunto de bienes, representando así, una relación directa entre los precios del mercado y el comportamiento de los consumidores.

De esta manera, al tener en cuenta el IPC del año inmediatamente anterior a la proyección, los resultados del comportamiento de las ventas para los siguientes 3 años, se pueden aproximar más a la realidad, asumiendo que los precios presentarán un aumento promedio del 1,61%, porcentaje correspondiente al IPC para el año 2020.

IPC	1,61%				
Aumento % expectativa de participacion en ventas	7,50%				
Total Aumento % Por Año	9,11%				
	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos Operacionales					
Ventas	11.864.371	$ 12.945.215,20	$ 14.124.524,30	$ 15.411.268,47	$ 16.815.235,02

Tabla 8.Elaboración Propia.

3.7.1 Encuesta:

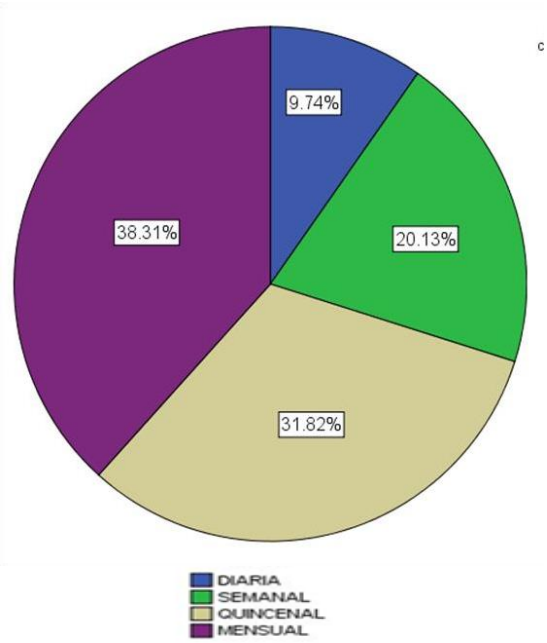
El objetivo de la presente encuesta es determinar los principales atributos en la decisión de compra y preferencia en productos ferreteros por parte del público objetivo ubicados en los municipios Medellín, Envigado, La Estrella, Sabaneta y Caldas del departamento de Antioquia..

Sexo: M ☐ F ☐

Edad: _____

1. ¿Con qué frecuencia acude usted a una ferretería?

- Diaria____
- Semanal___
- Quincenal___
- Mensual___



El análisis mediante la encuesta nos demuestra que el 9.74% de las personas encuestadas deciden que comprar en la Ferretería diariamente, el 20.13% compra semanalmente, el 31.82% compran quincenalmente y mientras que el 38.31% compran mensualmente.

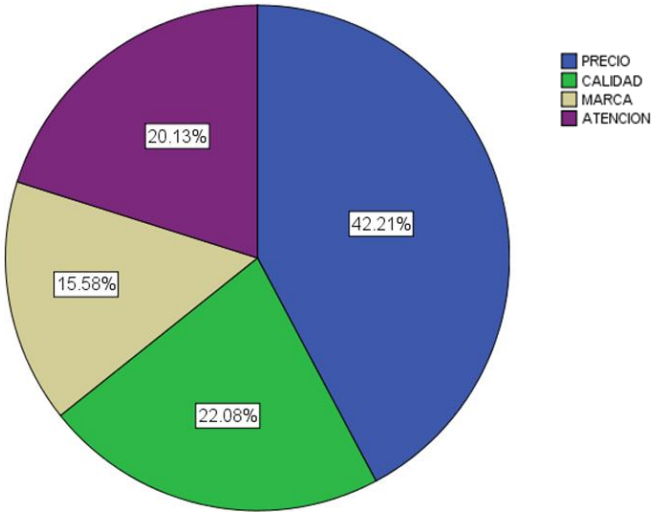
2. ¿Qué aspecto considera más importante para realizar sus compras en una ferretería?

Precios competitivos ___

Productos de calidad____

Marca___

Atención__



El análisis mediante la encuesta nos demuestra que el 42.21% de las personas encuestadas al momento de comprar valoran más el precio, el 22.08% valora más la calidad, el 15.58% valora más la marca del producto y el 20.13% se fija más en la atención y servicio de la ferretería.

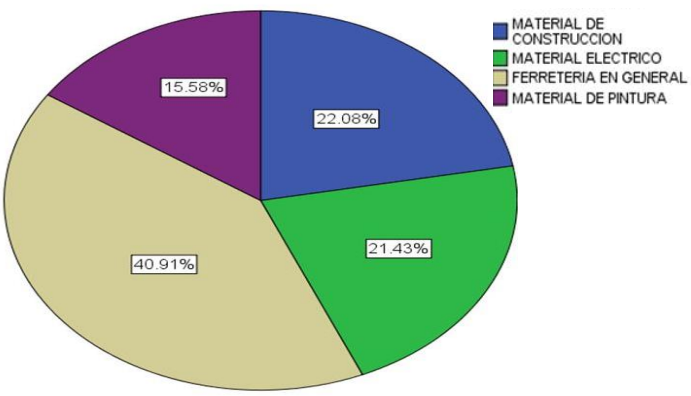
3. ¿Cuál es la línea de productos que más compra?

Material de construcción___

Material Eléctrico ___

Ferretería en general___

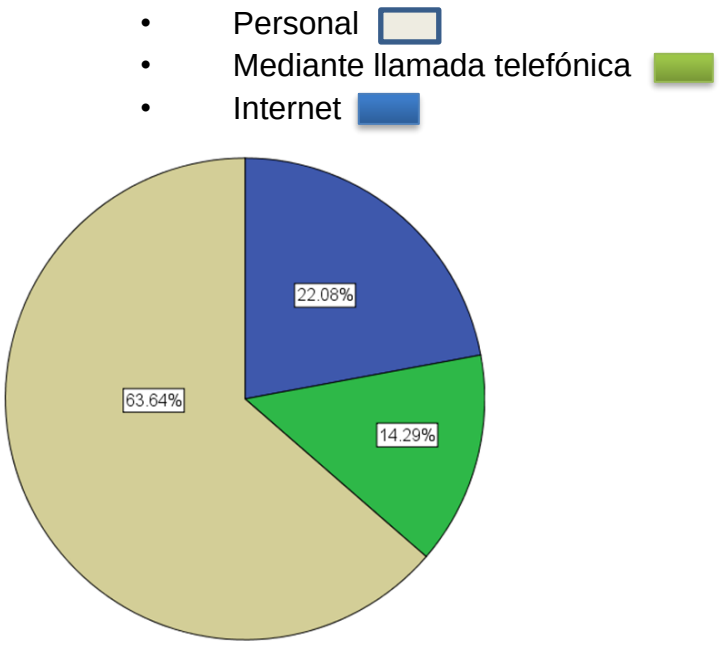
Material de Pintura___



El análisis de la encuesta nos muestra que el 22.08% de las personas al momento de comprar consumen material de construcción. El 21.43% compran material eléctrico. El 40.91% Ferretería en general, y el 15.78% compran material de pintura.

4 ¿Su forma de compra es?

- Personal: ___
- Mediante llamada telefónica:__
- Internet __



La encuesta nos muestra que el 63.64% % de las personas prefieren comprar sus productos ferreteros personalmente. El 22.08% realiza sus compras a través del internet, y el 14.29% lo hace a través de llamadas telefónicas

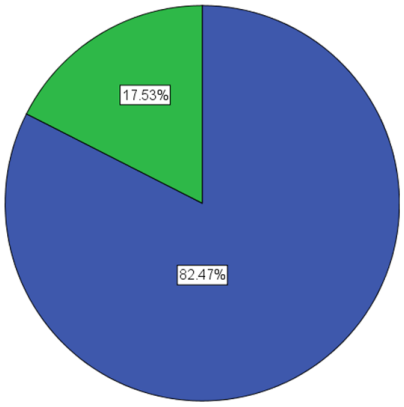
5 ¿Cómo evalúa la atención de las ferreterías en la que usted frecuenta comprar?

-Satisfecho ___

-Insatisfecho ___

Satisfecho

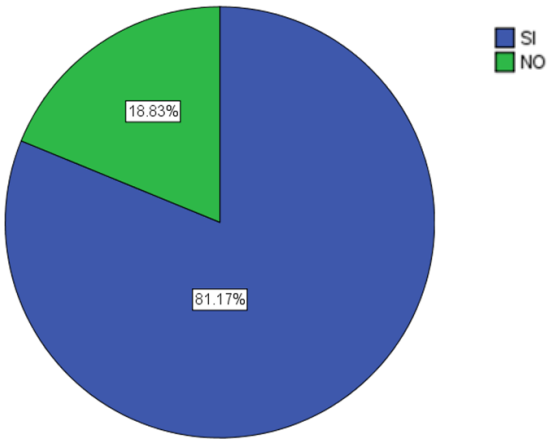
Insatisfecho



El análisis mediante la encuesta nos demuestra que el 82.47% de las personas encuestadas deciden que los productos de las ferreterías si satisfacen sus necesidades, pero el 17.53% no satisfacen las necesidades de los clientes.

6. ¿Compraría usted productos ferreteros importados con mejores precios y mayor calidad que en la ferretería de su preferencia?

- Si ☐
- No ☐

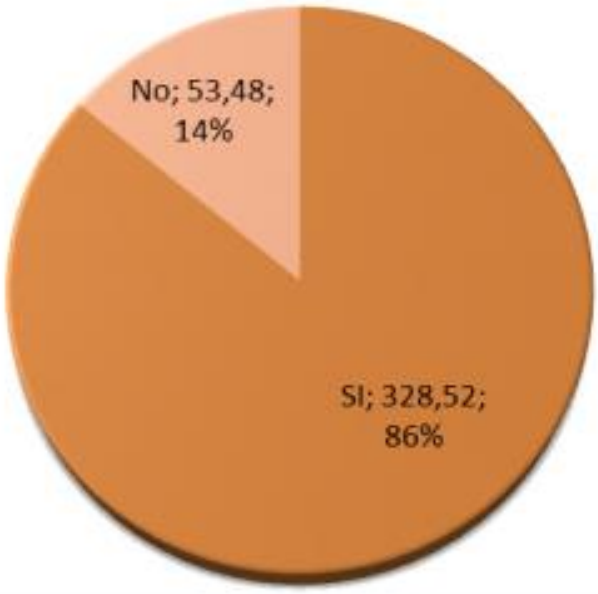


El análisis mediante la encuesta nos demuestra que el 81.17% de las personas encuestadas les gustaría obtener productos ferreteros importados con mejores precios y mayor calidad que en

la ferretería de su preferencia, y el 18.83% de las personas se sienten a gusto por los productos que compran concurrentemente en las ferretería preferentes.

7. ¿Se sentiría motivado a comprar en una ferretería con más frecuencia, si se implementan planes de descuentos, promociones, rifas, sorteos, etc.?

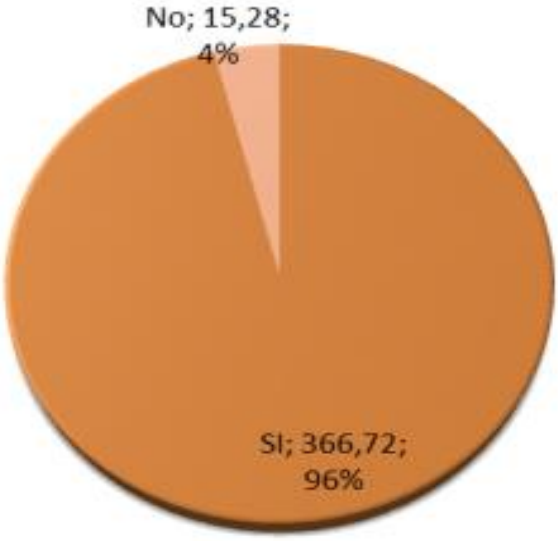
- Si ☐
- No ☐



Con respecto a los incentivos que tuvieran los clientes para la compra de los productos de construcción el 86% de los clientes encuestados indica que se sentirían motivados si se implementarían promociones, mientras que el 14% indican que no resultaría tan motivador ya que sus compras no son tan frecuentes.

8. ¿Le sería útil contar con información acerca Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv sobre nuestros productos y servicios en la página web y redes sociales?

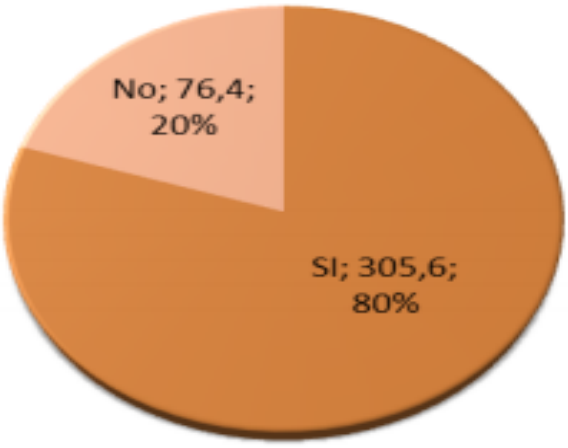
- Si _
- No_



Se puede apreciar que el 96% de los encuestados opinan que sería útil que la compañía Coimportaciones Ferreterías Vel-Riv dé a conocer sus productos y servicios a través de la página Web y redes sociales, ya que les generaría seguridad y confianza al adquirir algún producto o requerir nuestros servicios.

9 ¿Requiere usted que nuestra compañía ferretera cuente con el servicio de entrega a domicilio e instalación?

- Si _
- No_



Observamos que el 80% de los clientes preferirían que la ferretería posea servicio de entrega de productos a domicilio e instalación requerida.

4 Análisis de Comercio Internacional:

4.1 Tratados Comerciales:

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, fue suscrito en Washington, el 22 de noviembre de 2006.

El 12 de octubre de 2011 el Congreso de los Estados Unidos aprobó el Acuerdo, hecho que fue seguido por la sanción de la ley aprobatoria por parte del presidente Obama el 21 de octubre de 2011. Así se dio inicio a la etapa de implementación normativa del Acuerdo en Colombia.

El proceso culmina con la publicación del Decreto 993 del 15 de mayo de 2012, mediante el cual se promulga el "Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América".

El acuerdo se estructura bajo la forma de un área de libre comercio, que reúne todas las características del regionalismo abierto, ya que busca la maximización de la apertura de los mercados. Se trata de un acuerdo de tipo vertical (norte-sur) en la medida que incluye países con diferentes niveles de desarrollo.

Los temas que se negociaron fueron los considerados como generales, es decir, acceso a mercados, en sus dos vertientes (industriales y agrícolas); propiedad intelectual; régimen de la inversión; compras del Estado; solución de controversias; competencia; comercio electrónico; servicios; ambiental y laboral.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Posición	Descripción
73.06	Los demás tubos y perfiles huecos (por ejemplo: soldados, remachados, grapados o con los bordes simplemente aproximados), de hierro o acero
73.07	Accesorios de tubería (por ejemplo: empalmes [racores], codos, manguitos), de fundición, hierro o acero (RCA)
73.07.92.00.00	Codos, curvas y manguitos, roscados (Los demás)

82.03	Limas, escofinas, alicates (incluso cortantes), tenazas, pinzas, cizallas para metales, cortatubos, corta pernos, sacabocados y herramientas similares, de mano
82.03.10.00.00	Limas, escofinas y herramientas similares
82.03.20.00.00	Alicates (incluso cortantes), tenazas, pinzas y herramientas similares
82.04	Llaves de ajuste de mano (incluidas las llaves dinamométricas); cubos de ajuste intercambiables, incluso con mango
82.04.11.00.00	No ajustables / Llaves de ajuste de mano:
82.07	Útiles intercambiables para herramientas de mano, incluso mecánicas, o para máquinas herramienta [por ejemplo: de embutir, estampar, punzonar, roscar (incluso aterrajar], taladrar, escariar, brochar, fresar tornear, atornillar), incluidas las hileras de extrudir o de estirar (trefilar) metal, así como los útiles para perforación o sondeo.
82.07.13.20.00	Brocas
82.07.19	Los demás, incluidas las partes (Útiles de perforación o sondeo)
82.07.19.29.00	Las demás (Brocas)
82.07.19.30.00	Barrenas integrales
82.07.19.80.00	Los demás útiles
82.07.50.00.00	Útiles de taladrar
83.01	Candados, cerraduras y cerrojos (de llave, combinación o eléctricos), de metal común; cierres y monturas cierre, con cerradura incorporada, de metal común; llaves de metal común para estos artículos
83.01.10.00.00	Candados
83.01.40	Las demás cerraduras; cerrojos:
83.02	Guarniciones, herrajes y artículos similares, de metal común, para muebles, puertas, escaleras, ventanas, persianas, carrocerías, artículos de guarnicionería, baúles, arcas, cofres y demás manufacturas de esta clase; colgadores, perchas, soportes y artículos similares, de metal común; ruedas con montura de metal común; cierrapuertas automáticos de metal común
83.02.41.00.00	Para edificios(Las demás guarniciones, herrajes y artículos similares)

83.11	Alambres, varillas, tubos, placas, electrodos y artículos similares, de metal común o de carburo metálico, recubiertos o rellenos de decapantes o de fundentes, para soldadura o depósito de metal o de carburo metálico; alambres y varillas, de polvo de metal común aglomerado, para la metalización por proyección

Tabla 9. DIAN.

- **6810.11.00.00 Bloques de cemento para la construcción:**

- **7610.90.00.00 Chapas para construcción, de aluminio:**

- **8479.10.00.00 Máquinas para la construcción:**

Ilustración 13.DIAN - Sistema Armonizado Arancelario.

4.3 Requisitos y Vistos Buenos:

POSICION ARANCELARIA	NORMA	DESCRIPCION
8204110000	Resolución 0037 de febrero 20/2008 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Tipo de llave. Marca. Referencia. Dimensión, calibre o apertura de la boca: Ej. Medida de la tuerca o perno que acepta la llave: en mm o pulgadas.
8207500000	Resolución 0037 de febrero 20/2008 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Nombre: Ej. Brocas barrenas, etc. Marca y referencia: Dimensiones: Uso: Ej. Madera, metales.
8301100000	Resolución 0037 de febrero 20/2008 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Marca: Referencia. Material del cilindro. Material del arco. Distancia del arco. Tamaño de la caja

NORMA TÉCNICA	**DESCRIPCION**
NTC 4211 DIMENSIONES DE ACCESORIOS PARA TUBOS DE ACERO UTILIZADOS EN EL TRANSPORTE DE AGUA.	Proporciona todas las dimensiones requeridas en la fabricación de accesorios para tubería de acero en diámetros de 6 pulgadas hasta 144 pulgadas (150 mm a 3600 mm) en instalaciones de acero para transmisión y distribución de agua.
NTC 953 DIMENSIONES Y MASAS POR UNIDAD DE LONGITUD PARA TUBOS DE ACERO CON EXTREMOS LISOS, SOLDADOS Y SIN CONSTURA, TABLAS GENERALES.	Proporciona tablas de dimensiones, en milímetros, y masas por unidades de longitud, en kilogramos por metro, de tubos de acero con extremos lisos.

NTC 5064 DISEÑO ESTRUCTURAL DE TUBOS DE ACERO CORRUGADO CIRCULARES, ABOVEDADOS Y ARCOS PARA DESAGUES DE AGUAS LLUVIAS Y SANITARIAS Y OTRAS APLICACIONES ENTERRADAS.	Comprende el diseño estructural de tubos circulares y abovedados de acero corrugado, tubos de acero con nervadura compuesta y tubos circulares y abovedados conformados por placas de acero estructural y pasos inferiores usados en desagües de lluvia.
NTC 5229 INSTALACION DE TUBOS DE ACERO CORRUGADO HECHO EN FABRICA PARA DRENAJE Y OTRAS APLICACIONES.	Cubre procedimientos, suelos y la colocación en suelo para la correcta instalación de los tubos de acero corrugado y tubo abovedado.

Tabla 10.MINCIT - Normatividad y Resoluciones.

4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora

Socio proveedor en Estados Unidos: **Wholesale Tools**

Revisando su portafolio, son productos de excelente calidad y presentación física agradable. Cumplen también con normas técnicas internacionales requeridas para las grandes industrias del país, y sus precios son bastante asequibles.

Son productos hechos en Estados Unidos, con la ventaja adicional del convenio TLC con nuestro país.

A manera de estrategia, se traerá un pedido combinado entre herramienta manual y accesorios.

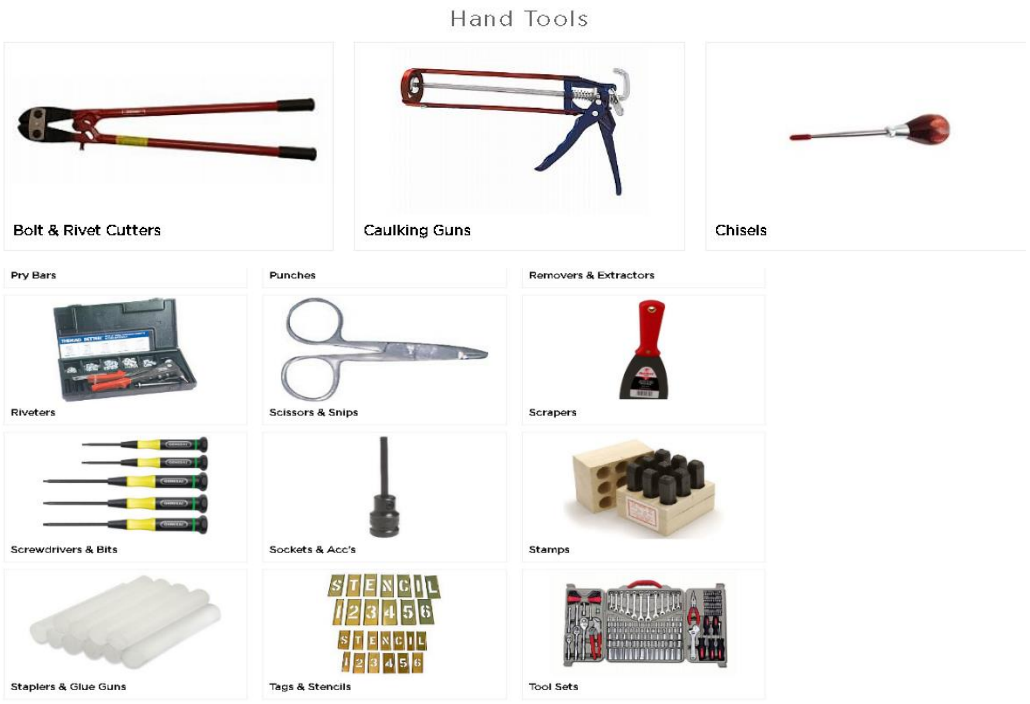


Ilustración 14. Página Web Wholesale Tools.

Como punto de partida se montará una orden de compra con la intención de conocer la seriedad y cumplimiento del proveedor en los productos ofrecidos y la logística planteada. Los productos que se van a adquirir en esta orden de compra, serán evaluados en rotación y calidad del almacén, motivo por el cual las cantidades deben estar acordes en la compra requerida.

De esta forma queda seleccionado el portafolio inicial de importación finalizando de esta manera el proceso de selección y adquisición de los productos a adicionar en el portafolio comercial de nuestra compañía. Se traerán en total 195 referencias de los productos garantizando así un portafolio más diversificado.

4.5 Participación en Ferias Especializadas

Expo Fierros: la principal vitrina para el sector ferretero:

Expo Fierros es el evento para el sector en Colombia en la ciudad de Bogotá, que se enfoca en capacitar a su audiencia, compuesta por ferreteros de todos los tamaños, a través de actividades y una agenda académica en la que aportará las herramientas para promover el crecimiento sustentable de los negocios.

Expo Fierros, la feria ferretera más grande de la región Andina, se ha convertido en el principal espacio de referencia del sector, al presentar las últimas tendencias en productos y servicios, y reunir en un mismo espacio a todos los actores claves de este segmento. De modo que es la mejor vitrina para el posicionamiento de las marcas que desean abrirse la puerta al sector ferretero.

Así mismo, es el escenario para actualizarse y saber cuáles son las líneas de producto que están dando la pauta dentro del mercado.

BENEFICIOS DE PARTICIPAR:

1. Interactuar en la plataforma de negocios especializada para presentar sus productos y servicios para el sector.
2. Contactos uno a uno entre empresas con intereses específicos.

3. Encontrar actividades previas para convocar de manera organizada a los participantes de cada lado de la mesa en el encuentro de negocios: Fabricantes - Proveedores con empresas que aspiran a ser sus Distribuidores.
4. Vinculación directa de los decisores de compra / venta de las empresas participantes.
5. Reuniones privadas en el encuentro de negocios entre las empresas (20 minutos de entrevista) con agenda. Máximo 2 representantes por empresa.

Requisitos para participar:

La participación no tiene ningún costo para las empresas que cumplan con los requisitos de admisión. Para participar, la empresa debe cumplir con las siguientes condiciones:

- Ser una empresa legalmente constituida.
- Haber importado por lo menos una vez, desde cualquier país.

4.6 Rutas de Acceso:

Estados Unidos posee una infraestructura portuaria compuesta por más de 400 puertos y sub puertos, de los cuales 50 manejan el 90% del total de toneladas de carga. Están localizados estratégicamente en los Océanos Pacífico y Atlántico. Algunos de estos se encuentran en el rango de los más grandes y de mayor movimiento de carga a nivel mundial. Desde la costa Este, es decir por el océano pacifico encontramos los puertos de New York, Baltimore, Houston, Jacksonville, Miami, Port Everglades, Savannah, Charlestón y New Orleans; por la costa Oeste; por el océano pacifico se encuentran ubicados por puertos de Long Beach y Los Ángeles. Todos estos como algunos de los más importantes en el país.

Ilustración 15. Principales Puertos de EE. UU Colombiatrade.com

Colombia tiene ocho puertos principales, seis de ellos se ubican en la costa Atlántica y dos, en la Pacífica. La costa Atlántica conecta principalmente al país con Centroamérica, Norteamérica y Europa, mientras que la Pacífica es el punto de interconexión con Sudamérica, la costa occidental de Norteamérica y Asia.

Ilustración 16. Puertos Marítimos de Colombia. Elaborado por Legiscomex.com

Puerto de Cartagena:

Brinda servicios de cargue y descargue de contenedores, tanto de carga doméstica como en tránsito internacional.

Para almacenamiento tiene un área total de 28.713 metros cuadrados y alberga 5 bodegas especializadas para importaciones, exportaciones y productos como colcerámica, café, ferroníquel y químicos.

En las rutas con destino Cartagena predomina el agente comercial HAMBURG SUD, en su gran mayoría estas rutas son directas con un tiempo de transito de 10 días, además la frecuencia es semanal.

Puerto de Embarque	Naviera	Conexiones	Tiempo de transito aprox (días)	Frecuencia aproximada
Baltimore	Hamburg Sud	Cartagena	10	Semanal

4.7 Liquidación de Precios

4.7.1 Si es Importador

Ver Anexo en Excel

5 Análisis Técnico

5.1 Descripción del Proceso de Producción

La compañía contará con un proceso logístico que permite controlar los inventarios adecuados para cubrir la demanda y mantener un stock suficiente dando respuesta a las necesidades de los clientes. Todos nuestros productos son inspeccionados para asegurar su calidad. La mercancía es almacenada en estanterías y áreas designadas de acuerdo a las regulaciones de seguridad industrial procurando su preservación ofreciendo al mismo tiempo una fácil identificación y manipulación.

Ventas:

Para nuestros clientes quienes solicitan nuestros servicios o productos, serán atendidos por el departamento de ventas orientados en el siguiente proceso:

Acceso al Mostrador. El cliente podrá visitar nuestras instalaciones y será atendido por el personal idóneo, el cual le orienta, atiende y suministra los productos requeridos.

Medios de atención. El cliente podrá hacer su solicitud a través de nuestra línea telefónica o desde nuestra página web para atender sus requerimientos, y posteriormente brindarle información acerca de la mercancía disponible y sus precios. Además, se le brindará asesoría técnica para un mejor servicio.

Visitas. Visitaremos al cliente potencial por medio de boletines informativos como volantes, revistas o desde nuestra página web informando sobre las promociones y descuentos de nuestros productos que ofrecemos en nuestra compañía ferretera. Se brindará asesorías especializadas con informaciones técnicas y comerciales en nuestro plan de servicio atendiendo sus necesidades y requerimientos.

Proceso de entrega en nuestros productos:

- Se define la condición del pedido y se autoriza.
- Se registra la información necesaria para dar seguimiento a la orden y servicio solicitado.
- La mercancía es revisada, separada y empacada de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- Se factura el pedido de acuerdo a las condiciones de pago establecidas con el cliente.

- El pedido es entregado al cliente.

Servicio Post Venta: Mantenemos una comunicación permanente con nuestros clientes para evaluar nuestro servicio y mejorar o corregir nuestras actividades.

Servicio de Alquiler de equipos para la construcción: Se ofrecerá a nuestros clientes de empresas constructoras, la posibilidad de alquilar los siguientes productos como un plus adicional para nuestro servicio.

- Andamios
- Cortadoras de ladrillo
- Mezcladoras
- Pulidoras
- Taladros

5.2 Capacidad de Producción

INVERSIÓN INICIAL	CANT.	VR. UND	VALOR TOTAL
COMPRAS ESTIMADAS DE INVENTARIO			
Herramientas de mano	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Pinturas, esmaltes y barnices	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Herramientas para madera y carpintería	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Herrajes	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Iluminación y alumbrado	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000

5.3 Plan de Producción

PROYECCION DE COMPRAS

CRECIMIENTO % ESTIMADO		3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	7%	7%	9%	9%	
REFERENCIAS / MES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1
Herramientas de mano	$ 3.500.000	$ 3.605.000	$ 3.713.150	$ 3.824.545	$ 3.939.281	$ 4.136.245	$ 4.343.057	$ 4.560.210	$ 4.879.425	$ 5.220.984	$ 5.690.873	$ 6.203.052	$ 53.615.821
Pinturas, esmaltes y barnices	$ 3.500.000	$ 3.605.000	$ 3.713.150	$ 3.824.545	$ 3.939.281	$ 4.136.245	$ 4.343.057	$ 4.560.210	$ 4.879.425	$ 5.220.984	$ 5.690.873	$ 6.203.052	$ 53.615.821
Herramientas para madera y carpinteri	$ 3.500.000	$ 3.605.000	$ 3.713.150	$ 3.824.545	$ 3.939.281	$ 4.136.245	$ 4.343.057	$ 4.560.210	$ 4.879.425	$ 5.220.984	$ 5.690.873	$ 6.203.052	$ 53.615.821
Herrajes	$ 3.500.000	$ 3.605.000	$ 3.713.150	$ 3.824.545	$ 3.939.281	$ 4.136.245	$ 4.343.057	$ 4.560.210	$ 4.879.425	$ 5.220.984	$ 5.690.873	$ 6.203.052	$ 53.615.821
Iluminación y alumbrado	$ 3.500.000	$ 3.605.000	$ 3.713.150	$ 3.824.545	$ 3.939.281	$ 4.136.245	$ 4.343.057	$ 4.560.210	$ 4.879.425	$ 5.220.984	$ 5.690.873	$ 6.203.052	$ 53.615.821
COSTO ICOTERM (CIF) - 24,95% aproxim	$ 4.355.227	$ 4.485.884	$ 4.620.461	$ 4.759.075	$ 4.901.847	$ 5.146.939	$ 5.404.286	$ 5.674.500	$ 6.071.715	$ 6.496.736	$ 7.081.442	$ 7.718.771	$ 66.716.884
TOTAL COMPRA MENSUAL	$ 21.855.227	$ 22.510.884	$ 23.186.211	$ 23.881.797	$ 24.598.251	$ 25.828.164	$ 27.119.572	$ 28.475.550	$ 30.468.839	$ 32.601.658	$ 35.535.807	$ 38.734.029	$ 334.795.988

PROYECCION DE COMPRAS

MAGEN DE CONTRIBUCIÓN % ESTIMADO	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%
REFERENCIAS / MES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1
Herramientas de mano	$ 9.713.434	$ 10.004.837	$ 10.304.983	$ 10.614.132	$ 10.932.556	$ 11.479.184	$ 12.053.143	$ 12.655.800	$ 13.541.706	$ 14.489.626	$ 15.793.692	$ 17.215.124	$ 148.798.217
Pinturas, esmaltes y barnices	$ 9.713.434	$ 10.004.837	$ 10.304.983	$ 10.614.132	$ 10.932.556	$ 11.479.184	$ 12.053.143	$ 12.655.800	$ 13.541.706	$ 14.489.626	$ 15.793.692	$ 17.215.124	$ 148.798.217
Herramientas para madera y carpinteri	$ 9.713.434	$ 10.004.837	$ 10.304.983	$ 10.614.132	$ 10.932.556	$ 11.479.184	$ 12.053.143	$ 12.655.800	$ 13.541.706	$ 14.489.626	$ 15.793.692	$ 17.215.124	$ 148.798.217
Herrajes	$ 9.713.434	$ 10.004.837	$ 10.304.983	$ 10.614.132	$ 10.932.556	$ 11.479.184	$ 12.053.143	$ 12.655.800	$ 13.541.706	$ 14.489.626	$ 15.793.692	$ 17.215.124	$ 148.798.217
Iluminación y alumbrado	$ 9.713.434	$ 10.004.837	$ 10.304.983	$ 10.614.132	$ 10.932.556	$ 11.479.184	$ 12.053.143	$ 12.655.800	$ 13.541.706	$ 14.489.626	$ 15.793.692	$ 17.215.124	$ 148.798.217
TOTAL COMPRA MENSUAL	$ 48.567.172	$ 50.024.187	$ 51.524.913	$ 53.070.660	$ 54.662.780	$ 57.395.919	$ 60.265.715	$ 63.279.001	$ 67.708.531	$ 72.448.128	$ 78.968.459	$ 86.075.621	$ 743.991.085

5.4 Recursos humanos para la producción

CARGO	CANT	TOTAL GASTO MES DE PERSONAL CON OBLIGACIONES LEGALES
ADMINISTRADOR	1	$ 2.032.180
VENDEDOR	1	$ 1.588.090
BODEGUERO	1	$ 1.588.090

6 Análisis Administrativo

6.1 Estructura Organizacional del negocio

ADMINISTRADOR

Funciones:

- Revisa y verifica los movimientos y registros contables.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Cumple con las normas y procedimientos de higiene y seguridad integral, establecidos por la organización.
- Supervisa y distribuye las actividades del personal a su cargo.
- Participa en la implementación de sistemas contables, financieros y administrativos.

VENDEDOR:

Funciones:

- Brindar satisfacción en el servicio y atención a los clientes
- Orientar al cliente en su decisión de compra y laubicación de la mercadería,mostrando los

artículos detalladamente cuando este lo solicite.

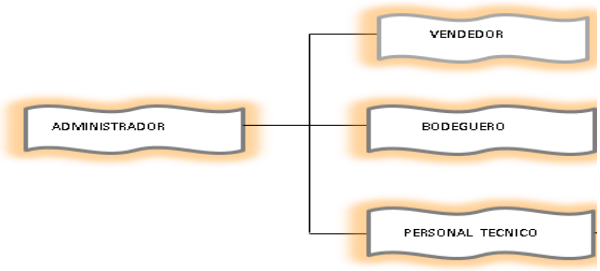
- Mantener la adecuada presentación visualde la mercadería en losmuebles, estantes, paredes, cajones y mesas.

BODEGUERO:

Funciones:

- Controlar el inventario de bodega y el ingreso y salida de mercadería.
- Mantener el aseo y el orden de la bodega.
- Es el responsable de realizar la solicitud de pedidos para la bodega.
- Almacenar y ubicar físicamente la mercadería en los espacios dispuestos.
- mantener un control periódico de la mercadería que entra y sale de la bodega.
- Aplicar en todo momento el concepto del autocuidado y el estar siempre atento.
-

6.1.1 Organigrama



6.1.2 Costo del personal y procesos administrativos tercerizados.

Ver Anexo en Excel

7 Análisis legal

7.1 Tipo de Organización Empresarial

La compañía Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv, será constituida bajo la denominación de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S

El objeto de nuestra compañía está enfocado a la importación internacional para la comercialización de herramientas ferreteras y de construcción, prestando servicios de personal altamente calificado y comprometido a realizar las actividades de albañilería, cerrajería,

electricidad, pintura, soldadura, carpintería y en general, todo lo inherente a la construcción principal.

7.2 Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas:

- Entidad: Departamento Nacional de Planeación
- Nombre: Decreto 440
- Descripción: Los procedimientos sancionatorios y las audiencias públicas deberán ser llevadas a cabo por medios electrónicos los cuales la entidad debe garantizar y autorizar los más adecuados. Se suspenden el procedimiento de selección de contratistas y revocatoria de los actos de apertura.
- Los tramites de expedición de licencias de urbanismo, Decreto 1203 de 2017 “en lo relacionado con el estudio, trámite y expedición de las licencias urbanísticas y la función pública que desempeñan los curadores urbanos y se dictan otras disposiciones”.
- Los decretos relacionados con las normas de diseño y construcción de mobiliario urbano y conservación urbanística. DECRETO 0471 DE 2018, “Por medio del cual se expiden las normas reglamentarias de detalle aplicables a las actuaciones y procesos de urbanización, parcelación, construcción, reconocimiento de edificaciones y demás actuaciones en el territorio municipal y se dictan otras disposiciones”.
- La reglamentación nacional para vivienda de interés social, Decreto 583 del 04 de abril de 2017, " En lo relacionado con las características de la vivienda de interés social y prioritario en tratamiento' de renovación urbana, los requisitos de solicitud y trámite de las licencias urbanísticas y las cesiones anticipadas".

- El reglamento de construcciones sismo resistentes. RÉGIMEN DE CONSTRUCCIONES SISMO RESISTENTES, (Creada por la Ley 400 de 1997), “Las normas sismo resistentes presentan requisitos mínimos que, en alguna medida, garantizan que se cumpla el fin primordial de salvaguardar las vidas humanas ante la ocurrencia de un sismo fuerte”.

8 Análisis Financiero

INVERSIÓN INICIAL - Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv S.A.S

INVERSIÓN INICIAL	CANT.	VR. UND	VALOR TOTAL
GASTOS PREOPERATIVOS			
ADECUACIONES LOCATIVAS	1	$ 2.000.000	$ 2.000.000
ARRIENDO DE LOCAL	1	$ 3.000.000	$ 3.000.000
EQUIPOS DE COMPUTACION (2 iMac + 2 MacBook)	4	$ 1.300.000	$ 5.200.000
CAJA REGISTRADORA	1	$ 1.300.000	$ 1.300.000
MOSTRADORES	3	$ 1.000.000	$ 3.000.000
ESTANTERIAS	6	$ 1.000.000	$ 6.000.000
SILLAS	6	$ 70.000	$ 420.000
ESCRITORIO	1	$ 200.000	$ 200.000
SILLAS EJECUTIVAS	1	$ 100.000	$ 100.000
TABLERO	4	$ 60.000	$ 240.000
SOFTWARE CONTABLE ADMINISTRATIVO	1	$ 1.200.000	$ 1.200.000
INTERNET - TELEFONIA - TV	1	$ 250.000	$ 250.000
DOTACION	1	$ 750.000	$ 750.000
GASTOS LOGISTICOS (TRASLADOS, PAPELERIA)	1	$ 1.300.000	$ 1.300.000
LEGALES Y DE CONSTITUCIÓN			
GASTOS LEGALES Y DE CONSTITUCION	1	$ 5.000.000	$ 5.000.000
CAPITAL DE TRABAJO			
Capital requerido para operar 3 meses (Personal)	1	$ 15.625.081	$ 15.625.081
TOTAL PRE - OPERATIVOS			**$ 45.585.081**

COMPRAS ESTIMADAS DE INVENTARIO			
Herramientas de mano	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Pinturas, esmaltes y barnices	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Herramientas para madera y carpintería	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Herrajes	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Iluminación y alumbrado	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000
COSTO ICOTERM (CIF) - 16% aproximada)	1	$ 7.483.919	$ 7.483.919
TOTAL COMPRAS ESTIMADAS DE INVENTARIO			**$ 37.483.919**

TOTAL INVERSIÓN	$ 83.069.000

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN INICIAL	%	IMPORTE
CAPITAL PROPIO	60%	$ 50.000.000
PRESTAMO BANCARIO	40%	$ 33.069.000
TOTAL INVERSIÓN		**$ 83.069.000**

Nª De Acciones	10.000
VALOS UNITARIO POR ACCION	$ 5.000

9 Conclusiones

Se puede determinar que Coimportaciones Ferreteras Vel-Riv cuenta con oportunidades claves que facilitaran su reconocimiento y posición en el mercado, debido a la creciente demanda de productos y materiales para la construcción y ferretería.

A partir del estudio técnico es posible apreciar el tamaño del proyecto, su ubicación, los equipos requeridos y el número de personas necesarias para su funcionamiento, además de eso también se puede observar los costos y gastos incurridos para la ejecución del proyecto.

10 Recomendaciones

- Para futuros proyectos, se recomienda que la compañía pueda asociarse con más proveedores en el mercado internacional, ya que aumentaría el portafolio de productos y servicios, y a su vez brindarles mejores precios a los consumidores.

- Ampliar su portafolio con una nueva línea de seguridad industrial por medio de alianzas con empresas y proveedores internacionales.
- Instalar varios puntos de venta para municipios fuera del Valle de Aburra, para ampliar el segmento del mercado y ofrecerles beneficios a nuestros clientes potenciales.
- Aumentar el número de colaboradores y socios en la compañía con el fin de fortalecer el crecimiento del negocio.
- Contar con el aval de la Organización Internacional de Estandarización para la certificación ISO 9000 en la certificación de calidad de nuestros productos.

11 Referencias Bibliográficas

- Artículo. (2019). “Los productos de ferretería: innovación, tecnología y clientes”. Fuente: https://www.cvn.com
- Artículo: “2019: un año agridulce para el sector ferretero colombiano”. Fuente: https://fierros.com.co/
- Normatividad Dirección de Impuesto y Aduana Nacional DIAN: Fuente: Artículo : https://www.dian.gov.co/
- Decretos y otras disposiciones para construcción y energía eléctrica. Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá
- Reporte de transporte marítimo. Obtenido de Rutas marítimas: http://www.colombiatrade.com.co 2019
- Informe Perfil de EEUU - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Fuente: www.mincit.gov.o 2019
- Informe FMI. Portal web santandertrade.com 2019
- Artículo: “ESTADOS UNIDOS: POLÍTICA Y ECONOMÍA”. Fuente: IMF – World Economic Database, 2020
- Informe “ESTADOS UNIDOS: FISCALIDAD”. Fuente: https://santandertrade.com/ 2018
- Artículo: “Impacto y Panorama del Sector Ferretero en Colombia”. Fuente nabiconsulting.co 2020
- Reporte: “Sector ferretero mueve economía colombiana”. Fuente: Portafolio.co 2016
- Logística interna, Libro “Ventaja Competitiva”. Michael E. Porter
- Artículo “FERRETERÍA EN LOS ESTADOS UNIDOS”. Fuente: exportapymes.com 2018
- Artículo “Tres de las empresas ferreteras más destacadas en Colombia” Fuente: altosempresarios.com 2019
- Encuesta de Micronegocios (EMICRON) Año 2019. Fuente: Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios – EMICRON. Año2019. Fuente: Diario El Espectador
- Reporte: “Importaciones ferreteras presentan un crecimiento del 15%”. Año 2018.

- Artículo: “Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América”. Fuente: Página oficial MinComercio 2014
- Blog Expo Fierros: “la principal vitrina para el sector ferretero”. Fuente: fierros.com.co Comunidad de gestión y negocios
- Artículo: “Perfil de logística Colombia - Estados unidos”. Fuente: Procolombia. Año 2014
- Artículo: Perfil logístico de Colombia. Fuente:Legixcomex.com Año 2016

12 Anexos