

ANEXOS

“FERREACEROS G&G”
PROSPECTO TECNICO
JULIAN SANTIAGO GUTIERREZ CALDERON

TABLA DE CONTENIDO

Anexo 1: Aproximación del Mercado	5
Anexo 2: Competencia y Relevancia del Mercado	19
Anexo 3: Aspectos Financieros	21
Anexo 4: Unidades Económicas	29
Bibliografía	31

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diseño Redes Sociales para Ferreaceros G&G	5
Figura 2. Logo Google Ads.....	6
Figura 3. Logo Meta y sus Aplicaciones	6
Figura 4. <i>Gráfico de Proyección de ventas vs Ventas Reales</i>	22
Figura 7. Grafico Comparativo de clientes reales VS Esperados	28

LISTADO TABLAS

Tabla 1. Inbound Vs Outbound	11
Tabla 2. Comparativos ingresos Ferreaceros 2023	21
Tabla 3. Comparativo Margenes de Venta Productos	23
Tabla 4. Gastos Fijos Mensuales	25
Tabla 5. Comparativo de Clientes mensuales	27

Anexo 1: Aproximación del Mercado

Captación y Retención de los clientes

La captación y retención de clientes son elementos clave para el éxito de Ferreaceros. Aquí se describen algunas estrategias:

Captación de Clientes:

1. **Marketing Digital:** Para expandir el alcance a nuevos clientes potenciales, Ferreaceros implementará estrategias de marketing en canales digitales aprovechando las múltiples plataformas y herramientas disponibles.

En redes sociales se crearán perfiles corporativos en Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, TikTok y Twitter. Se diseñará una cuidadosa estrategia de contenidos que resalte los beneficios de la propuesta de valor. Adicionalmente, se impulsarán publicaciones pagadas con segmentación por geolocalización, roles laborales y keywords.

Figura 1.

Diseño de Redes Sociales para Ferreaceros G&G



Nota. Se muestra un diseño preliminar de las redes sociales para Ferreaceros G&G

Asimismo, se crearán campañas de pauta en Google Ads, Facebook Ads y Meta Ads, orientadas tanto a generar reconocimiento de marca como conversiones de compra. Se optimizarán inversiones con herramientas de automatización de anuncios y licitación competitiva.

Figura 2.

Logo Google Ads



Nota. La imagen muestra el logo de la herramienta online Google Ads, cuya finalidad es poder crear campañas publicitarias de búsqueda y medios en los buscadores de internet a través de pauta paga. Tomado de: E. Carabaño, «ONLINE ZEBRA,» 8 Sep 2018. [En línea]. Available: <https://onlinezebra.com/blog/los-diez-cambios-mas-importantes-que-llegan-con-google-ads/>.

Figura 3.

Logo Meta y sus Aplicaciones



Nota. Se muestra el Logo y sus aplicaciones integradas para campañas de marketing a través de redes sociales. Tomado de: U. WEB, «UNIDEAS WEB Cuanto invertir en META,» [En línea]. Available: <https://www.unideasweb.com/tag/cuanto-invertir-meta-ads/>.

También se emplearán estrategias de email marketing implementando secuencias automatizadas y mensajes personalizados. La integración con sistemas de CRM permitirá mejorar la efectividad con base en el comportamiento e historial de cada contacto.

En todas las acciones de marketing digital se aplicarán sólidas prácticas de analítica y optimización para identificar las estrategias y canales de mayor retorno sobre la inversión. Así se consolidará una presencia digital diferenciada, dirigida a atraer tráfico cualificado y acelerar la generación de clientes para Ferreaceros.

2. Estrategia de optimización en motores de búsqueda (SEO): Con el fin de mejorar la visibilidad orgánica y el posicionamiento de Ferreaceros en los resultados de búsqueda, se implementará una estrategia integral de optimización en motores SEO (Search Engine Optimization) construida sobre los siguientes pilares:

- Investigación de palabras clave para identificar los principales términos de búsqueda empleados por el público objetivo al investigar productos y servicios relacionados. Esto permitirá orientar los contenidos y metabúsquedas.
- Optimización on-page aplicando las mejores prácticas de indexación, densidad keyword, tiempos de carga y estructura de la información en el sitio web.
- Desarrollo de enlaces entrantes de calidad desde portales de proveedores, directorios y sitios principales del sector construcción.
- Monitoreo analítico de métricas como clics e impresiones orgánicas, tasas de rebote y tiempos en sitio.
- Análisis periódico de factores externos que impactan el ranking como actualizaciones de algoritmos de Google y tendencias de búsqueda.

Esta aproximación integral y constante al SEO garantizará un aumento sostenido en el tráfico orgánico de clientes potenciales hacia la plataforma de Ferreaceros, reduciendo la dependencia de campañas publicitarias.

3. **Estrategias de alianzas y afiliaciones:** Con el objetivo de ampliar la cobertura e impulsar el reconocimiento de marca entre el sector objetivo, Ferreaceros buscará conformar un sólido ecosistema de alianzas estratégicas:

- Afiliaciones con asociaciones gremiales de la construcción para aprovechar sus canales de comunicación hacia las empresas del sector. Esto aumentará la consciencia de marca entre el público relevante.
- Partnerships con fabricantes de materiales de construcción para realizar promociones cruzadas con bases de clientes complementarias, potenciando el mensaje conjunto.
- Relaciones con influencers, arquitectos y constructores que generen recomendaciones y contenidos joint-marketing, dada la credibilidad de sus opiniones entre seguidores y la industria.
- Acuerdos con Marketplaces de la construcción para impulsar la presencia de la marca en sus plataformas a cambio de tarifas preferenciales.
- Patrocinios en ferias, congresos y capacitaciones del gremio construcción para relacionamiento directo.

Esta red de socios estratégicos será clave para expandir el alcance y reforzar la autoridad de Ferreaceros frente a clientes actuales y potenciales del sector.

4. **Estrategia de lanzamiento:** Con el propósito de generar consciencia, interés y adopción de la marca durante la etapa inicial del emprendimiento, Ferreaceros planifica una estrategia de introducción al mercado enfocada en:

- Campaña de expectativa previa en redes sociales con mensajes e intrigantes acertijos sobre el nuevo actor que llega para revolucionar el sector.
- Evento de lanzamiento formal con amplia cobertura de prensa especializada, en el que se presenta la propuesta de valor, socios y respaldo para Ferreaceros.
- Agresiva campaña promocional de inauguración con significativos descuentos en productos seleccionados durante los primeros 60 días para fomentar pruebas de compra.
- Alianzas con influencers para aumentar el alcance de los mensajes de lanzamiento mediante sus testimonios y recomendaciones a sus seguidores.
- Concurso de referidos para incentivar recomendaciones entre los primeros clientes, acelerando crecimiento inicial de base instalada.

Con esta estrategia de introducción se busca llevar a Ferreaceros rápidamente al radar de los tomadores de decisión y formadores de opinión más relevantes en el sector, generando reconocimiento y primeras ventas.

5. **Programa de referidos:** Para incentivar la recomendación orgánica de clientes satisfechos hacia su red de contactos, Ferreaceros implementará un programa formal de referidos que incluye:

- Sistema de codificación única para identificar quién refirió a cada nuevo cliente.
- Bonos en efectivo o crédito aplicables a futuras compras para los clientes que traigan nuevos referidos que realicen su primera compra.
- Portal para que los clientes puedan hacer seguimiento a sus referidos enviados y bonos acumulados.
- Comunicación periódica recordando la opción de compartir su experiencia positiva y recomendar la empresa entre sus contactos del sector, invitándolos a disfrutar de los mismos beneficios.

Este programa de evangelización orgánica impulsado por la propia satisfacción de los usuarios actuales será de alto retorno de inversión para atraer nuevos clientes idóneos de una forma efectiva al tiempo que se recompensa la lealtad.

Programa de Retención de Clientes:

Ferreaceros G&G emplea diversas estrategias para incrementar la retención y promover el upselling entre sus clientes actuales. Esto incluye programas de lealtad con recompensas atractivas, comunicación personalizada basada en datos de comportamiento, ofertas exclusivas para clientes frecuentes, seguimiento postventa proactivo, contenido educativo, oportunidades de upselling estratégico, encuestas para recopilar retroalimentación, eventos exclusivos, y un eficaz canal de atención al cliente. Estas prácticas no solo buscan mantener la satisfacción del cliente, sino también ofrecer oportunidades para compras adicionales y fortalecer las relaciones a largo plazo.

Definir Tráfico, Canales, embudos de conversión

Aquí tiene un ejemplo de cómo podría estructurar la definición de tráfico, canales, embudos de conversión y métricas asociadas para Ferreaceros:

Canales de tráfico

- Orgánico de motores de búsqueda (SEO)
- Pago: Google Ads, Facebook e Instagram Ads
- Email marketing
- Referidos
- Directo

Embudo de conversión:

- Alcance: Personas expuestas a anuncios y contenidos
- Interés: Visitas a la web, tiempo en el sitio, páginas vistas
- Consideración: Descargas de contenido, inscritos a newsletter
- Decisión: Contactos vía call to action, solicitudes de cotización

- Compra: Órdenes de pedido realizadas

Métricas clave:

- CPC (Costo por click) promedio en campañas pagadas
- CPL (Costo por lead o prospecto)
- CPA (Costo por adquisición/venta)
- Ratios de conversión por etapa del embudo
- ROAS (Retorno de inversión en marketing)

Inbound vs Outbound:

- Inbound: Contenidos, SEO, social media - los leads se acercan a la marca
- Outbound: Campañas de email, llamadas telefónicas - la marca activamente contacta leads

Tabla 1.

Inbound Vs Outbound

Característica	Inbound	Outbound
Enfoque	Atrae a los clientes	Llega a los clientes
Canales	Contenido, redes sociales, SEO, etc.	Publicidad, telemarketing, etc.
Objetivo	Generar leads, aumentar el conocimiento de la marca, etc.	Generar ventas, aumentar la participación, etc.
Coste	Puede ser más económico	Puede ser más caro

Nota. La tabla muestra las características y su comparación entre outbound e inbound

Inversión en publicidad:

- Google Ads: \$2 millones
- Facebook e Instagram Ads: \$1.5 millones
- Email marketing (envíos): \$500 mil

Alcance estimado:

- 5,000 clics en Google Ads
- 3,500 clics en RRSS
- 20,000 envíos de emails
- 300 visitas orgánicas por SEO

Leads generados:

- Formularios de contacto: 250 leads
- Solicitudes de cotización: 80 leads

Métricas:

- CPC Google Ads: \$400 COP
- CPC Redes Sociales: \$429 COP
- CPL promedio: \$16,000 COP
- Tasa de conversión a lead: 2.5%
- Tasa de conversión a venta: 4%
- CPA (Costo por Adquisición o Costo por Venta)

Ventas mensuales

- 250 (leads) x 4% = 10 ventas
- 80 (solicitudes de cotización) x 4% = 3 ventas
- Total, ventas al mes = 13
- Inversión TOTAL en publicidad
- \$4 millones COP (según lo indicado previamente)
- CPA = Inversión en publicidad / Ventas:
- \$4.000.000 / 13 ventas = \$307.692 COP

Es decir, por cada venta realizada, Ferreaceros invertiría en promedio \$307.692 COP en acciones de marketing y publicidad enfocadas en la generación de leads.

Este CPA puede optimizarse reduciendo las inversiones en los canales de menor performance o mejorando la tasa de conversión final con mejores estrategias de cierre de venta.

Con una inversión mensual de \$4 millones COP enfocada en canales digitales de alto retorno, se pueden generar unos 330 leads totales. Hay oportunidad de mejorar conversiones optimizando contenido y embudos de venta.

¿Qué se hace para aumentar la retención y upselling de clientes actuales?

El upselling podría incluir ofrecer productos adicionales relacionados con la compra actual del cliente, sugerir productos premium con características mejoradas o proporcionar ofertas especiales para compras más grandes. Esta estrategia busca aumentar el valor de cada transacción y maximizar el gasto del cliente.

Retención de Clientes

1. **Servicio al cliente multicanal:** Para garantizar una atención personalizada ante cualquier requerimiento de los clientes, Ferreaceros pondrá a disposición los siguientes canales especializados:
 - Chat en vivo en el web atendido por asesores capacitados para resolver dudas en tiempo real sobre productos, precios, compras, seguimiento de envíos y garantizar una experiencia amigable.
 - Chatbot automatizado con algoritmos de Inteligencia Artificial que pueden responder un alto porcentaje de consultas frecuentes, brindar información general y direccionar casos más complejos hacia los agentes humanos. Estará disponible 24/7.
 - Centro de atención vía WhatsApp para asesoría personalizada sobre órdenes de pedido, productos y servicios complementarios. Los usuarios podrán compartir imágenes, especificaciones técnicas y mantener historial de conversaciones con el personal asignado.

- Línea telefónica de soporte para llamadas sobre pedidos urgentes o reclamos para casos que requieran una conversación directa con los supervisores del área.

Con esta infraestructura multicanal se garantizará disponibilidad total para que los clientes obtengan información precisa de la empresa en el momento que la requieran por el medio que les resulte más conveniente.

2. **Programa de lealtad** Para premiar la preferencia y alto valor de los clientes habituales, Ferreaceros implementará un programa de lealtad con los siguientes beneficios:

- Puntos acumulables por cada compra realizada, cuyos saldos podrán utilizarse para canjear descuentos o productos gratis.
- Doble puntuación por referidos y reseñas en redes sociales para incentivar este tipo de interacciones.
- Acceso exclusivo a ofertas relámpago y nuevos productos por tiempo limitado para clientes Gold y Platino según su historial de compras.
- Atención preferencial por canales directos y preventa en lanzamientos.
- Descuentos progresivos por volumen escalonados al 1%, 3% y hasta 5% para compras recurrentes una vez se alcanzan ciertos umbrales.

Este esquema de incentivos a la actividad mantendrá interesados a los mejores clientes, dándoles razones de sobre valor por canalizar la mayor cantidad de sus compras a través de Ferreaceros.

3. **Estrategia de comunicación continua:** Con el fin de mantener a la base de clientes actualizada, interesada y cercana a la marca, Ferreaceros implementará las siguientes acciones regulares de comunicación continua multicanal:

- Boletines mensuales con novedades de productos, consejos de construcción y casos de éxito de otros clientes que accedan a compartir su experiencia.
- Publireportajes en alianza con proveedores, presentando innovaciones en materiales de construcción para mantener vigente la relación.
- Campañas promocionales exclusivas para clientes frecuentes con significantes descuentos por tiempo limitado para incentivar nuevas compras.
- Encuestas eventuales y concurso de opinión para mantener un canal de escucha activa respecto a expectativas y oportunidades de mejora detectadas por los propios clientes.
- Felicitaciones personalizadas en fechas especiales para clientes más activos, con regalos relacionados como aporte en su cuenta de lealtad.

Con esta estrategia de cercanía activa, no solo se mantendrá la marca top of mind de los clientes actuales, sino que se abrirán oportunidades para vender incremental basado en necesidades detectadas proactivamente.

4. Estrategia de aseguramiento de calidad Ferreaceros implementará rigurosos estándares de control de calidad, enfocados tanto en los productos comercializados como en los procesos relacionados con la experiencia del cliente.

Respecto al portafolio de materiales y soluciones constructivas, se realizarán alianzas exclusivamente con proveedores ampliamente reputados y certificados bajo normas internacionales de fabricación. Periódicamente se ejecutarán auditorías y pruebas a los productos para validar su óptimo desempeño.

Asimismo, todos los procesos que impactan la satisfacción del cliente serán constantemente monitoreados y mejorados. Esto incluye métricas de disponibilidad de información en la web, tiempos de cargue y navegación del portal, resolución de solicitudes de soporte en el primer contacto, entregas completas en fecha acordada, etc.

Con esta filosofía integral de aseguramiento de la calidad, Ferreaceros se posiciona como una empresa que les garantiza a sus clientes no solo productos superiores sino una excelencia operacional sostenida antes, durante y después de cada compra. Nuestro objetivo es entregar una experiencia consistentemente sobresaliente.

5. **Seguimiento de Pedidos:** Para mejorar la experiencia posventa, Ferreaceros implementará un sistema de tracking en tiempo real que permitirá a los clientes monitorear el estatus de sus pedidos en cada etapa:
- Confirmación de Orden de Compra con detalles de contenido, fecha de entrega acordada y datos de facturación.
 - Validación de disponibilidad de inventario y fechas tentativas de despacho.
 - Aviso de procesamiento del pedido para preparación de picking y packing.
 - Notificación de salida desde el centro de distribución con código de seguimiento al vehículo asignado.
 - Registro de ingreso a la zona de reparto correspondiente.
 - Confirmación de entrega exitosa en destino pactado.

Este nivel de visibilidad en tiempo real, disponible vía web y alertas personalizadas por email y SMS, le permitirá al cliente coordinar sus actividades, aumentando notablemente la tranquilidad y experiencia positiva con su compra.

6. **Recopilación de Feedback:** Con el fin de identificar brechas y oportunidades de mejora en el portafolio de productos y calidad de servicio, Ferreaceros establecerá los siguientes canales de comunicación activa:
- Encuestas de satisfacción posterior a las compras para calificar la experiencia y realizar sugerencias específicas de parte de los clientes.
 - Buzón de comentarios disponible en la web para la recepción continuada de opiniones, consultas o quejas de los usuarios.

- Línea directa de servicio posventa para comunicación directa del cliente con un agente especializado para retroalimentación detallada.
- Grupos focales y entrevistas presenciales con clientes clave para intercambio de ideas profundo sobre mejoras e innovaciones esperadas.

Todos los puntos recolectados por estos canales serán analizados mensualmente, determinando planes concretos de mejoramiento continuo priorizados por impacto en la satisfacción del cliente.

7. **Ofertas Personalizadas:** Basados en un modelo analítico avanzado, Ferreaceros utilizará la información transaccional de los clientes para diseñar ofertas y recomendaciones personalizadas de alto valor, que incluyen:

- Descuentos exclusivos en productos previamente adquiridos para incentivar la recurrencia de compra.
- Sugerencia directa de ítems complementarios al portafolio usual del cliente con base en las métricas agregadas del negocio.
- Ofertas por tiempo limitado de nuevos productos afines al perfil de consumo histórico del cliente específico.
- Recordatorios sobre posibles necesidades de re-compra al vencimiento del ciclo típico de consumo por tipo de material y uso final.
- Regalos o muestras de materiales novedosos de posible interés para clientes estratégicos con poder de compra y de influencia sobre otros tomadores de decisión en el sector.

De esta forma, aprovechando la información única disponible sobre cada cliente, se maximiza la relevancia individual del contacto mercadológico para promover ventas incrementales y cruzadas.

8. **Canal de Devoluciones Eficiente:** En caso de que un cliente requiera devolver un producto ya sea por desperfectos de calidad o error en el despacho, Ferreaceros pondrá a su disposición un canal ágil de devoluciones:

- Formulario web para solicitar retiro de los productos desde la ubicación del cliente, detallando motivos y soportes de la devolución.
- Validación y programación del retiro por parte del personal de servicio al cliente en máximo 2 días hábiles.
- Recogida en el punto acordado y retorno al centro de distribución con registro formal de ingreso.
- Análisis de causal en máximo 3 días con opciones de reemplazo, reembolso o reparación sujeto a políticas vigentes.
- Reporte formal sobre resolución al cliente por el canal preferido con evidencias y trazabilidad completa.

La eficiencia y transparencia de este ciclo de devoluciones, cumpliendo los acuerdos de servicio establecidos, será fundamental para garantizar la satisfacción y confianza de los clientes en Ferreaceros ante cualquier eventualidad.

Estas estrategias combinadas ayudarán a captar la atención de nuevos clientes y, al mismo tiempo, asegurarán la retención de clientes existentes, contribuyendo al crecimiento sostenible de Ferreaceros.

Anexo 2: Competencia y Relevancia del Mercado

Ferreaceros G&G se posiciona como un actor relevante en el mercado de aceros y materiales de construcción en Colombia a mediano y largo plazo, al poner un énfasis significativo en el servicio al cliente. La implementación de tecnologías avanzadas, como el chatbot y el chat en línea, asegura una atención personalizada y eficiente. Estos canales no solo simplifican la experiencia de compra, sino que también establecen una conexión directa con asesores especializados, ofreciendo a los clientes un soporte en tiempo real.

La diversificación de líneas de negocio, con servicios de valor agregado y la futura inclusión de otros materiales de construcción, subraya el compromiso de Ferreaceros G&G en proporcionar soluciones integrales a sus clientes. La asociación estratégica con fabricantes y proveedores de renombre refuerza la calidad de los productos ofrecidos. Además, la logística eficiente y la cadena de suministro confiable aseguran tiempos de entrega rápidos.

La transparencia en los procesos, la información clara y precisa sobre productos y precios, junto con la aplicación de tecnologías emergentes, solidifican la relación de confianza entre la empresa y sus clientes. Estas barreras, centradas en la excelencia del servicio al cliente, se erigen como pilares fundamentales para mantener la relevancia y la preferencia del mercado a largo plazo.

Por qué la solución es mejor para el nicho de mercado en el cual hay foco

La solución de Ferreaceros G&G se destaca como una de las mejores para el nicho de mercado gracias a su enfoque centrado en el servicio al cliente. La plataforma en línea no solo simplifica la adquisición de aceros y materiales de construcción, sino que redefine la experiencia del cliente, priorizando la atención y la asesoría personalizada. La implementación estratégica de un canal de atención personalizado en línea refuerza el compromiso de la empresa con la satisfacción del cliente, ofreciendo respuestas inmediatas y orientación experta.

En el corazón de esta propuesta se encuentra una red sólida de asociaciones con fabricantes y proveedores confiables, garantizando la calidad de los productos. El equipo altamente capacitado refuerza la visión de excelencia en el servicio al cliente, asegurando que cada interacción con Ferreaceros G&G sea eficiente y satisfactoria. La transparencia en los procesos, la rapidez en las entregas y la oferta diversificada de líneas de negocio consolidan la posición de la empresa como líder en el mercado a mediano y largo plazo.

La solución no solo ofrece productos de alta calidad, sino que también coloca al cliente en el centro de todas las operaciones. La combinación de tecnología, compromiso humano y un modelo de negocio sólido hace que Ferreaceros G&G sea la opción preferida para aquellos que buscan no solo materiales de construcción, sino una experiencia completa y satisfactoria.

“Unfair Advantage”

Una "unfair advantage" de Ferreaceros G&G reside en la implementación integral de tecnología avanzada y un servicio de atención al cliente altamente personalizado. A través de la incorporación de un chatbot y un canal de atención en línea, la plataforma ofrece respuestas inmediatas, asesoramiento experto y una experiencia sin fricciones para los clientes. Esta combinación única de tecnología y atención humana no solo mejora la eficiencia, sino que también establece un estándar superior en la satisfacción del cliente.

Esta ventaja competitiva es crucial en un mercado saturado, donde la diferenciación se vuelve fundamental. La capacidad de proporcionar respuestas rápidas, orientación especializada y un servicio personalizado coloca a Ferreaceros G&G en una posición única para superar a la competencia. En un sector donde la confianza y la satisfacción del cliente son determinantes, esta "unfair advantage" se traduce en lealtad del cliente y en la preferencia constante de la marca. La capacidad de combinar eficazmente la tecnología con un enfoque humano sólido crea un valor adicional que destaca a Ferreaceros G&G en el mercado.

Anexo 3: Aspectos Financieros

Tracción y Calidad de Ingresos

En el caso de Ferreaceros, se puede decir que hay tracción, ya que la empresa tiene una larga trayectoria en el sector de la construcción y cuenta con una amplia gama de clientes. Además, la empresa está invirtiendo en marketing y publicidad para aumentar su visibilidad y alcance.

Tabla 2

Comparativos ingresos Ferreaceros 2023

Enero	106,413,269
Febrero	177,567,946
Marzo	230,804,084
Abril	213,183,278
Mayo	148,164,774
Junio	151,498,840
Julio	140,367,254
Agosto	152,018,956
Septiembre	236,757,261
Octubre	230,804,084
Noviembre	241,607,715
Diciembre	-

Nota. La tabla muestra comparativo de ingresos del año 2023 de la Empresa Ferreaceros G&G

Calidad de Ingresos

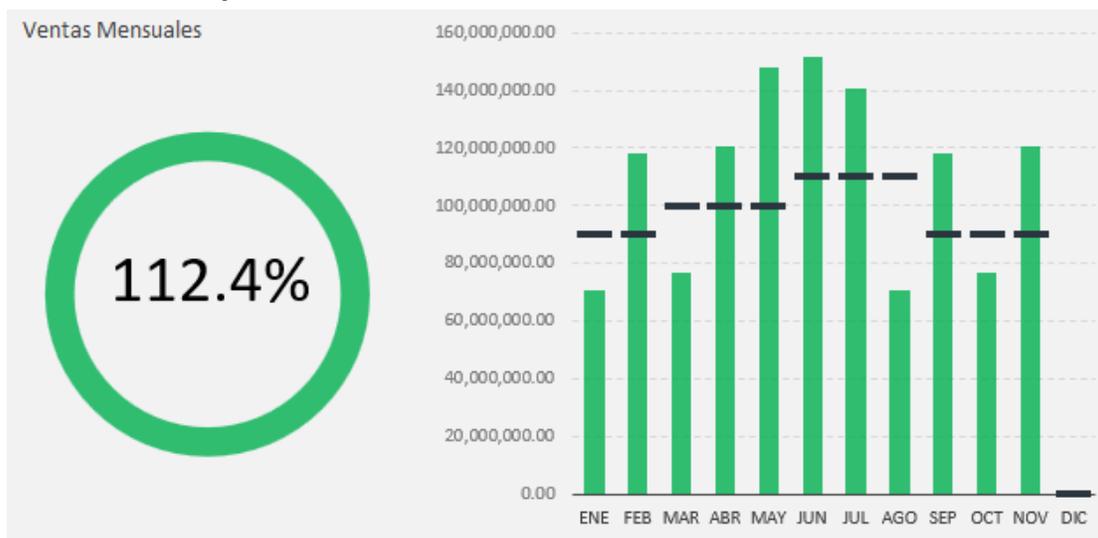
En el caso de Ferreaceros, la calidad de ingresos es buena. La empresa tiene una base de clientes sólida y una cartera de productos diversificada. Además, la empresa está invirtiendo en innovación para desarrollar nuevos productos y servicios que puedan generar ingresos sostenibles.

Sin embargo, es importante señalar que la calidad de ingresos puede verse afectada por factores externos, como la economía o las tendencias del mercado.

En general, se puede decir que Ferreaceros tiene una buena tracción y calidad de ingresos. Sin embargo, la empresa debe continuar invirtiendo en innovación y marketing para mantener su crecimiento y rentabilidad.

Figura 4.

Gráfico de Proyección de ventas vs Ventas Reales



Nota. La imagen Muestra un grafico comparando ventas estimadas vs ventas reales

Indicadores KPIs

- **Crecimiento**

- Clientes nuevos últimos 12 meses: 473
- Crecimiento ventas 2023 vs 2022: 80%
- Participación de mercado: De 0.0129% en el último año

- **Conversión**
 - Tasa de conversión leads a ventas: 4.5%
 - Porcentaje de clientes recurrentes: 35%
- **Calidad de ingresos**
 - Ticket promedio por compra: \$760.000

Tabla 3.

Comparativo Márgenes de Venta Productos

Producto	Costo/Kg	Venta/Kg	Margen Bruto
Tubería Cold Rolled	\$ 4,100	\$ 4,900	19.51%
Tubería Galvanizada sin Costura	\$ 5,000	\$ 6,500	30.00%
Tubería Galvanizada	\$ 4,700	\$ 5,900	25.53%
Tubería Cerramiento Negra	\$ 3,800	\$ 4,700	23.68%
Tubería Hot Rolled	\$ 3,900	\$ 4,700	20.51%
Varillas	\$ 2,900	\$ 3,350	15.52%
Ángulos	\$ 3,100	\$ 3,600	16.13%
Platinas	\$ 3,100	\$ 3,500	12.90%
			20.47%

Nota. Se muestra comparativo de márgenes generados por cada producto vendido y su coste de compra y venta

Margen bruto promedio: 20.47%

El margen bruto promedio de la canasta de productos de Ferreaceros se ubica en 20.47%. Esto significa que por cada peso que venden, la empresa genera una utilidad bruta de \$0.2047 COP.

Además, se evidencia potencial para mejorar el margen del portafolio enfocando las operaciones comerciales en los productos más rentables (ej. tubería galvanizada y cerramiento negro).

Déjame saber si requieres algún otro análisis adicional con esta información.

- Costo de adquisición de cliente (CAC):

El CAC se refiere a el costo promedio que invierte la empresa en actividades de marketing y publicidad por cada cliente nuevo adquirido.

Para Ferreaceros se estima un CAC objetivo de \$18.343 COP según los siguientes supuestos:

- Presupuesto mensual en marketing digital: \$4.000.000 COP
(Detalle: Google Ads \$2 millones, Facebook Ads \$1.5 millones, Email marketing \$500 mil)
- Leads obtenidos al mes: 500
- Tasa de conversión de leads a cliente: 43.6%
- Clientes nuevos al mes: $500 * 43.6\% = 218$ clientes

- CAC = Presupuesto marketing mensual / Nuevos clientes al mes
= $\$4.000.000 / 218$ clientes
= \$18.343 COP por cliente

Este CAC se podría optimizar mejorando la tasa de conversión con un embudo de ventas sólido y enfocando las inversiones en los canales y campañas de mayor retorno.

- Frecuencia de compra cliente recurrente: 4.2 veces al año
- Ingresos provenientes de clientes frecuentes: 35%

En resumen, se evidencia fuerte tracción comercial de Ferreaceros con métricas crecientes y de calidad. Hay consistencia en el modelo de negocio.

Burn Rate

Los costos operativos mensuales de la empresa se componen de tres categorías principales: Gastos fijos, Gastos variables, Costo de ventas

Tabla 4.*Gastos Fijos Mensuales Ferreaceros G&G*

Nomina	9,000,000
Arriendo	5,000,000
Tecnología	2,000,000
Servicios	1,500,000
Publicidad	4,000,000
Total	21,500,000
Costo de Ventas	143,887,838
Gastos Variables	5,000,000

Nota. Se muestra el Comparativo de Gastos Fijos de la empresa

- Ingresos mensuales promedio: \$184,471,587 COP
- Gastos fijos: \$21,500,000 COP
- Gastos variables: \$5,000,000 COP
- Costo de ventas: \$143,887,838 COP

- Egresos totales = Gastos fijos + variables + costo de ventas
= \$21,500,000 + \$5,000,000 + \$143,887,838
= \$170,387,838 COP

- Utilidad bruta = Ingresos - Costo de ventas
= \$184,471,587 - \$143,887,838
= \$40,583,749 COP

- Utilidad neta = Ingresos - Egresos totales
= \$184,471,587 - \$170,387,838
= \$14,083,749 COP

- Flujo de caja neto = Utilidad neta + Depreciación (10% de gastos fijos)

$$= \$14,083,749 + \$2,150,000$$

$$= \$16,233,749 \text{ COP}$$

- Efectivo disponible inicial: \$250,000,000 COP

- Nuevo efectivo disponible = Efectivo inicial + Flujo de caja neto

$$= \$250,000,000 + \$16,233,749$$

$$= \$266,233,749 \text{ COP}$$

- Burn rate = Egresos totales / Nuevo efectivo disponible

$$= \$170,387,838 / \$266,233,749$$

$$= \mathbf{0.64}$$

Número de Clientes por Mes:

El número estimado de clientes mensuales utilizando el ticket promedio que habíamos calculado anteriormente para la empresa Ferreaceros, el cual era de \$760,000 COP.

- Ventas mensuales promedio: \$165,565,853 COP (según cifras previas)

- Ticket promedio: \$760,000 COP

- % clientes recurrentes: 35%

- Frecuencia de compra recurrente: 2 veces al mes

Cálculo:

- **Clientes nuevos**

Ventas mensuales / Ticket promedio

$$165,565,853 / 760,000 = 218 \text{ clientes nuevos}$$

- **Clientes recurrentes**

Clientes nuevos mes previo x % recurrentes x Frecuencia compra

218 x 35% x 2 = 153 clientes recurrentes

- Total clientes en el mes = Clientes nuevos + recurrentes

218 + 153 = 371 clientes

Tabla 5.

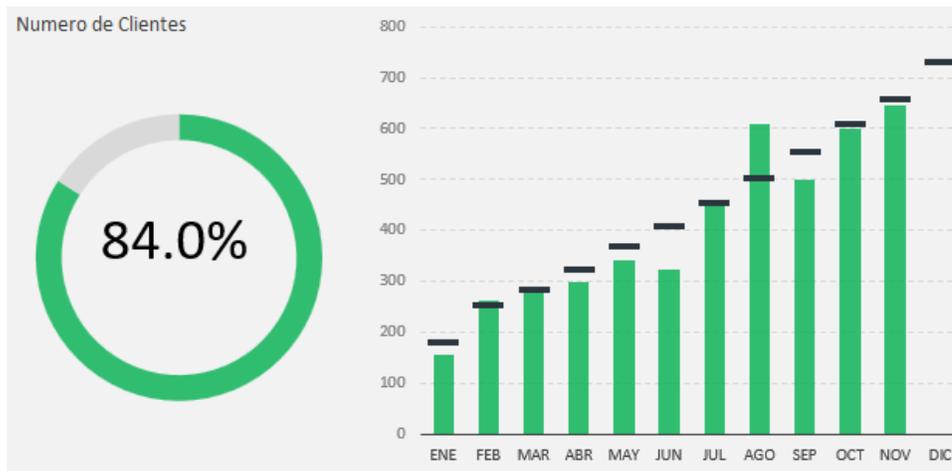
Comparativo de Clientes mensuales

MES	CLIENTES NUEVOS	CLIENTES RECURRENTES	CLIENTES ESPERADOS
ENERO	180	0	180
FEBRERO	200	54	254
MARZO	210	73	283
ABRIL	230	94	324
MAYO	250	119	369
JUNIO	268	140	408
JULIO	290	165	455
AGOSTO	310	193	503
SEPTIEMBRE	330	224	554
OCTUBRE	350	260	610
NOVIEMBRE	360	297	657
DICIEMBRE	390	340	730

Nota. Se muestra comparativo de clientes mensuales

Figura 5.

Gráfico Comparativo de clientes reales VS Esperados



Nota. Se muestra Grafico de barras de las proyecciones de Clientes esperados vs Clientes Reales

Anexo 4: Unidades Económicas

¿Qué potencial tiene esta solución/empresa?

Ferreaceros presenta un potencial excepcional en el mercado de aceros y materiales de construcción en Colombia, respaldado por una plataforma de comercio electrónico intuitiva y un enfoque distintivo centrado en el servicio al cliente. La empresa se destaca al proporcionar un acceso global a través de compras en línea, superando las limitaciones geográficas y brindando comodidad a los clientes. Además, Ferreaceros aborda de manera directa las deficiencias del mercado actual, como la falta de información transparente sobre productos y precios.

La propuesta de valor se ve fortalecida por la atención meticulosa a la experiencia del cliente. La implementación de tecnologías avanzadas, como el chatbot y el servicio al cliente premium a través de canales principales como WhatsApp, Chat en Línea y otros, resalta el compromiso de la empresa con la satisfacción del cliente. La tracción y la calidad de ingresos, evidenciadas por un promedio de utilidad del 19%, subrayan la solidez financiera de Ferreaceros.

El potencial de crecimiento sostenido se basa en la mejora continua de la experiencia del cliente, la ampliación del catálogo de productos y servicios, así como la consideración de la expansión hacia otros materiales y mercados. En resumen, Ferreaceros no solo se posiciona como una solución completa para las necesidades de acero, sino que también se distingue por su compromiso inquebrantable con un servicio al cliente excepcional.

- Margen de contribución promedio por cliente: \$150,000 COP (basado en el margen neto promedio del 20% antes calculado)
- Tasa de retención anual de clientes: 80% (se estima que el 80% de clientes se retiene cada año)

- Horizonte de tiempo: 3 años (periodo durante el cual se calcula el valor del cliente)
- Tasa de descuento: 20% anual (tasa para descontar los flujos a valor presente)

Cálculo CLV:

- Año 1: \$150,000
- Año 2: \$150,000 x 80% = \$120,000
- Año 3: \$150,000 x 80% x 80% = \$96,000

$$\text{CLV} = \$150,000 + \$120,000/\$1.2 + \$96,000/ (1.2*1.2) = \$322,462$$

Relación CLV/CAC:

- CAC: \$18,348 COP (calculado anteriormente)
- CLV: \$322,462 COP
- $\text{CLV/CAC} = \$322,462 / \$18,348 = 17.6x$

Cada cliente adquirido genera 17.6 veces lo invertido en su adquisición durante su vida útil. Esta es una relación CLV/CAC muy sólida que demuestra la rentabilidad del negocio.

Bibliografía

- [1] E. Carabaño, «ONLINE ZEBRA,» 8 Sep 2018. [En línea]. Available:
<https://onlinezebra.com/blog/los-diez-cambios-mas-importantes-que-llegan-con-google-ads/>.
- [2] U. WEB, «UNIDEAS WEB Cuanto invertir en META,» [En línea]. Available:
<https://www.unideasweb.com/tag/cuanto-invertir-meta-ads/>.