

ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS		EVALUACIÓN						Comentarios
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES-CLIENTES		Amenaza			Oportunidad			
		Baja	Medio	Alta	Baja	Medio	Alta	
ESTRATEGÍA DE INTEGRACIÓN	Los clientes tienen gran probabilidad de realizar integración hacia atrás, si cuentan con el músculo financiero necesario para poder abrir una ferretería y con el conocimiento necesario para satisfacer las necesidades del cliente y perdurar a largo plazo, en un sector saturado.	x						La organización cuenta con el conocimiento de más de 30 años del gerente fundador, quién en sus inicios fue domiciliario y cerrajero.
	- Experiencia y contactos							
SENSIBILIDAD DE PRECIOS	Debido a que el sector ferretero tiene gran variedad de empresas minoristas y mayoristas, el cliente puede satisfacer de distintas formas y con distintos productos de diferentes precios sus necesidades. Lo que conlleva a que el comprador sea sensible a los precios y cambie fácilmente de vendedor.					x		La oportunidad para la organización se logra por medio de excelencia en sus servicios, calidad en sus productos y uso óptimo de las redes sociales.
	Es importante tener en cuenta que el cliente tiene facilidad de acceso a la información actualmente, en consecuencia pueda realizar cotizaciones más fácilmente y exige mejor calidad y mejores servicios.							
DIFERENCIACION DE PRODUCTOS	El sector ferretero cuenta con gran variedad de productos (eléctricos, construcción, cerrajería y plomería) dando una diferenciación frente a la competencia baja, lo que genera que el comprador sea más exigente en precio y calidad.					x		La estrategia actual de la organización se basa en la diversificación concéntrica, que es la adición de productos o servicios nuevos, pero relacionados (Fred, 1997). Por lo tanto se está ofreciendo productos de papelería, de acuerdo a las necesidades del cliente.
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES		Amenaza			Oportunidad			Comentarios
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES CON GRADES SUPERFICIES DE FERRETERIA		Baja	Medio	Alta	Baja	Medio	Alta	
		Empresas proveedoras importantes como Argos y Pavco realizan negociaciones con grandes ferreterías como lo son Homecenter a los cuales les venden productos exclusivos, un caso muy conocido es el de la tubería Pavco que tienen dos clases de calidades: La liviana (económica) y la pesada (costosa). El problema para las pequeñas empresas es que la tubería liviana es despachada a las grandes superficies y			x			

Sectorizar productos.	la calidad pesada (costosa) es distribuida únicamente a ferreterías de comercio al por menor, lo que hace exista gran diferencia de precios. Lo anterior hace que el poder del proveedor sea alto pero esto solo sucede con algunas empresas importantes y certificadas como lo son PAVCO (tubería), ARGOS (cemento y productos de construcción) e ILUMEX (Bombillería).							
ESTRATEGÍA DE INTEGRACIÓN	Los proveedores pueden convertirse en competidores de ferreterías de comercio al por menor con facilidad, avanzando en la cadena de valor. Debido a que cuentan con el musculo financiero y conocimiento necesario para abrir pequeñas ferreterías.			x				Existe una tendencia positiva de comprar en ferreterías pequeñas y familiares en lugar de grandes superficies, debido a el servicio personalizado y buena atención que perciben los clientes (Interempresas, 2016).
CONCENTRACIÓN DE LOS PROVEEDORES	El sector de la ferretería cuenta con gran variedad de proveedores específicamente en productos como las herramientas, lo que genera sea muy fácil poder cambiar de proveedor sin generar altos costos. Lo anterior, sucede cuando las empresas pequeñas tienen vida crediticia de mínimo un año y están constituidas, ya que los proveedores realizan sus ventas a crédito, pero si eso no sucede los proveedores realizan sus ventas a contado lo que hace más difícil cambiarse de proveedor y entrar al mercado.						x	
	Caso contrario sucede con proveedores que venden cemento ya que no existen muchas empresas y las más importantes en Colombia son Argos, Cemex, Boyacá, los cuales están certificados y esto es importantes para el consumidor final como lo es el caso de los arquitectos y obreros que solicitan solo productos certificados como PAVCO y ARGOS.							
AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES		Amenaza			Oportunidad			Comentarios
		Baja	Medio	Alta	Baja	Medio	Alta	
VALOR DE LA MARCA	Existen marcas reconocidas en el mercado como lo son: Homecenter, Easy, lo que hace difícil la entrada de nuevos competidores.						x	

REQUERIMIENTO DE CAPITAL	El musculo financiero que se necesita para abrir un negocio de ferretería es alto, por la variedad de productos que se deben adquirir para comercializar.					x	
DIFERENCIA DEL PRODUCTO	No existe gran diferenciación en productos, debido a que la mayoría de las empresas ofrecen los mismos productos y servicios bajo las mismas condiciones de marca y precio, lo que conlleva a guerra de precios.			x			La organización busca diferenciarse por medio de la disponibilidad del producto para el cliente. La ferretería es conocida por muchos "como un Homecenter pequeño" ya que encuentran variedad de productos que no se consiguen en el sector fácilmente. Si por algún motivo no se cuenta con la disponibilidad del producto, se realizan ventas por pedido.
ACCESO A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	En el caso de almacenes que comercializan materiales de construcción y ferreterías (venta al por mayor) son los principales canales de distribución de las ferreterías especializadas en comercio al por menor, lo que hace difícil la entrada de otros competidores. Actualmente se presenta la desaceleración de estos canales de distribución debido a problemas administrativos y de logística ya que las demoras en la entrega de productos y el cierre de grandes empresas se ha visto afectada también por la entrada de nuevos distribuidores provenientes de china que traen productos mucho más económicos.		x				La amenaza de los distribuidores provenientes de china, trae consigo una oportunidad para los empresarios que tienen pensando importar productos y/o comprar a precios más bajos.
PRODUCCIÓN A GRAN ESCALA	Empresas como Homecenter están integradas verticalmente al vender productos de ferretería pero también son productores y dueños de la empresa Corona lo que hace que tengan menos costos de materia prima y puedan ofrecer productos de hogar (baños) a menor precio que las ferreterías dedicadas al comercio por menor, lo que hace difícil la entrada de nuevos competidores. Además, las grandes superficies compran en grandes cantidades lo que les permite vender sus productos a un costo menor que el de las ferreterías de barrio.				x		

CURVA DE EXPERIENCIA	<p>Algo importante del negocio de la ferretería es el conocimiento y curva de experiencia que se debe tener no solo a nivel administrativo, también a nivel técnico y cada uno de los productos, debido a que es un sector donde se manejan varios productos con uso diferentes y el cliente siempre está buscando asesorías, los gerentes y colaboradores deben tener la capacidad para resolver preguntas rápidamente, por esta razón se observa una barrera de entrada para los nuevos competidores.</p>							x	La organización cuenta con personal capacitado e idóneo para asesorar al cliente en el momento de la compra.
AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS		Amenaza			Oportunidad			Comentarios	
		Baja	Medio	Alta	Baja	Medio	Alta		
PRODUCTOS SUSTITUTOS	<p>El ingreso de productos sustitutos es baja, porque a pesar de que existen diversas marcas que fabrican productos similares son pocas las empresas que entreguen al cliente calidad en los productos. En el caso de los servicios es difícil que exista un producto sustituto ya que el conocimiento es el principal activo de los personas especialistas dedicadas a los trabajos como plomería, cerrajería y electricidad.</p>							x	
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES		Amenaza			Oportunidad			Comentarios	
		Baja	Medio	Alta	Baja	Medio	Alta		
NÚMERO DE COMPETIDORES	<p>Competidores bien posicionados en el mercado, como lo son: Homecenter, Easy y Ferricentro. Por otro lado encontramos la competencia directa del sector comercio al por menor, los cuales son empresas pequeñas o de barrio. "Por cada 2.998 habitantes, de los más de 8 millones, hay una ferretería, y por cada 5.415, de los 47 millones de colombianos, en el territorio nacional, hay un negocio ferretero cerca a su casa" (Portafolio, 2016), lo que da a conocer el gran número de empresas que compiten en el sector, que además está enfrentada en campañas de publicidad exterior y promociones. Lo anterior limita la rentabilidad y el crecimiento del sector.</p>		x						

<p>ALTOS COSTOS FIJOS O DE ALMACENAMIENTO</p>	<p>El sector de ferretería maneja un gran inventario debido a que son productos que se deben exhibir para la venta, esto ocasiona altos costos fijos.</p>	<p>x</p>						<p>El éxito de una marca está asociado a factores que van mucho más allá de sus precios. Específicamente en el sector ferretero, los proveedores se enfrentan a un público cada vez más exigente, que busca argumentos consistentes para decidirse por una marca. Por lo que Electrocerraduras la 85 cuenta con variedad en su inventario para ofrecer siempre la mejor opción de acuerdo a la necesidad del cliente final.</p>
<p>AUSENCIA DE DIFERENCIACIÓN</p>	<p>Las empresas del sector venden los mismos productos (marcas) y servicios, lo que ocasiona guerra de precios y poca diferenciación.</p>	<p>x</p>						<p>Para lograr disminuir la guerra de precios y la poca diferenciación que existe de los productos. La organización busco una estrategia basada en la diferenciación de producto, invirtiendo en nueva tecnología (máquina de llaves de seguridad). Por tanto, se disminuyó el tiempo que se destinaba en hacer la llave de seguridad en otro lugar.</p>
<p>BARRERAS SOLIDAS CONTRA LA SALIDA</p>	<p>Es ocasionado por el alto musculo financiero que se necesita para entrar al mercado y activos especializados como lo son las máquinas para hacer llaves de seguridad.</p>					<p>x</p>		