

BRIEF GENERAL

1. Información General de la Marca

- Nombre de la marca: Distribuidora Ferretera Colombiana S.A.S
- Industria / sector: Contamos con diferentes industrias a las que podemos atender. Farmaceutica, Cementera, Oil and gas, Agroindustria, Siderurgica, Gas, Energia, Petroleo, Proteccion contra incendios, Pulpa y papel, Refineria, Alimenticia y bebidas, quimica y petroquimica.

Atendemos a diferentes tipos de industrias aunque no siempre contemos con el stock de inmediato, normalmente se tiene pero cuando no, nunca le decimos al cliente que no lo tenemos, se intenta enviar cotizacion completa de todos los items.

- Productos o servicios principales:

Contamos con amplio catalogo de productos que normalmente lo dividimos en 4 pero de acuerdo a la estrategia que podamos observar, podemos manejarlo por industria o seguimos manejando los 4 sectores

VÁLVULAS

Compuerta Diámetro: 2" – 48" | Clase ANSI 150, 300, 600, 900, 1500, 2500 | Material: Acero al carbón, Acero inoxidable y aleaciones | Normas: API 600, API 603, ASME B16.34

Globo Diámetro: 2" – 24" | Clase ANSI 150, 300, 600, 900, 1500, 2500 | Material: Acero al carbón, Acero inoxidable y aleaciones | Normas: BS1873, ASME B16.34

Bola Tipo Flotante Diámetro: 1/2" – 10" | Clase ASME 150–300 (PN16–PN40) | Norma: API 608

Bola Tipo Trunnion Diámetro: 2" – 48" | Clase ASME 150, 300, 600, 900, 1500, 2500 (PN16–PN420) | Material: 2 ó 3 piezas, Acero al carbón, Acero inoxidable y aleaciones | Norma: API 6D

Cheque Tipo Compuerta Diámetro: 2" – 36" | Clase ASME 150, 300, 600, 900, 1500, 2500 | Material: Acero al carbón, Acero inoxidable y aleaciones | Normas: BS1868, ASME B16.34

Aguja Diámetro: 1/2" – 2" | Presión: 3000 PSI – 6000 PSI | Material: AISI CF8 – CF8M

Mariposa Diámetro: 2" – 24" | Clase ASME 150, 300, 600, 900 / EN 1092 PN: 13, 16, 25, 40, 63, 100, 150 | Material: Acero al carbón, Acero inoxidable y aleaciones | Norma: API 594

Pie Diámetro: 1/2" – 2" | Clase 125, 300 | Material: Bronce, Aleaciones nodulares

Válvulas Línea Sanitaria Tipos: Mariposa · Bola · Cheque · Diafragma · Visor · Mirilla

TUBERÍAS

Acero Carbón Diámetro: 1/8" – 36" | Calibres: 20, 30, 40, XS, 80, 120, 160, XXS (con y sin costura) | Normas: ASTM A53 Gr. A/B · ASTM A106 Gr. B/C · API 5L Gr. B · API 5L X42/X52/X60/X65 · ASTM A333 Gr. 1/6 · ASME · NACE MR0175

Acero Inoxidable Diámetro: 1/8" – 24" | Calibres: 5, 10, 20, 40, 80, 160 | Norma: ASTM A312 Tipo 304/L y 316/L

Tubing Inoxidable Diámetro: 1/8", 3/16", 1/4", 5/16", 3/8", 1/2", 5/8", 3/4", 1" | Calibres: 0.035" / 0.049" / 0.065" (con y sin costura) | Tipos: 304/L · 316/L · 317/L · 321 · 347 | Normas: ASTM A179 · ASTM 269 · ASME B31.1 · ASTM 213

Inoxidable Sanitaria Diámetro: 1/2" – 8" | Norma: ASTM A270 | Tipos: 304L y 316L (con y sin costura)

Ranurada Diámetro: 1" – 8" | Calibres: 10 y 40 | Norma: ASTM A795

PVC Diámetro: 1/2" – 2" | Tipos: PVC · CPVC · PVC Sanitario · PVC Presión | Normas: NTC382, NTC1339, NTC576, NTC1087, NTC1341, NTC2050, ASTM F1438, NTC 1062, ASTM D2846

Galvanizada Diámetro: 1/2" – 6" | Uso: Gas y Agua | Norma: ASTM A-53

FLANCHES / BRIDAS

Acero Carbón Tipos: Cuello (WN) · Roscada · Ciega (Blind) · Slip-On (SO) · Socket Weld | Diámetro: 1/2" – 36" | Espesores: SCH 10, 20, 40, 80, 120, 160, XXS | Clase ANSI: 150L, 300L, 900L, 1500L, 2500L | Normas: ASME B16.5, ASME B16.47 Serie A y B, DIN | Cara: RF y RTJ

Acero Inoxidable Tipos: Cuello (WN) · Roscada · Ciega (Blind) · Slip-On (SO) · Socket Weld | Diámetro: 1/2" – 20" | Espesores: SCH 10, 20, 40, 80, 120, 160, XXS | Materiales: 304 · 304L · 316 · 316L | Normas: ASME A182, ANSI/ASME B16.5, ANSI/ASME B16.47 Serie A y B | Cara: RF y RTJ

Ranurado Tipos: Adaptador Flanche Ranurado · Flanche Plano Ranurado | Diámetro: 2" – 12" | Norma: UL-FM

PVC y CPVC Tipos: Cuello Giratorio · Fijo Soldar · Ciego · Roscar | Diámetro: 1/2" – 12" | Calibres: SCH 40 y SCH 80 | Norma: ASTM D1784

ACCESORIOS

Tipos disponibles: Bushing · Cap · Codo · Copa Concéntrica · Copa Excéntrica · Niples · Semicodo · Sockolet · Tapón Macho-Hembra · Tee · Thredolet · Unión Universal · Uniones · Weldolet

Materiales: Acero carbón · Acero inoxidable · Bronce · Bronce cromado · Forjado acero carbón · Galvanizado · Hierro dúctil · Ranurado

Conexiones: NPT · S/WELL

Calibres: SCH 10 · SCH 40 · SCH 80 · SCH XS · SCH 160

Normas: ANSI · API · ASME B16.9 · ASTM · UL/FM · WPHY

LÍNEA SANITARIA — Accesorios

Accesorios: Abrazaderas · Férulas · Grifos tomamuestra · Codos · Tees · Copas · Empaques (teflón, silicona, EPDM) · Actuador neumático simple efecto sanitario · Bola aspersora o de limpieza · Universales

Normas: 3A · DIN · BPE · ASTM A270 · AISI 304 · 316 · 316L SMS

Conexiones: Clamp · Soldar

Tubería Inox Sanitaria: ASTM270/3A | Tipos: 304 · 316 · 316L | Pulida interior-exterior

- Tiempo en el mercado: Como DFC SAS (11 Agosto 2010) Sin embargo, Diego Echeverri que es el fundador junto con Liliana Guevara cuentan con mas años de experiencia en el sector.
- ¿Qué los hace diferentes? (propuesta de valor): Importación directa desde China (sin intermediario); amplio portafolio técnico; atención especializada a grandes empresas, equipo comercial con conocimiento técnico del producto; contamos con buenos tiempos de entrega.

2. Identidad de Marca

(Ya cuentan con manual, pero validar puntos clave)

- Personalidad de la marca (ej: cercana, premium, disruptiva): Seria, confiable y técnica — proyecta solidez institucional; profesional sin ser fría; orientada a relaciones B2B de largo plazo.
- Tono de comunicación: Claro, directo, experto pero accesible (sin tecnicismos innecesarios)
- Colores principales y secundarios: En nuestro manual encontramos estos dos colores que son los que más usamos, sin embargo en ocasiones usamos el gris claro o el blanco. No contamos con el código exacto pero sería empezar a mirar cómo podemos empezar a jugar con tonos.

Azul oscuro:

Relacionado con la confianza y honestidad. Representa una marca leal y segura; firme en su trayectoria. Su emoción es la frialdad que se alinea con nuestros productos de hierro y con un ambiente corporativo business to business.



Aguamarina:

Color que representa el agua y por ende los fluidos. Con un toque de amarillo que nos deja un aguamarina para dar un toque de amigabilidad con el medio ambiente.



- Tipografías:

Logotipo:

BABYLON INDUSTRIAL

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890!"#\$%&/()=?+*~/_-[]{}<>*

Tagline:

Lexend Deca

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890!"#\$%&/()=?+*~/_-[]{}<>*

Títulos:

“Nunito Sands”, es un tipo de letra Sans Serif minimalista, diseñado tanto para la visualización como para la tipografía de texto.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890!"#\$%&/()=?+*~/_-[]{}<>*

Textos:

“Overpass”, se basa en los tipos de sans serif y al mismo tiempo tiene características distintivas de los diseños humanistas contemporáneos.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890!"#\$%&/()=?+*~/_-[]{}<>*

- Restricciones o lineamientos importantes: Nos gusta tener una imagen limpia de la marca, siempre mostrar la razón social (Distribuidora Ferretera Colombiana S.A.S.) contamos con unos usos incorrectos de la marca.



**DISTRIBUIDORA
FERRETERA
COLOMBIANA**

3. Objetivos de Marketing

- Objetivo principal (ventas, leads, reconocimiento, tráfico): Generación de leads B2B calificados: directores de compras, gerentes de mantenimiento e ingenieros de proyectos en empresas.
- Objetivos secundarios: Aumentar reconocimiento de marca, Posicionarse como proveedor confiable, Incrementar tráfico a WhatsApp / web, Activar nuevas cuentas en diferentes sectores.
- KPI's esperados: Costo por lead (CPL) Cantidad de cotizaciones generadas CTR (Click Through Rate) ROAS (si hay ventas rastreables) Conversión a venta

4. Público Objetivo

- Edad:
 - Género:
 - Ubicación:
 - Nivel socioeconómico:
 - Intereses:
 - Problemas/dolores que la marca soluciona:
 - Comportamiento de compra:
-

5. Oferta / Producto a Promocionar

- Producto o servicio principal para pauta:

DFC SAS no promociona un producto único, sino un **portafolio completo de soluciones para el control y transporte de fluidos** (válvulas, tuberías, bridas y accesorios industriales), que se ofrecen según el requerimiento técnico de cada cliente.

Sin embargo, para esta primera fase de pauta el foco estará en una **línea estratégica específica: los productos importados directamente desde China bajo la marca YPCO.**

¿Por qué YPCO es el producto estrella para pauta?

DFC SAS realizó un viaje comercial a China para negociar directamente con el fabricante, logrando un acuerdo de **distribución exclusiva en Colombia**. Esto significa que DFC será el único canal oficial de venta de productos YPCO en el país.

Adicionalmente — y este es el diferencial más poderoso — **DFC SAS gestionó la inscripción de YPCO en el Vendor List de Ecopetrol**, el proceso de homologación de proveedores más exigente del sector energético colombiano. Que una marca esté en el vendor de Ecopetrol es una señal de calidad y confiabilidad que el mercado industrial reconoce y respeta.

Lo que esto significa para la campaña

- **Exclusividad:** si una empresa en Colombia quiere comprar YPCO, solo puede hacerlo a través de DFC SAS.
- **Respaldo técnico:** productos con certificación de calidad directa de fábrica.
- **Credencial de mercado:** marca homologada ante Ecopetrol, lo que abre puertas en Oil & Gas, construcción y manufactura.
- **Precio competitivo:** al ser importación directa sin intermediarios, DFC puede ofrecer mejores precios que la competencia para producto equivalente o superior.

<https://global.ypc088.com/>

- Beneficios clave:

Portafolio completo de válvulas, tuberías, bridas y accesorios industriales en un solo proveedor (nosotros) · Múltiples líneas de producto para cubrir cualquier requerimiento técnico · Distribución exclusiva de marca YPCO en Colombia · Certificación de calidad directo de fábrica · Precio competitivo sin intermediarios · Producto YPCO homologado ante Ecopetrol · Disponibilidad de inventario local en Bogotá · Asesoría técnica especializada pre y post venta. No solo queremos promocionar lo de YPCO si no también dar a conocer todo lo que vendemos y

ofrecemos.

- Precio o rango:

Variable según línea de producto, especificación técnica (diámetro, clase de presión, material) y volumen de compra. Modelo comercial por cotización personalizada según requerimiento del cliente. Precio competitivo en todas las líneas por importación directa sin intermediarios.

- Promociones activas: Ninguna
 - Diferenciadores frente a la competencia: Portafolio amplio que cubre todas las necesidades del cliente en una sola compra · Múltiples líneas de producto importadas directamente desde China con certificación de calidad · Únicos distribuidores autorizados de YPCO en Colombia, con la marca ya inscrita en el Vendor List de Ecopetrol · Relación directa con fabricantes — acceso a certificados de calidad originales y soporte técnico de origen · Sin intermediarios, mejor precio para producto de igual o superior calidad · Equipo comercial con conocimiento técnico profundo del portafolio completo. Contamos con tiempos de entrega muy buenos a comparación de nuestra competencia que tiene una logística muy larga para entregar los productos, a veces prefieren comprar con nosotros por que entregamos rapido.
-

6. Canales y Activos Digitales

- Redes sociales activas:
 - Página web / landing: <https://dfcsas.com/>
 - ¿Tienen pixel instalado? No estoy segura de que es.
 - ¿Cuentan con CRM o base de datos? No contamos con CRM , nuestra base de datos esta en WORLD OFFICE 9.0.3 RL 236, a futuro seria bueno un ERP que nos ayude mejorar todo.
-

7. Presupuesto de Pauta

- Presupuesto mensual estimado: No hay un presupuesto mensual, por favor proponer.
 - Duración de campañas: Proponer
 - ¿Han pagado antes? Resultados: Nunca
-

8. Referencias Visuales y de Contenido

(CLAVE para alinear creatividad)

Por favor compartir **3 cuentas/marcas que les gusten** en cuanto a:

- Estilo visual
- Tipo de contenido
- Comunicación

Ejemplo:

- Marca 1: <https://todoalvulas.com/> (No es competencia directa pero me gusta su contenido de redes)
 - Marca 2: <https://casaval.net/>
 - Marca 3:
https://tuvalrep.com.co/?gad_source=1&gad_campaignid=23261855466&gbraid=0AAAApTYdkPtT7TyI88Y8EGN_bFlxGghL&gclid=CjwKCAjwqubPBhBOEiwAzgZX2iaFTksm851Ag5U5eDCR4WSEAJEgg7C45C3xHDP-UIXAontMt3hKEhoCs7sQAvD_BwE
 - Marca 4: <https://www.gradaycia.com/>
-

9. Competencia

- Principales competidores:
 - ¿Qué hacen bien?
 - ¿Qué no les gusta de ellos?
-

10. Producción de Contenido

- ¿Cuentan con material (fotos/videos)? El material con el que contamos es el que esta actualmente en redes
 - ¿Necesitan producción desde cero? Si seria lo ideal empezar a manejar un orden en cuanto a colores y todo lo de la marca
 - ¿Hay voceros o modelos? Diego y Karol
-

11. Mensajes Clave

- Frases principales de la marca: El más fuerte en control de fluidos

- Promesas de valor:
 - Call to action (CTA) principales: No tenemos definidos
-

12. Logística y Operación

- Tiempo de respuesta a leads:
 - Canales de atención (WhatsApp, DM, web): Whatsapp (Debemos mejorar el canal ya que cada persona utiliza tu telefono personal), Email, Llamada telefonica, es casi minimo por pagina web.
 - Equipo encargado de cerrar ventas: Cada asesor cierra su venta
-