

**Análisis del impacto socioeconómico de las ferreterías en el Municipio de  
Aguachica, Cesar**

**Alvernia Quiñones Eliana Marcela**

**C.C 1065873082**

**Cordero Marín Laura Marcela**

**C.C 1065911195**

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica**

**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

**Programa de Administración de Empresas**

**Aguachica, Cesar**

**2023**

**Análisis del impacto socioeconómico de las ferreterías en el Municipio de  
Aguachica, Cesar**

**Alvernia Quiñones Eliana Marcela**

**C.C 1065873082**

**Cordero Marín Laura Marcela**

**C.C 1065911195**

**Director**

**Javier Enrique Cruz Herrera**

**Administrador de Empresas**

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica**

**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

**Programa de Administración de Empresas**

**Aguachica, Cesar**

**2023**

## Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

Director del proyecto

---

Evaluador 1

---

Evaluador 2

Aguachica, 11 de Octubre de 2023

## **Dedicatoria**

*Dedico con todo mi corazón este proyecto a mis hijas Natalia, Eilen y Mia Isabella han sido mi fortaleza y mis ganas de cada día continuar y nunca desfallecer a mi madre que me ha apoyado todo el tiempo, a mi padre por estar siempre para mí y a mis hermanos por todo el apoyo que siempre me han dado gracias por el amor y la compañía y al todo poderoso que me brinda la oportunidad de estar aquí y levantarme cada día con salud y ganas de seguir para llegar al camino correcto, gracias mi Dios.*

***Eliana Marcela Alvernia Quiñones***

*Este proyecto está dedicado a las personas que más han influenciado en mi vida, dándome los mejores consejos guiándome y haciendo de mí una persona de bien con todo mi amor y afecto se los dedico a mis padres Carmen Marin y Luis Cordero. Dedico este trabajo a Dios por darme salud y poder levantarme todos los días, gracias a él que me regala sabiduría, conocimiento y entendimiento para poder seguir adelante con mis estudios y mi vida.*

***Laura Marcela Cordero Marin***

## **Agradecimientos**

*A Jerson que me ha ayudado de forma incondicional y siempre me alentó y me ayudo a continuar, dándome un "si puedes" gracias por estar a mi lado, Magaly Quiñones gracias por acompañarme y traerme a este mundo, Jairo Alvernia gracias por nunca abandonarme y estar siempre dispuesto a ayudarme, Natalia Jerez gracias por tu ayuda y amor eres la primera parte de mi corazón, Eilen Jerez gracias por estar a mi lado y por todo tu amor y Mía Isabella Maldonado llegaste para cambiar mi vida y darme más ganas de seguir luchando los amo con toda mi alma y siempre estaré en deuda con todos ustedes.*

***Eliana Marcela Alvernia Quiñones***

*Quiero agradecer a mis padres por siempre estar presentes y mostrarme el camino hacia la superación diaria; a mi novio José Luis Alquero Parejo por apoyarme cada día a ser una mejor persona. A mi hermano porque de alguna u otra manera ha influido en mí a través de sus palabras de aliento y por darle una buena imagen de hermana y profesional, para que siga adelante con sus sueños y vea en mí un ejemplo a seguir, eso me ayuda a superarme cada día y motivarme, impulsándome cada día a salir adelante. A nuestros maestros los admiramos por el trabajo que a diario realizan, agradecemos por sus conocimientos con cada uno de nosotros sus estudiantes, por su paciencia, por el tiempo y la atención que dedican a sus alumnos a crecer tanto personal como profesionalmente para ser personas que contribuyan al desarrollo del mundo. A nuestros compañeros por compartir sus experiencias, enseñanzas, conocimientos para poder seguir avanzando en el transcurso de la carrera, cada uno de ellos son personas especiales y únicas del cual nos llevamos un bello recuerdo.*

***Laura Marcela Cordero Marin***

## Tabla de Contenido

|   | Pág |
|---|-----|
| Introducción .....                        | 16  |
| 1. Título .....                           | 18  |
| 1.1 Planteamiento del Problema.....       | 18  |
| 1.1.1 Formulación del problema. ....      | 21  |
| 1.2 Objetivos .....                       | 21  |
| 1.2.1 Objetivo general.....               | 21  |
| 1.2.2 Objetivos específicos. ....         | 21  |
| 1.3 Justificación.....                    | 21  |
| 1.3.1 Aspecto teórico. ....               | 23  |
| 1.3.2 Aspecto social. ....                | 24  |
| 1.3.3 Aspecto práctico.....               | 25  |
| 1.3.4 Aspecto metodológico. ....          | 25  |
| 1.4 Delimitación.....                     | 26  |
| 1.4.1 Delimitación teórica-temática. .... | 26  |
| 1.4.2 Delimitación temporal. ....         | 26  |
| 1.4.3 Delimitación contextual. ....       | 26  |
| 2 Marco Referencial .....                 | 29  |
| 2.1 Antecedentes .....                    | 29  |
| 2.1.1 Antecedentes históricos. ....       | 29  |

|            |  |    |
|------------|--|----|
| 2.1.2      | Antecedentes investigativos.....                               | 30 |
| 2.2        | Marco Teórico .....  | 34 |
| 2.3        | Marco Conceptual .....   | 38 |
| 2.4        | Marco Legal .....  | 40 |
| 3          | Aspectos Metodológicos de la Investigación .....               | 42 |
| 3.1        | Enfoque y Tipo de Estudio.....                                 | 42 |
| 3.2        | Diseño de la Investigación .....                               | 42 |
| <b>3.3</b> | Operacionalización de la Variable .....                        | 43 |
| 3.4        | Población, Tipo de Muestreo y Muestra .....                    | 44 |
| 3.4.1      | Población.....   | 44 |
| 3.4.2      | Método de muestreo.....  | 44 |
| 3.4.3      | Determinación de la muestra. ....                              | 46 |
| 3.5        | Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información ..... | 46 |
| 3.5.1      | Fuentes de información primarias.....                          | 47 |
| 3.5.2      | Fuentes de información secundaria.....                         | 47 |
| 3.6        | Procedimiento.....   | 47 |
| 3.7        | Análisis para el Procesamiento de la Información .....         | 47 |
| 4          | Esquema Temático .....   | 48 |
| 4.1        | Capítulo I.....  | 48 |
| 4.1.1      | Aplicación de los instrumentos de recolección de datos. ....   | 50 |
| 2.         | Estrategias y actividades 1 .....                              | 75 |
| 3.         | Estrategias y actividades 2.....                               | 76 |
|            | Discusión.....   | 80 |
|            | Conclusiones .....   | 82 |
|            | Recomendaciones .....  | 83 |
|            | Referencias Bibliográficas .....                               | 84 |

## Lista de Figuras

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1.</b> <i>Mapa Aguachica a nivel Nacional</i> ..... | 28 |
|---|----|

## **Lista de Tablas**

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Operacionalización de variables .....              | 43 |
| Tabla 2 Información para el cálculo de la muestra .....    | 45 |
| Tabla 3 Ferreterías del Municipio de Aguachica Cesar ..... | 49 |

## Lista de Apéndices

|              |    |
|--------------|----|
| Anexo A..... | 86 |
| Anexo B..... | 91 |

## **Resumen**

La finalidad de la presente investigación, es realizar un diagnóstico socioeconómico del impacto que generan las ferreterías en el municipio de Aguachica Cesar, el cual se centró en el análisis de las fortalezas económicas y sociales de este sector, esto con el fin de proponer estrategias para el fortalecimiento de las ferreterías y su engranaje con el sector de construcción e infraestructura del municipio en estudio, como herramienta para recolección de la información, fue indispensable la aplicación de encuestas a los diferentes propietarios de ferreterías en el Municipio de Aguachica Cesa y algunos habitantes o usuarios de las mismas, esta estrategia se utilizó para analizar de forma más directa la problemática planteada, para la ejecución y desarrollo de la temática se planteó una pregunta de investigación la cual consistía, en conocer ¿Cuál es el impacto socioeconómico de las ferreterías en el Municipio Aguachica, Cesar?, dando como inicio el planteamiento del objetivo general el cual engloba todo el proceso investigativo; Analizar el impacto socioeconómico de las ferreterías en el municipio de Aguachica, Cesar.

Palabras claves: ferreterías, Impacto Social y Económico, Desarrollo Social, Infraestructura, vivienda.

## **Abstract**

The purpose of this research is to carry out a socioeconomic diagnosis of the impact generated by hardware stores in the municipality of Aguachica Cesar, which focused on the analysis of the economic and social strengths of this sector, this in order to propose strategies to the strengthening of the hardware stores and their connection with the construction and infrastructure sector of the municipality under study, as a tool for collecting information, it was essential to apply surveys to the different owners of hardware stores in the municipality of Aguachica Cesa and some inhabitants or users of the same, this strategy was used to analyze more directly the problem raised, for the execution and development of the theme, a research question was raised, which consisted of: in knowing what is the socioeconomic impact of the hardware stores in the Aguachica Municipality, ¿Cesar?, beginning with the approach of the general objective which encompasses the entire investigativo process; Analyze the socioeconomic impact of hardware stores in the municipality of Aguachica, Cesar.

Keywords: hardware stores, Social and Economic Impact, Social Development, Infrastructure, housing.

## Glosario

**Alianza:** es un acuerdo, convenio o pacto entre dos o más personas o grupos de personas, hecha a fin de lograr unos objetivos e intereses beneficiosos para ambos.

**Balanza de pagos:** es un registro de dinero

**Buscadores de empleo:** personas desempleadas o que desean cambiar su trabajo.

**Base de datos:** es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso.

**Competencias blandas:** brindar a los Buscadores de Empleo herramientas para el desarrollo personal y social.

**Competencias transversales:** brindar a los Buscadores de Empleo herramientas para el desarrollo de la interacción con otros y para la organización.

**Desempleo:** situación de la persona que está en condiciones de trabajar, pero no tiene empleo o lo ha perdido.

**Economía:** estudia los recursos, distribución y consumo

**Empleadores:** quienes están buscando el talento humano para el desarrollo de sus actividades.

**Empresario:** propietario o directivo de una empresa.

**Encuesta:** serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

**Estudio Socioeconómico:** se califica como socioeconómico a aquello vinculado a elementos sociales y económicos. Lo social, en tanto, está relacionado con la sociedad (una comunidad de individuos que viven en un mismo territorio compartiendo normas), mientras que lo económico depende de la economía (la administración de bienes escasos para la satisfacción de las necesidades materiales del ser humano).

**Formación:** Acción de formar, en competencias blandas y transversales con el fin de fortalecer el perfil del oferente.

**Gestión:** asumir y llevar a cabo las responsabilidades sobre un proceso o conjunto de actividades.

**Indicadores de empleo:** la proporción del empleo, la expansión del empleo, la contracción del empleo y el cambio neto en el empleo.

**Intermediación:** remisión de oferentes a las vacantes que correspondan a su perfil laboral, formación, experiencia laboral e intereses ocupacionales.

**Indicadores:** variables que intentan medir u objetivar, en forma cuantitativa o cualitativa, sucesos colectivos para así, poder respaldar acciones.

**IPC:** es el índice de precios

**Localidad:** división territorial o administrativa genérica para cualquier núcleo de población, con identidad propia.

**Mercado laboral:** confrontación entre oferta y demanda de empleo de un determinado país o región. Oferta y demanda dependerán de las necesidades de empleo que requieran tanto empresas como ciudadanos de un país.

**Necesidad:** carencia o escasez de algo que se considera imprescindible.

**Observatorio:** institución desde la cual se investigan y registran objetos, eventos y situaciones de carácter natural, astronómico o social.

**Población:** conjunto de seres vivos de una especie que habita en un determinado lugar.

**Problemática:** conjunto de problemas pertenecientes a un ámbito o actividad determinados.

Producto Interno Bruto: es el valor total de los bienes y servicios finales producidos por un país, durante un tiempo definido.

Rutas diferenciales: caracterización de la población que requiere los servicios de la Ruta de Empleabilidad en líneas denominadas Rutas Diferenciales y se ejecuta teniendo en cuenta un cronograma establecido al inicio de cada vigencia.

Servicios: es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.

Subempleo: definido como el nivel de satisfacción que tienen los ocupados en relación con su trabajo, bien sea por ingreso recibido, por las horas trabajadas o porque las competencias adquiridas no están acordes a las actividades realizadas en su trabajo.

## **Introducción**

Es de vital importancia tener en cuenta que el sector Ferretero está ligado a todos los sistemas de la construcción ya que estos son los proveedores de la materia prima, y dando una oportunidad de mercado el municipio de Aguachica Cesar y a todos los corregimientos con los que cuenta, es de anotar que existe un gran porcentaje de falta de viviendas ya el crecimiento de la población avanza a pasos agigantados, por tal fin han llegado y creado empresas de la construcción para atender la necesidad de vivienda del pueblo en estudio, estas ferreterías por reglamentación gubernamental han impuesto, unos costos máximos y unas rentabilidades en este negocio, se trazan unos lineamientos dejando las obras en terminación media, dejando en mano del nuevo propietario la etapa de ampliación, obra gris, obra blanca y lucimiento de las viviendas, era necesario conocer el impacto social y económico que han generado esta empresas y su aporte en el crecimiento y desarrollo económico del Municipio de Aguachica Cesar y sus pobladores.

Es preciso clarificar que las estrategias que se plantean en los estudios socioeconómicos deben ser incluyentes y se deben acompañar de las diferentes inversiones en todos los sentidos que integren las regiones y ciudades rezagadas de los mercados subregionales, nacionales e internacionales, de igual manera en dar impulso de instituciones que brinden cohesión social para promover intervenciones gubernamentales y privadas que focalicen el gasto social de manera eficiente en las entidades territoriales de mayor vulnerabilidad y finalmente impulsar el empleo garantizando la sostenibilidad social (Vivas, 2011).

El Análisis socioeconómico de las ferreterías en el Municipio de Aguachica, Cesar se realizará con base a información suministrada por la cámara de comercio, gracias a la base de datos que la entidad maneja se hizo un filtro en los últimos 10 años con las ferreterías legalmente constituidas en el Municipio.

La presente investigación plantea tres capítulos:

- Capítulo I; Se investigaron y caracterizaron las ferreterías existentes en el Municipio de Aguachica Cesar, con el fin de hacer un análisis más representativo de las mismas.
- Capítulo II: Se hace una descripción del impacto social y económico que generan estas ferreterías en el comercio del Municipio de Aguachica Cesar.
- Capítulo III: se plantearon estrategias para el fortalecimiento y posicionamiento de estas empresas en el sector.

## **1. Título**

Análisis del impacto socioeconómico de las ferreterías en el Municipio de Aguachica, Cesar

### **1.1 Planteamiento del Problema**

En Colombia el sector ferretero tuvo un decrecimiento en sus ventas, los últimos años, tal como lo dice la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO); en el 2016 la industria tuvo un bajón del 1.1% mientras que en el 2017 lo tuvo de 8%, en cierta forma esta caída en sus ventas se explica a través de una caída en el sector de la construcción. Otra explicación que, en este caso, la presenta la revista Fierros, donde uno de sus editores dice: “Uno de los mayores errores que suelen tener los propietarios de ferreterías es la falta de rigor para analizar información”. (Castrilon y Hernández, 2016)

Las ferreterías son un negocio popular en Colombia, “según Confecámaras, a nivel nacional figuran 34.129 empresas dedicadas al comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio”. Un análisis realizado por la firma Sectorial detalla que con la llegada de la pandemia cuyo sector ferretero presento disminución en las ventas del 25% en el primer semestre de 2019. Debido al Covid-19 dicho sector ferretero al igual que otros sectores se vieron afectados, el 2020 fue un año marcado por la incertidumbre, hubo desaceleración y recesión en la mayoría de los sectores, que afectaron tanto la demanda como la oferta de bienes y servicios (Portafolio, 2020)

Teniendo en cuenta este entorno cambiante y competitivo dentro del cual se desenvuelven muchas empresas, apuntando en esta ocasión hacia las compañías del sector ferretero, se hace necesario diseñar e implementar estrategias que permitan optimizar los recursos financieros a fin de garantizar la sostenibilidad de la organización.

Con todo esto pretendemos conocer o identificar cuáles son los recursos necesarios que se deben tener en cuenta al momento de la creación de ferreterías, las estrategias que se deben implementar para el desarrollo y mejoramiento de estas, los lineamientos que se deben seguir para la mejora constante de las empresas del sector ferretero, como se presenta la contratación, cuantas personas hay contratadas, cuantas ferreterías hay en el municipio legalmente constituidas, identificar, predecir, analizar y describir el impacto socioeconómico para llevar a cabo una evaluación de los fenómenos que se esté generando, tomando en cuenta la diversidad y la relación que incide en la comunidad. (pág.6)

El sector ferretero no está ausente de que se presenten algunas falencias que impidan su crecimiento, se presenta tanto a nivel regional, como nacional, presentaremos algunas de estas fallas o inconsistencias en las ferreterías: el establecimiento se encuentra desordenado; no cuentan con una iluminación adecuada; se presenta limitación de los artículos de venta de la misma categoría; los horarios comerciales pueden provocar que aumenten quejas de los clientes ya que en la actualidad las necesidades de compra requieren soluciones en cada momento; algunas veces se presenta exceso de rotación del personal, lo que implica invertir tiempo capacitando al personal y mostrando cuales son las funciones a cumplir, pudiendo emplear ese tiempo en dar soluciones precisas, cuando se produce un excesivo cambio de vendedores el cliente lo percibe, esto puede generar disminución de ventas o que el cliente decida cambiar su lugar de compra a otra empresa.

Algunas de la causas en las que se generan problemas en las ferreterías es que al ser negocios de ventas de materiales para la construcción, herramientas de jardinería, electricidad, plomería, entre otros no se lleve un orden adecuado de los materiales, no opten por la facilidad de los inventarios; la falta de conocimiento también es otro aspecto que tienen muchos trabajadores en el área la cual hace que se dificulte ofrecer los productos al momento de efectuar las ventas o compras de los clientes por no conocer las características de los productos, sus marcas, durabilidad entre otros.

De esta manera, no saber qué hacer si existe un problema de orden de inventario o facturación, si se dispone de poco margen, si no se está generando beneficios, si los gastos del personal son excesivos para la venta, si la media de tique de caja está bajando, si los clientes no compran las promociones, entre otras cosas; puede llevar a cerrar el establecimiento comercial.

Las consecuencias al no saber cómo interpretar esta información dificulta más la labor, porque lo lleva a aplazar las soluciones a las problemáticas de su ferretería, complejizándolas mucho más; por eso se debe estar al tanto en todo momento de cada detalle de cómo va el negocio, hacia dónde va y qué recursos se tienen para alcanzar las metas propuestas.

Según las diferentes investigaciones se ha podido identificar algunos efectos representativos, que son problemáticas contundentes en el sector ferretero en toda Colombia y que también se refleja en Aguachica Cesar entre estas dificultades se puede mencionar:

- Movilidad: esto se deriva al mal estado de las vías de acceso en el municipio, ya que esto trae como consecuencia la llegada de muchos compradores, que quieren adquirir sus productos y provienen de diferentes corregimientos de la zona, afectando así las ventas.
- Manejo de basuras En algunas calles del municipio cercano a las ferreterías depositan basuras de los mismos entes representada en algunos desechos contaminantes, por tanto se afecta la imagen de las ferreterías e impide la circulación y acceso a la población.
- Inseguridad la falta de seguridad afecta de manera crucial estas empresas, ya que algunas se encuentran ubicadas en sitios periféricos con el fin de no generar contaminación, algunos compradores se ven amenazados por habitantes de la calle.
- Mal parqueo de los camiones quienes son los encargados del cargue y desencargue de materiales que adquieren y suministran en la ferretería trae inconvenientes en la población y malestar. Si la situación descrita se sigue presentando y no se implementan medidas, es posible que el mercado ferretero en el municipio de Aguachica Cesar siga en decrecimiento.

### **1.1.1 Formulación del problema.**

¿Cuál es el impacto socioeconómico de las ferreterías en el Municipio Aguachica, Cesar?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general.**

Analizar el impacto socioeconómico de las ferreterías en el municipio de Aguachica, Cesar

### **1.2.2 Objetivos específicos.**

- Identificar la ferreterías ubicadas en el municipio de Aguachica, Cesar formalizadas para el año 2021 en la cámara de comercio
- Describir el impacto socioeconómico que genera el comercio en las ferreterías en el municipio de Aguachica, Cesar
- Diseñar estrategias que optimicen la comercialización eficiente y efectiva de las ferreterías en el Municipio de Aguachica, para alcanzar su competitividad

## **1.3 Justificación**

El presente análisis socioeconómico de las ferreterías del municipio de Aguachica, Cesar; tiene como objetivo la planificación y ordenamiento del sector Ferretero que quieran fomentar como un eje central su economía. El diagnóstico socioeconómico y empresarial permitirá determinar el estado en el cual se encuentra el sector para poder generar perspectivas estratégicas, políticas, sociales o ambientales, mostrando consigo las situaciones económicas y sociales de la zona en la que está instalada cada Ferretería y las zonas con las que interactúa. Es importante conocer el marco socioeconómico en el que está enmarcada la empresa ya que esto ayudara a fijar objetivos y estrategias de tal manera estudiar los factores socioeconómicos ayudara a la empresa a poder situarse correctamente en el mapa y saber a qué tipo de público objetivo se enfrenta y si realmente cuadra con el público objetivo que tienen definido.

Con este análisis se conocerá el esquema que implementaremos al desarrollar técnicamente la investigación, podremos definir y resolver un problema analizando todos los aspectos que dan origen al mismo y a su vez proponer cual es la mejor alternativa de solución. Para enfrentar el análisis y evaluación de los posibles impactos socioeconómicos del proyecto, se parte de reconocer que la incidencia social y económica, asociada a su ejecución tiene dos relaciones causales diferentes: a. Problemática socio-económica asociada a las características estructurales y funcionales del proyecto en sí mismo. Es decir, los impactos pueden desprenderse de las particularidades del proyecto como tal. b. Problemática socio-económica asociada a las características estructurales funcionales del medio donde se propone construir y operar el proyecto.

Es decir, dichos impactos pueden obedecer a las condiciones del medio donde este se desarrollará. De otro lado, con este esfuerzo analítico lo que se quiere es determinar el aporte del proyecto a la zona donde planea ejecutarse. Así mismo y como se anota anteriormente, aquí importa básicamente identificar y evaluar aquellos impactos que se considera afectarán la dinámica socio-económica de dicha zona. Dado esto objetivos se considera necesario plantear de tres escenarios futuros, como estrategia para el pre visualización de dichos impactos:

a. Escenario futuro sin el proyecto, el cual mostraría la situación futura de la región en el caso de no ejecutarse el proyecto. Su construcción se logró mediante un análisis proyectivo de la estructura socioeconómica actual y sus condiciones históricas, es decir, bastará con analizar las variables propias de dicha estructura en tanto no se han introducido agentes externas a ella.

b. Escenario futuro con la ejecución del proyecto y de las acciones correctivas (6) a que jurídicamente está obligada la empresa propietaria de este (básicamente, según lo dispuesta por la Ley 56 de 1981).

Escenario futuro con la ejecución del proyecto y de las acciones correctivas obligatorias para la empresa propietaria, a~1 como de aquellas a las que no está obligada jurídicamente pero que se consideran necesarias y convenientes al desarrollo armónico de la relación proyecta zona de influencia.

### **1.3.1 Aspecto teórico.**

Esta investigación pretende analizar los factores sociales, económicos y socioeconómicos que afectan a las ferreterías del sector de Aguachica con el propósito de implementar mejoras con el fin de que las bases obtenidas y el análisis que se realice den soluciones a los problemas que se mencionan con anterioridad, en el mercado del sector ferretero se encuentran muchos competidores los cuales se clasifican en dos grupos, tenemos las ferreterías tradicionales que comprende las que son formales, las informales y las retail conformado por las grandes cadenas de tiendas.

Se puede incidir que la teoría económica estudia cómo optimizan los agentes su conducta a la hora de enfrentarse a las alternativas posibles con las que pueden alcanzar sus fines; parte de la idea que los individuos racionalmente siguen unas reglas de comportamiento, reglas tales como maximizar su utilidad si se trata de consumidores o maximizar sus beneficios si se trata de productores, tratando de alcanzarlas, sometidos a restricciones que deben considerar para la toma de decisiones pues como los recursos humanos y materiales son limitados, emplearlos en un fin implica, forzosamente, renunciar a utilizarlos para otro, es decir, que los individuos deben tomar en consideración el coste de oportunidad de sus decisiones económicas.

Esta teoría es posible que se pueden hacer predicciones sobre el comportamiento de los consumidores y empresas, ayúdanos a si a tomar las mejores decisiones con base a los datos recolectados para poder analizar las variables que intervienen y evaluar dicho comportamiento.

La estrategia de desarrollo es la forma de ordenamiento de las relaciones económicas, políticas y sociales en que una sociedad visualiza la obtención de sus propios objetivos y metas. Lebert and Moreux (1942) define el desarrollo como “las series de transiciones, para una población dada y para todos los grupos de población comprendidos, desde un patrón menos humano a otro más humano de la existencia, al ritmo más rápido posible, al más bajo costo posible, mientras se toman en cuenta todos los lazos de solidaridad que existen (deben de existir) entre estas poblaciones y los grupos poblacionales.” Se usa en forma descriptiva o normativa y puede hacer referencia a los medios o fines del cambio social, como visión de mejores condiciones de vida o como proceso para lograr la modernidad de las sociedades.

### **1.3.2 Aspecto social.**

La temática o necesidades a las cuales se orienta el proyecto, tiene su antecedente en (los) estudio(s) de percepción que ha generado el sector ferretero, a través de negocios externos desarrolla, como un instrumento de información directa de la comunidad, y como proceso de feed back o retroalimentación de las necesidades de éstas y ante las cuales deben involucrarse más observaciones urgentemente. Sin embargo, surge la necesidad de evaluar los impactos o cambios, tanto en cantidad como en calidad, que generan los proyectos en las condiciones de vida de las personas, más allá de las percepciones inmediatas que produce el proceso de logística e implementación de este proyecto de negocios ferreteros en las comunidades

Es para este tipo de intervenciones sociales en las cuales se requiere una herramienta metodológica de seguimiento y evaluación, que permita dimensionar en qué medida el plan del proyecto es el más adecuado en términos de satisfacer, de manera concreta, una necesidad sentida por la comunidad.

Este proyecto se denomina “impacto socioeconómico de las ferreterías de Aguachica, Cesar” y está orientado a potenciar la empleabilidad a través del apoyo en la gestión productiva de pequeños empresarios, permitirán orientar con mayor claridad las líneas de acción en la mejora continua de estos programas de inversión social, focalizando los objetivos y estrategias en pro de disminuir los niveles de necesidades o carencias en los diversos ámbitos de intervención de este proyecto.

Como consecuencia de la delimitación del problema de estudio, podemos definir que el fenómeno de investigación se orienta a establecer en qué medida el proyecto de desarrollo comunitario, implementado a través del análisis socioeconómico realizado, “Apoyo a la Gestión de Producción, Comercialización de Productores y potenciación de Capital Social, ” en el mejoramiento de la calidad de sus trabajos y en el desarrollo de una estrategia eficiente y sustentable de la gestión corporativa respecto de la Responsabilidad Social Empresarial.

### **1.3.3 Aspecto práctico.**

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de organizar el sector ferretero y tener una información actualizada de cuáles son las ferreterías existentes y como es su funcionamiento con respecto a la norma planteada y cuáles son las falencias que las aquejan y no permiten un desarrollo óptimo para el beneficio tanto social como económico del municipio de Aguachica.

Esta investigación dará a conocer la gestión empresarial y como se vuelve prioritaria para garantizar, aprovechar y poner en práctica los conocimientos que se adquieran en el transcurso de la investigación y la ejecución de la investigación, de forma que se profesionalice tanta a propietarios, administradores y empleados de la ferretería.

### **1.3.4 Aspecto metodológico.**

Garcia (2016) afirma, que la elaboración y aplicación de las rúbricas nos dejan ver la complejidad como el dinamismo del actual entorno empresarial provocan la necesidad de obtener un mayor conocimiento sobre las empresas y comprender cuales son las variables o elementos que se pueden considerar exitosos para ser más competitivas en el mercado. La investigación servirá como un antecedente de gran peso en la realización de futuros estudios, ya que se utilizarán herramientas básicas para la recolección y análisis de datos, lo cual servirá como base o un parámetro en otros estudios similares, además las personas que consulten y se apropien de dicha información podrán apreciar un ejemplo muy claro de la forma en que se ha estudiado el problema anteriormente planteado y de las variables utilizadas.

## **1.4 Delimitación**

### **1.4.1 Delimitación teórica-temática.**

Esta investigación corresponde a la Línea de Investigación 3: Desarrollo Económico y Social, con eje temático en Análisis Sectoriales.

Se escoge esta línea de investigación porque es la más acorde al tema de investigación, se centra en implementar soluciones a los problemas económicos y sociales “formulando propuestas que den soluciones y recomendaciones eficaces que permitan el desarrollo sectorial y regional, para lograr de esta manera alternativas que logren un crecimiento, desarrollo económico y social”. (Cesar, 2021, pág. 2)

### **1.4.2 Delimitación temporal.**

El análisis socioeconómico se realizara a las ferreterías del municipio de Aguachica legalmente constituidas, se maneja información a partir del año 2021, se efectuara en un periodo de 12 meses, tomando como base los datos proporcionados por la cámara de comercio, se realizara visitas a los establecimientos comerciales con el fin conocer como son los diferentes procesos que se realizan en cada ferretería, recolectar la información que los propietarios o administradores puedan brindar o que los negocios puedan suministrar; información a la cual se realizará un respectivo análisis en el cual se pretende conocer el crecimiento en los últimos 10 años del sector ferretero y describir el impacto socioeconómico que genera el comercio de las ferreterías en el Municipio de Aguachica.

### **1.4.3 Delimitación contextual.**

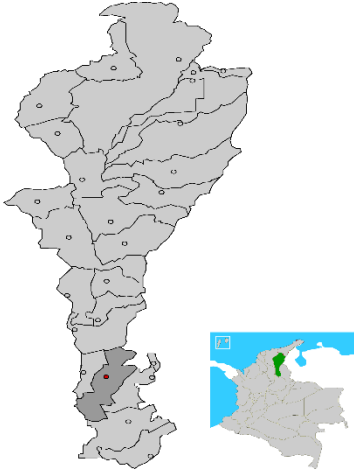
Este proyecto se desarrollara en el municipio de Aguachica Cesar, con el fin de analizar la parte social y económica del sector ferretero. Aguachica se encuentra ubicada a una distancia de 301 kilómetros de Valledupar capital del departamento del Cesar. Su gentilicio es Aguachiquense. Cuenta con una extensión total de 877 Km<sup>2</sup>, su población es de 104.000 Habitantes y su temperatura media es de 28° Centígrados. Es la segunda ciudad del departamento, queda entre la cordillera oriental y el valle del río Magdalena.

Lo delimitan los municipios de La Gloria (Cesar), El Carmen (Norte de Santander) por la parte norte, por sur el Río de Oro (Cesar), San Martín (cesar) y Puerto Wilches (Santander), por este con Río de Oro (Cesar) y al oeste con Gamarra (Cesar) y Morales (Bolívar). El territorio de Aguachica tiene una zona montañosa al norte, representada por la estibaciones noroccidentales de la cordillera oriental con elevaciones entre los 200 2.150 metros sobre el nivel del mar; al sur una zona de planicie o llanura regada por los ríos Lebrija y magdalena y sus numerosa quebradas y arroyos, cuya fisiografía oscila entre los 50 y los 200 msnm. Cuenta con una selva tropical inferior que se extiende entre los 50 y los 1000 msnm, ubicada entre la zona del valle del Río Magdalena y Lebrija y ciertos humedales. Cuenta con vías de comunicación que facilitan el ingreso y salida a nuestro municipio, entre ellas encontramos la terrestres por la que se puede acceder desde la costa Caribe colombiana a través de la vía Santa Marta- Aguachica que comunica a los departamentos de Magdalena y Cesar; desde el sur del país se llega a través de la troncal del Magdalena Medio, o a través de la vía Bogotá–Bucaramanga-Aguachica que comunica a los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Santander y Cesar; de esta vía se desprende la carretera Aguachica–Ocaña, que comunica el municipio con el nororiente y la carretera Aguachica–Gamarra que conecta al municipio con el Río Magdalena y la región occidental.

En cuanto al transporte férreo, las redes del ferrocarril pasan por Aguachica y la comunica con la región Caribe y el centro del país, en cuanto a la vía fluvial hay transporte de pasajeros que lo comunican desde y hacia el interior del departamento del sur de Bolívar y se realiza por el río Magdalena. La economía de Aguachica gira alrededor del sector agropecuario, la agroindustria y el comercio, lo cual ha permitido el surgimiento de una serie de servicios de apoyo como los aerotécnicos, los financieros, el transporte y otros servicios empresariales y personales dirigidos a los diferentes sectores económicos y a la población regional.

Aguachica es un centro migratorio del que se expresa que la confluencia de culturas no ha permitido la consolidación de una cultura local, sin embargo, ahondar en sus historias, en las costumbres tal vez perdidas, en las creencias que se transmiten de padres a hijos o en mitos como el zángano, es sin duda una forma de recordar la tradición, de unir sin homogeneizar actividades propias del Aguachiquense, sin pretender la prevalencia costeña o cachaca.

**Figura 1. Mapa Aguachica a nivel Nacional.**



Fuente: Pagina del Municipio de Aguachica

## 2 Marco Referencial

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Antecedentes históricos.

La etimología de la palabra ferretería quiere decir “tienda de hierro”, esto se debe que desde sus comienzos la mayoría de los comercios de este tipo eran dirigidos por herreros que vendían diferentes utensilios hechos de este metal, lo que lo convierte en una de las formas de comercio más antiguas de la humanidad constituidos en pequeño espacios en las casas en donde recibían a los compradores con enseres para el hogar, pero luego fueron incluyéndose productos para la construcción y la demanda de los mismos clientes, se puede agregar que las ferreterías antiguas se consideraban negocios familiares que tuvieron que ir evolucionando conforme se presentaban avances en la humanidad moderna introduciendo nuevos productos de la diversidad de materiales para el bienestar de la personas. En la actualidad, las ferreterías son consideradas como comercio rentable porque existe la necesidad de las personas en adquirir productos para la construcción y las necesidades del hogar de herramientas de pequeño tamaño, clavo, tornillos, silicona, persianas, entre otros productos.

De esta forma quienes administran este tipo de negocios o empresas conocen la necesidad de incrementar las ventas, ha hecho que se piense en nuevas formas de atraer a los clientes desde la colocación del producto en los estantes, la fuerza de la luz, el juego de colores, la decoración, cuidando el más mínimo detalle para el cliente se sienta motivado a comprar el producto que se le está ofertando. (Valdez, 2018, pág. 10)

“El sector de la ferretería en Colombia, necesita mayor apoyo para su fortalecimiento, porque la gran mayoría de estos negocios son pequeños y medianos, muchos de ellos informales”, aseguró Darío Bastidas, socio de Concept2B y fundador del Gran Salón Ferretero y Constructor.

“Las ferreterías y cacharrerías son un canal de distribución y ventas muy importante para la economía del país, ya que mueven muchas empresas importadoras de productos nacionales e internacionales, además de proveedores de servicios complementarios”, señaló el informe de Servinformación.

El sector ferretero en el municipio de Aguachica ha alcanzado un auge muy notorio, ahora podemos encontrar varias ferreterías ubicadas en los barrios de la ciudad supliendo las necesidades que tengan las personas al momento de necesitar algún material o implemento, ya no se presenta como antes que para comprar materiales de construcción se debía dirigir la persona a la quinta en donde allí se centaban todos los negocios comerciales; pero por otra parte todas las ferreterías no están constituidas legalmente esto hace que los trabajadores no obtengan todos los beneficios legales, no tengan seguridad social, no implementen todas las reglas y normas que una empresa o negocio legalmente constituido realiza.

## **2.1.2 Antecedentes investigativos.**

### ***2.1.2.1 Del orden internacional.***

En primer lugar, se tiene el trabajo realizado por Espinoza, D. (2017), titulado “caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del distrito de tumbes”, en la Facultad Ciencias Contables Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, de Lima, Perú.

La metodología de investigación utilizada es de nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por los 08 Gerentes de las Mypes del Rubro Ferretería del Distrito de Tumbes, se tuvo como técnica la encuesta, el instrumento fue el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se pudo identificar que las Mypes supera su falta de liquides aplicando estrategias de reinversión de utilidades y venta de activos, en cuanto al crecimiento y expansión estos acceden a las fuentes de financiamiento internas y externas, así también tenemos que el disminuir sus gastos generales e introducir nuevos productos al mercado, pero sin excederse en los stocks.

Esta tesis se relaciona con el proyecto en curso dado que nos muestra cómo realizar las encuestas pertinentes para determinar el impacto que causan las ferreterías y por ende proporciona aspectos como que es lo que más las afecta y donde se deben enfocar para dar solución a todos los inconvenientes que presentan.

Por otro lado, Cari D. (2019), realizó una investigación titulada “Factores socioeconómicos culturales y la evasión del impuesto a la renta de tercera categoría del sector ferretero del distrito de Miraflores”, facultad de ciencias empresariales, universidad peruana unión, distrito de Miraflores, Perú.

La investigación es de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal, de tipo aplicada y nivel correlacional, se trabajó con una muestra poblacional de 70 contribuyentes del rubro ferretero, utilizando un cuestionario compuesto de 21 ítems como instrumento, distribuido en cinco dimensiones. El valor de alfa de Cronbach es 0,741 indicando que el instrumento utilizado es fiable. Los resultados del cuestionario aplicado nos muestran que existe correlación negativa débil con un coeficiente de correlación de  $-,333$ , con un nivel de significancia de (0,05) entre los factores socioeconómicos culturales y la evasión del impuesto a la renta de tercera categoría; por otro lado los factores socioeconómicos culturales y el conocimiento del cálculo del impuesto a la renta de tercera categoría arroja una correlación negativa considerable correlación de  $-,747$ ; con un nivel de significancia de (0,00).

Entre los factores socioeconómicos culturales y los requisitos para declarar el impuesto a la renta de tercera categoría muestran correlación positiva débil con 0,102 y un nivel de significancia de (0,402) Finalmente se concluye que si existe una relación entre las variables en estudio. Este proyecto aporta las diferentes variables de estudio en la parte financiera de las ferreterías las cuales nos sirven para aplicar a la población de estudio de nuestra región y arrojar datos que ayudan a observar la realidad en cuestión factores socioeconómicos culturales de las ferreterías.

#### **2.1.2.2 *Del orden nacional.***

Rodríguez D. (2019), realizó una investigación titulada Impacto económico y administrativo en la implementación de la factura electrónica en las empresas del sector de la construcción - ferreterías en Fusagasugá-Colombia. Ciencias Administrativas Económicas y Contables, programa de contaduría pública, universidad de Cundinamarca, Colombia.

La facturación electrónica es un gobierno tendrá un mayor control en los movimientos de compra y venta de las organizaciones con el fin de disminuir la evasión que presenta en tributación el país, también se busca generar un control ambiental disminuyendo la utilización de papel en los procesos de facturación de las empresas. Por todo lo anterior se analizó cuáles serían los posibles cambios que pudiera presentar una empresa en el ámbito económico y administrativo, empezando desde la asimilación de las empresas de la obligatoriedad de la implementación de esta herramienta y todo lo que esto acarrea.

Este proyecto se relaciona con la investigación en curso dado que nos aporta como las nuevas imposiciones de las tecnologías deben ser implementadas en todos el sector de las ferreterías ya que es primero una obligación impuesta por el gobierno pero que a su vez aporta un valor diferenciador y un equilibrio en relación al costo-beneficio proporcionando eficiencia, reducción de costos concerniente a la facturación, tiempo, capacidad, seguridad y fiabilidad además de ser un sistema novedoso y homogéneo.

Igualmente, Cifuentes D. (2017), realizó un estudio denominado Análisis socioeconómico y empresarial del sector turismo en el municipio de Jamundí valle del cauca, facultas de ciencias económicas y administrativas, programa de economía, Cali, Colombia.

El siguiente trabajo expone el análisis socioeconómico y empresarial del sector turismo en el municipio de Jamundí (valle de cauca), en primera instancia se plantea la problemática de investigación enfocándose en la importancia de conocer cuál es la situación actual del sector turismo del municipio, se hace una recopilación de todas las teorías, conceptos y normas que envuelven el sector turismo, posteriormente se explica la metodología y tipos de investigación utilizadas en el trabajo así mismo las fuente y técnicas para la recolección de información y el tipo de muestra de la población utilizada en el trabajo.

Esta tesis aporta como recolectar la información para realizar un diagnóstico del estado actual de las ferreterías del municipio de Aguachica, nos muestra como analizar el entorno macro y micro del sector de las ferreterías y aplicar una matriz DOFA para llegar a las conclusiones de cuáles son los factores que las afectan y como se pueden corregir.

Herramienta que se viene utilizando desde hace mucho tiempo, que hasta el momento es un avance tecnológico opcional para ser usado por las empresas, pero a partir del 2016 en Colombia, se decretó que a partir del 2019 sería de carácter obligatorio que las empresas que están obligadas a facturar, empiecen a utilizar esta herramienta de manera permanente, para avanzar en varios aspectos; con la implementación de la factura electrónica.

### ***2.1.2.3 Del orden regional o local.***

Hernández E. (2018), realizó una investigación titulada Los impactos y el conflicto socio ambiental por el fracturamiento hidráulico: caso de estudio en el municipio de San Martín, Cesar –Colombia. Universidad Nacional de Colombia Facultad de Minas, Departamento de Ingeniería de la Organización Medellín, Colombia.

El fracturamiento hidráulico es una tecnología utilizada en la industria del petróleo para la explotación de yacimientos no convencionales. El presente trabajo tuvo como objetivo determinar la apreciación de la comunidad de San Martín en lo relativo a los posibles impactos socio ambientales que podría generar la aplicación de esta técnica en dicho municipio.

Para ello se realizó trabajo de campo en el cual se obtuvo la información a través de la aplicación de técnicas etnográficas como los grupos focales y de entrevistas abiertas y semiestructuradas a actores clave de la población.

Por medio del diseño de teoría fundamentada y el modelo analítico por dimensiones para la evaluación de impactos ambientales, se realizó el análisis de las problemáticas encontrándose el surgimiento de un conflicto socio ambiental cuya principal manifestación ha sido el resquebrajamiento y la ruptura de las organizaciones sociales y la división de la comunidad. Este resultado abre las puertas a futuras investigaciones en las que se indague sobre la evolución y análisis de dicho conflicto en términos de sus efectos ante la posibilidad de implementación de la técnica de fracturamiento hidráulico para la explotación petrolera en el municipio.

Esta tesis se relaciona con el proyecto en curso dado que proporciona datos que ayudan a la recolección de información respecto a determina situación que se presenta alrededor del sector de las ferreterías y nos muestra cómo se realiza un trabajo de campo para obtener la información a través de la aplicación de técnicas etnográficas como los grupos focales y de entrevistas abiertas y semiestructuradas a actores clave de la población

## **2.2 Marco Teórico**

El marco teórico del presente estudio, permitirá conocer referentes teóricos que incursionaron en la temática general, haciendo referencia a estudios, artículos, revistas, documentos y otros orígenes. Estos aportan la viabilidad substancial, accediendo a situar y orientar los progresos o desafíos en pro al desarrollo de la investigación; Por ello, los fundamentos científicos y sistemáticos, en el desarrollo del mismo. Los pequeños y grandes negocios están manifestando un creciente interés por medir el impacto socioeconómico de su gestión, ya que un buen desempeño garantiza la vigencia de la licencia para operar, genera un entorno más favorable de la actividad comercial, fortalece las cadenas de valor, e impulsa la innovación en productos y servicios.

La concepción sobre el desarrollo en la economía se caracteriza por su heterogeneidad y no unicidad alrededor de un conjunto de planteamientos diversos. Al respecto han existido a lo largo de la evolución de la economía del desarrollo diferentes teorías enmarcadas igualmente en diferentes formas de pensamiento y opciones ideológicas. Estas distintas posiciones han sido influenciadas de una forma importante por los respectivos momentos históricos en los cuales se construyó cada una de las teorías. Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios. En un contexto de crisis y recursos económicos limitados, resulta cada vez más importante para las Administraciones Públicas considerar los retornos de sus inversiones y centrarse en aquellos proyectos o actividades que generan un mayor beneficio para la sociedad.

Es también de vital importancia entender la repercusión de sus actuaciones sobre la economía y el empleo. Los estudios de impacto económico ayudan a las Administraciones Públicas en la toma de decisiones sobre proyectos de inversión y medidas de política pública:

- Proporcionan información cuantitativa y cualitativa sobre los impactos en producción, empleo, recaudación impositiva o medioambiente.
- Permiten justificar las decisiones de inversión frente a la sociedad y ante otras Administraciones Públicas, así como comunicar con transparencia a través de los medios de comunicación.

Permiten atraer el interés de patrocinadores y otras fuentes de financiación de proyectos. El impacto económico de un mismo tipo de inversión puede ser muy diferente dependiendo de las características del país o región y del momento temporal en el que se lleve a cabo. La cuantificación del impacto económico no debe por tanto basarse en la mera extrapolación de otras experiencias, sino que requiere un análisis específico caso por caso (Microsoft Word - PwC\_Brochure estudios impacto económico FINAL., 2012, pág. 3)

### **2.2.1 Teoría de los costos-desempeño**

El método de costos-desempeños ocultos fue creado en 1973 por el Dr. Henri Savall a partir de dos ideas:

- Las estrategias de cambio son una necesidad para las empresas y se apoyan en el potencial humano
- El cambio necesita una evaluación económica, luego el cálculo económico tiene que ser renovado en consecuencia.

El método de los costos ocultos busca la reconciliación entre la dimensión económica y la dimensión social de la empresa con el objetivo de un management más eficaz y mejor tolerado. Este concepto permite a la empresa descubrir su margen de maniobra para aumentar el desempeño económico sin deteriorar el desempeño social y sin fuentes de financiamiento exteriores adicionales. (Navarro, s.f., pág. 2)

### **2.2.2 Teoría del desarrollo económico.**

La teoría del desarrollo sugiere la necesidad de considerar el impacto sectorial de liberalización para diferenciar las políticas que consideren las diferencias de los sectores, a fin de así asegurar los beneficios del cambio de la política alcancen a las comunidades pobres y que los costos no descansen solamente en quienes menos pueden aportar (...) El desarrollo se entiende como una condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Esta definición general de desarrollo incluye la especificación de que los grupos sociales tienen acceso a organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, y sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas dentro del marco social de un estado nación en particular.

En términos económicos, la definición mencionada anteriormente indica que para la población de un país hay oportunidades de empleo, satisfacción de por lo menos las necesidades básicas, y una tasa positiva de distribución y de redistribución de la riqueza nacional. En el sentido político, esta definición enfatiza que los sistemas de gobierno tienen legitimidad legal, sino también en términos de proporcionar beneficios sociales para la mayoría de la población. (Reyes, 2001)

### **2.2.3 Teoría del crecimiento económico Adam Smith**

En la concepción de Smith, el desarrollo o el progreso económico aparece caracterizado como un proceso endógeno, circular y acumulativo de cambio y transformación estructural que resulta de las relaciones de interdependencia existentes entre el proceso de acumulación de capital, la expansión de los mercados y el crecimiento de la producción, de la productividad y del empleo.

En este proceso, el crecimiento del producto y de la riqueza social está determinado por la dinámica de la productividad y por el aumento del empleo de trabajadores productivos, el cual, a su vez, está determinado por la acumulación de capital. Por su parte, la dinámica de la productividad está determinada por la acumulación de capital y la progresiva extensión de la división del trabajo, la cual se refiere a la organización de los procesos particulares de producción y, lo que es fundamental y significativo, a la estructura del sector industrial.

#### **2.2.4 Teoría de la productividad**

Martínez señala que la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, denotando además la eficiencia con la cual los recursos humanos, capital, conocimientos, energía, etc son usados para producir bienes y servicios en el mercado. Según el Business Dictionary es una medida de la eficiencia de una persona, máquina, fábrica, sistema, etc, en la conversión de los insumos en productos útiles. Por otra parte, la productividad de la economía se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de capital humano, capital físico y recursos naturales. La productividad depende del valor de los bienes y servicios producidos medido a precios de mercado y la eficiencia con los cuales pueden producirse. Por tanto, la verdadera competitividad la mide la productividad. (Aramis, 2020)

#### **2.2.5 Sector ferretero en Colombia**

De acuerdo con cifras de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – Confecámaras, 5.528 empresas fueron inscritas durante el 2021 bajo el código CIIU 4752 correspondiente a comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados en el año a manera general en toda Colombia, existe una perspectiva buena y una mirada importante en la creación de nuevas ferreterías.

Hay en el país emprendedores buscando capacitación y contactos comerciales que busca reactivar los negocios a nivel nacional, con base a todos los bajones que presento el sector en el año 2021 se espera implementar mejores condiciones las cuales ayuden a las ferreterías en el crecimiento, con los cuales hay que tener mayor compromiso por la sostenibilidad reduciendo el impacto con el medio ambiente, los ferreteros están integrando mayores productos y referencias en estas lí-neas porque ven un crecimiento en la demanda de estos, que bien sea estos por una conciencia ecológica o por cumplir los requisitos para edificaciones sostenibles, estamos en un cambio y las marcas que mejor se adapten y lo comuniquen a sus clientes lograrán ganar preferencia.

El sector de ferreterías necesita involucrarse con disciplinas diferentes a las habituales que se ven en el sector, las empresas necesitan incluir roles indirectos para crecer, personas que incorporen tecnología, mejoramiento en la eficiencia de sus procesos, de sus inventarios, formalización financiera, asuntos legales que faciliten la cooperación entre competidores que se pueden volver aliados y complementan su oferta de productos manteniendo la especialidad de cada quien, manejo de servicios postventa, gestión de proyectos, entre otros.

### 2.3 Marco Conceptual

En este marco se hace énfasis de manera clara y precisa, a la diferente terminología plasmada en la investigación, que detallan los argumentos más significativos y utilizados del proyecto. Algunos conceptos son:

**Análisis Socioeconómico:** “Informe que permite caracterizar y conocer las condiciones de los aspectos sociales, económicos, demográficos, étnicos y culturales de toda la población de una zona” Quiroz (2017).

**Análisis proyectivo:** Tipo de estudio que consiste en buscar soluciones a distintos problemas, analiza de forma integral todos sus aspectos y proponiendo nuevas acciones que mejoren una situación de manera práctica y funcional.

**Comercio:** “Toda actividad que involucra el intercambio de bienes o servicios a través de la compra y venta, donde el vendedor y el comprador se benefician e intervienen otros elementos intermedios que se involucran en el proceso” (Concepto, Definición, 2021).

**Crecimiento:** “Hace referencia a una evolución, incrementos de tamaño en variables tales como el volumen de activos, la producción, las ventas, los beneficios o el personal empleado” (Gonzalo, 2014).

**Decrecimiento:** Disminución regulada y controlada de la producción.

**Desarrollo económico:** Proceso de crecimiento del nivel de producción de bienes y servicios de la economía

**Ferretería:** Establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles para la construcción y las necesidades del hogar, venta de objetos de metal o de otro tipo de material.

**Gremios:** Corporación o asociación formada por un grupo de personas que tienen una misma profesión u oficio.

**Impacto Social:** “Se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones” (Blanca, 2007).

**Impacto Socioeconómico:** Corresponde a la alteración en las condiciones de vida de las unidades sociales que detentan derechos reales, residen o desarrollan sus actividades productivas en un inmueble, por causa de la ejecución del proyecto. Mide la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de evento, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios.

**Planificación:** Analizar las situaciones que se presenten en las empresas con el fin de lograr objetivos, metas claras, establecer estrategias que permitan alcanzar los objetivos y diseñar planes de acción con el fin de implementar las estrategias.

**Problema:** Pertenecientes a un ámbito o actividad determinada.

**Situación Financiera:** Referente al efectivo que dispone la empresa para poder solucionar diferentes intervenciones o pagos.

**Sector Ferretero:** Caracterizado por englobar a las ferreterías. Para la dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales el código 4752 significa Comercio al por menor de artículos de ferretería pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados.

**Sostenibilidad:** Esfuerzos que realiza una empresa para poder sostener su actividad económica, considerando los factores sociales, medioambientales con la finalidad de gestionar responsablemente los recursos.

## 2.4 Marco Legal

En la constitución política de Colombia podemos encontrar el **Artículo 25**. Estipula que el trabajo es un derecho y una obligación social, lo cual ayudara al sector ferretero a tener una determinada protección del estado a la hora de empezar a laborar. ([const.], Artículo 25, 1991)

El artículo 38 de la constitución política le da al sector ferretero y a sus propietarios esa libertad de asociarse en personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras en Colombia. ([const.], Artículo 38, 1991)

El sector de las ferreterías tendrá en cuenta el artículo 333 de la constitución política de Colombia el cual le permite realizar su actividad económica de forma libre y utilizarla para poder tener una libre competencia económica ejerciéndola con responsabilidad y teniendo el respaldo del estado en cualquier abuso que la competencia quiera ejercer a la hora de prestar el servicio. ([const.], Artículo 334, 1991)

En el artículo 334 de la constitución obliga al sector a la no explotación de los recursos naturales que se puedan presentar en el suelo, la producción, distribución y consumo de los bienes y servicios que el sector ferretero pueda prestar a los habitantes del municipio. (Colombia, 1991)

Para este proyecto encontramos la ley 590 julio de 2000, ley que fue actualizada y modificada por la ley 905 de agosto de 2004 que permite el desarrollo de las diferentes empresas que se puedan crear en el país las cuales generan empleos y desarrollo para la región como lo son las ferreterías en Colombia sector que genera trabajo y aporta gran capital a las finanzas de los lugares en donde se encuentran operando. (44078, 2000)

Este decreto 531 del 8 de abril de 2020 en el Art.3 expedido por el Gobierno Nacional a través del Ministerio del Interior permite al sector ferretero una libre circulación en el territorio a pesar de las limitaciones a causa del Covid-19, para que las ferreterías puedan comercializar sus productos, dada la gran variedad de bienes que este sector distribuye: bien sea por encontrarse desarrollando actividades directamente relacionadas en este decreto y/o porque es necesario el suministro de los materiales e insumos que comercializan las ferreterías para los exceptuados”.

El código de comercio en el decreto 410 de 1971 del libro primero en los artículos 1,12 muestran como los comerciantes de cualquier sector deben diligenciar y legalizar sus empresas para que estas tengan todos los beneficios y puedan regularse por parte del gobierno a la hora de prestar los servicio al sector correspondiente

En el código de comercio en el artículo 19 nos presentan todas las obligaciones que los comerciantes deben tener a la hora de abrir sus establecimientos al público

### **3 Aspectos Metodológicos de la Investigación**

#### **3.1 Enfoque y Tipo de Estudio**

El enfoque de investigación de este proyecto es cuantitativo ya que durante su desarrollo se va poder identificar cuáles son las ferreterías legalmente constituidas en el presente año 2021, poder conocer cuál es el crecimiento en los últimos 10 años en este sector también se describirá el impacto que genera el comercio en las ferreterías en el Municipio de Aguachica Cesar.

Además, es una investigación de tipo exploratoria, porque se requiere recolección de datos para hacer el diagnostico, también es descriptiva ya que con el método de recolección de datos lograremos conocer el crecimiento y el impacto socioeconómico que generan las ferreterías al sector.

#### **3.2 Diseño de la Investigación**

Es una investigación cuantitativa no experimental, transaccional descriptiva de campo. Lo cual permite que al no ser experimental no se manipula el objeto de estudio con la observación en los ambientes cotidianos se obtiene dicha información y luego se procede al análisis de los datos observados, también se procederá a ir a las ferreterías para recopilar la información requerida para utilizarla en el diseño escogido.

### 3.3 Operacionalización de la Variable

Tabla 1 Operacionalización de variables.

| <b>Objetivo General: Analizar el impacto socioeconómico de las ferreterías en el municipio de Aguachica, Cesar</b>   |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>Objetivos Específicos</b>   | <b>Variable</b>                          | <b>Dimensiones</b>   | <b>Indicadores</b>  |
| <b>Identificar la ferreterías ubicadas en el municipio de Aguachica, Cesar formalizadas para el año 2021 en la cámara de comercio</b>                              | Impacto Socioeconómico                   | Ferreterías Existentes en el Municipio de Aguachica Cesar          | Numero de Ferreterías En el Municipio de Aguachica Cesar  |
| <b>Describir el impacto socioeconómico que genera el comercio en las ferreterías en el municipio de Aguachica, Cesar</b>   |  | Impacto Socioeconómico generado por el comercio en las ferreterías | Diagnóstico y análisis socioeconómico de las ferreterías frente al comercio del Municipio   |
| <b>Diseñar estrategias que optimicen la comercialización eficiente y efectiva de las ferreterías en el Municipio de Aguachica, para alcanzar su competitividad</b> | Ferreterías Municipio De Aguachica Cesar |  | Diseño del plan de mejoramiento para el fortalecimiento y posicionamiento económico de las ferreterías en el municipio de Aguachica Cesar |

Fuente: las proponentes (2022)

### **3.4 Población, Tipo de Muestreo y Muestra**

#### **3.4.1 Población.**

Según cifras de la Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar para el año 2021 se encuentran registradas un total de 176 empresas de las cuales algunas de ellas 65 cancelaron su matrícula mercantil, por lo cual quedaría un total de 111 empresas registradas que en su actividad principal hayan registrado el código 64752 CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) que corresponde al comercio al por mayor y menor de artículos de ferreterías pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados. Al revisar detalladamente los datos entregados por la cámara de comercio se evidencia en campo que de los 111 establecimientos de comercios registrados se encuentran especializados o dedicados a actividad exclusiva de su empresa.

Según información suministrada por la cámara de comercio para el año 2021 se matricularon 111 empresas dedicada al sector ferretero.

#### **3.4.2 Método de muestreo.**

Partiendo que, el número de ferreterías son 176 en total de las cuales 111 están en vigencia, se tomó una muestra representativa de la población con un margen de error de un 0.10%, por lo cual se trabajará con una técnica estadística como método de muestreo. Es importante afirmar que, para la aplicación del instrumento de recolección de datos, se tomó una muestra de la población, a través del método estadístico de poblaciones finitas, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times \sigma^2 \times Z^2}{(N - 1) \times E^2 + \sigma^2 \times Z^2}$$

Dónde:

Tabla 2. Información para el cálculo del tamaño de la muestra

| <b>n =</b> | <b>Tamaño de la Muestra</b> | <b>?</b>        |
|------------|-----------------------------|-----------------|
| <b>N =</b> | Población Universal         | 176 Ferreterías |
| <b>σ=</b>  | Probabilidad de Ocurrencia  | 50%             |
| <b>Z=</b>  | Nivel de Confianza          | 95% = 1.96      |
| <b>E=</b>  | Probabilidad de Error       | 10%             |

Fuente: elaboración propia.

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{111 \times 0.5^2 \times 1.96^2}{(111 - 1) \times 0.1^2 + 0.5^2 \times 1.96^2}$$

$n = 51.7 \approx 52$  Encuestas, que fueron aplicadas en igual número a propietarios de ferreterías y trabajadores escogidos al azar de estas empresas.

En esta investigación se utilizara dos encuestas la primera dirigida a propietarios y/o gerentes de las ferreterías la segunda dirigida a los trabajadores ambos con preguntas cerradas y algunas abiertas con el fin de obtener la información necesaria para la investigación. A la muestra se les aplicó el instrumento de la encuesta elaborada por medio de un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas, una entrevista siendo está diseñada con una serie de preguntas, con el fin de poder realizar una investigación más profunda y recoger información de manera precisa.

**Técnica de recolección primaria:** Para la recolección de datos se aplicó la encuesta, con la cual se obtendrá información para el adecuado desarrollo del estudio dando paso a la planeación y ejecución de las acciones.

**Técnica de recolección secundaria:** Se realizó una entrevista para conocer más aspectos acerca de las ferreterías en el Municipio.

### **3.4.3 Determinación de la muestra.**

La población objetivo para el desarrollo de esta investigación está constituida por las ferreterías inscritas en la cámara de comercio de Aguachica-Cesar, como técnica de indagación se aplicó un cuestionario, ya que como “técnica de campo cuantitativa consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población” y como instrumento un cuestionario sencillo con el fin de obtener la información.

## **3.5 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información**

El procedimiento a seguir en la aplicación de los instrumentos, tiene que ver con el lugar y las condiciones para su ejecución, para garantizar su correcto diligenciamiento y levantamiento de la información. Las fuentes son primarias y secundarias.

### **3.5.1 Fuentes de información primarias.**

Para el desarrollo de la actividad se elaboró dos encuestas una focalizada a los dueños de las ferreterías que consta de 18 preguntas y otra a los trabajadores cuenta con 10 preguntas en las cuales se implementan preguntas abiertas y cerradas. Con el fin de obtener datos que ayuden a la realización del proyecto de grado para satisfacer una demanda de información.

### **3.5.2 Fuentes de información secundaria.**

Libros, Web, revistas impresas y electrónicas, Artículos, entre otros.

## **3.6 Procedimiento**

Describe la forma en que se desarrolla el trabajo de grado, desde la planeación hasta los resultados y entrega del documento final. Cada una de estas actividades debe numerarse y contener su propio título y descripción. Las actividades van directamente relacionadas con los objetivos específicos, es decir, las actividades descritas en el procedimiento deben estar orientadas a dar cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos contemplados. Así mismo, cada una de las actividades presentadas en este punto debe coincidir con las presentadas en el cronograma.

## **3.7 Análisis para el Procesamiento de la Información**

Especifica la forma en la cual se procesarán los datos que se obtengan en el desarrollo del trabajo de grado, para su respectivo análisis, el tipo de pruebas estadísticas aplicadas y las comparaciones propuestas para validar hipótesis, si las hay en el proyecto.

## **4 Esquema Temático**

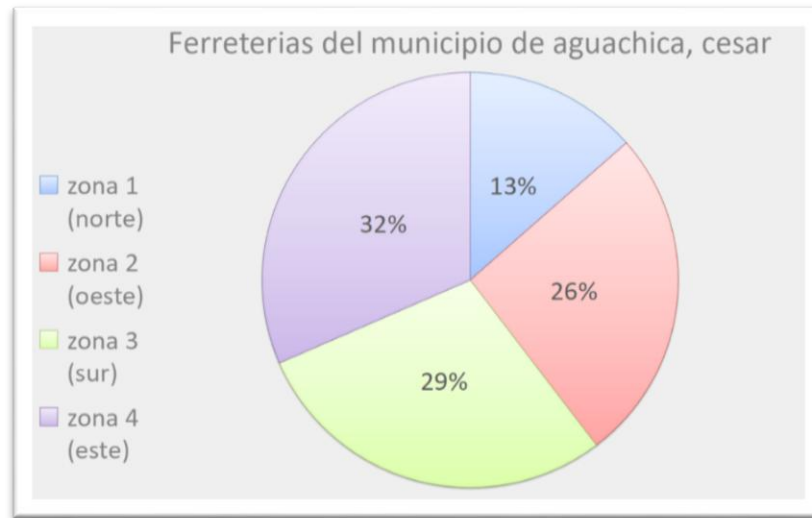
En este formato se desarrollarán los resultados de los objetivos planteados en el presente proyecto, aplicando las técnicas o fuentes de recolección de información correspondientes.

### **Objetivo N°1**

#### **4.1 Capítulo I**

Identificación de las ferreterías ubicadas en el municipio de Aguachica, Cesar formalizadas para el año 2021 en la cámara de comercio, solo se trabajara con las ferreterías que se encuentran matriculadas en la cámara de comercio en el año 2021 las cuales son 111 ferreterías en la cual su actividad principal este registrado el código CIIU 64752 que corresponde al comercio al por mayor y por menor de artículos de ferreterías pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados. En el siguiente cuadro se encuentra el listado de las ferreterías inscritas en el año 2021.

Tabla 3 Ferreterías del Municipio de Aguachica Cesar.



Fuente: Los Proponentes

Zona 1 Norte: De la 20 hasta la 40 con calle 5

Zona 2 Oeste: De la calle 5 hasta la 0

Zona 3 Sur: 20 hasta 2 con calle 5

Zona 4 Este: Desde la calle 5 hasta la calle 16

La cámara de comercio alberga la cantidad de establecimientos inscritos en la ciudad de Aguachica, se acudió a ella con el fin de obtener información para poder realizar el análisis del impacto socioeconómicos de las ferreterías en el Municipio; gracias a la información brindada se establece el listado de las ferreterías matriculadas en la cámara de comercio en el año 2021 las cuales son 111 ferreterías en la cual su actividad principal está registrado el código CIIU 64752, que se encuentran ubicadas en diferentes lugares alrededor de la ciudad, permitiendo a la población tener un lugar al cual acudir para comprar los materiales que necesiten permite mayor crecimiento del comercio ferretero en la ciudad, mayor ofertas de empleo haciendo que alrededor de la ciudad en cada parte de ella los habitantes tengan más probabilidad de tener un trabajo digno, generar ingresos para su núcleo familiar.

## Objetivo N°2

### 4.2 Capítulo II

Descripción del impacto socioeconómico que genera el comercio en las ferreterías en el municipio de Aguachica, Cesar.

#### 4.1.1 Aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

Resultado de la encuesta aplicada a los Propietarios de las ferreterías del Municipio de Aguachica Cesar.

Tabla 4 Pregunta de encuesta número 1.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, es preciso tener en cuenta que el 94 % de los propietarios de ferreterías del Municipio de Aguachica Cesar, afirman que rango salarial de sus empleados esta entre 1-2 SMLV, esto por el tamaño de sus negocios y volúmenes de ventas, los demás salarios son asignados a empleados que realizan labores administrativas.

| <b>1. ¿Cuál es el rango salarial que paga a sus empleados?</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>1-2 SMLV</b>  | 49              |
| <b>3-4 SMLV</b>  | 3               |
| <b>5-6 SMLV</b>  | 0               |
| <b>TOTAL</b>   | <b>52</b>       |

Tabla 5 Pregunta de encuesta número 2.

El 77% de los encuestados afirman que sus ventas mensuales podrán estar aproximadas en menos de 10 millones, el 13% y 10 % restante pueden tener ventas según temporadas especiales en \$15.000000 y \$20.000000.

| <i>2. aproximadamente ¿Cuál es el monto mensual de ventas que logra en su ferretería?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>a) Menos de \$10.000.000</b>   | 40              |
| <b>b) De \$15.000.000</b>   | 7               |
| <b>c) De \$20.000.000</b>   | 5               |
| <b>d) De \$30.000.000</b>   | 0               |
| <b>e) Más de \$50.000.000</b>   | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 6 Pregunta de encuesta número 3.

El 100% de los propietarios encuestado, afirman que el sector ferretero es importante para la economía del municipio de Aguachica, cesar ya que este es generador de empleo y va de la mano con la construcción de viviendas e infraestructura.

| <i>3 ¿El sector ferretero dinamiza la economía del Municipio?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>   | 52              |
| <b>No</b>   | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 7 Pregunta de encuesta número 4

El 100% de los encuestados afirman que las ferreterías generan indicadores en todas sus operaciones, dando equilibrio en la empresa.

| <i>4. ¿La empresa genera indicadores de los resultados de sus operaciones comerciales a nivel?</i> |           |
|--|-----------|
| Categoría  | Cantidad  |
| <b>Social</b>  | 0         |
| <b>Ambiental</b>   | 0         |
| <b>Económico</b>   | 0         |
| <b>Todas las anteriores</b>  | 52        |
| <b>Total</b>   | <b>52</b> |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 8 Pregunta de encuesta número 5

El 96% de los encuestados direccionan un poco más las ventas en el sector de construcción y un 4% a lo que tiene que ver con obras hidráulicas.

| <i>5. ¿La empresa vende accesorios metalmecánicos en el Municipio, cuáles son?</i> |           |
|--|-----------|
| Categoría  | Cantidad  |
| <b>Pisos</b>   | 0         |
| <b>Techos</b>  | 0         |
| <b>Construcción</b>  | 50        |
| <b>Obras hidráulicas</b>   | 2         |
| <b>Infraestructura</b>   | 0         |
| <b>Total</b>   | <b>52</b> |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 9 Pregunta de encuesta número 6.

Los resultados de la encuesta aplicada a la comunidad de propietarios, en un 100% afirman que si les pagan a sus empleados el derecho a sus riesgos laborales, según lo dictaminan las normas

| <b>6. ¿Paga a sus trabajadores riesgos laborales?</b> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>                                      | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>   | 52              |
| <b>No</b>   | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 20 Pregunta de encuesta número 7.

El 100% de los encuestados afirman que sus ingresos mensuales oscilan en menos de \$25.000.000, la respuesta se considera no certera ya que por seguridad se cree que hay un poco de desconfianza frente a la pregunta, por la utilización de estos datos.

| <b>7. ¿Cuáles son los ingresos mensuales que oscilan en la empresa?</b> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Menos de \$25.000.000</b>  | 52              |
| <b>De \$35.000.000</b>  | 0               |
| <b>De \$45.000.000</b>  | 0               |
| <b>De \$55.000.000</b>  | 0               |
| <b>Más de \$70.000.000</b>  | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 31 Pregunta de encuesta número 8.

El 100% de los propietarios realizan estrategias publicitarias para incrementar las ventas de los negocios, para publicitar su ferretería la estrategia más común es publicidad por radio, pero también utilizan otros medios como la repartición de volantes.

| <i>8 ¿Considera que la administración de la ferretería dentro de su gestión contempla estrategias publicitarias dirigidas al incremento de sus ventas, cuáles aplica?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>   | 52              |
| <b>No</b>   | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

| <i>¿Cuáles categorías utiliza en su ferretería?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>                                    | <b>Cantidad</b> |
| <b>Radio</b>  | 44              |
| <b>Prensa</b>                                       | 0               |
| <b>Volantes</b>                                     | 8               |
| <b>Televisión</b>                                   | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 42 Pregunta de encuesta número 9.

El 83% de los encuestados afirman normalmente cuando las ventas se mantienen en bajas temporadas, cuentan de 1 a 3 trabajadores permanentes, en temporadas altas como a fin a mediados del año a fin de año y cuando en el Municipio se presentan obras aumenta el personal por el incremento de las ventas se puede contratar hasta 5 trabajadores.

| <b>9 ¿Indique con cuántos trabajadores cuenta su empresa?</b> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>De 1 a 3 trabajadores</b>                                  | 42              |
| <b>De 4 a 5 trabajadores</b>                                  | 8               |
| <b>De 6 a 8 trabajadores</b>                                  | 2               |
| <b>De 11 a más trabajadores</b>                               | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 53 Pregunta de encuesta número 10.

El 100% de los propietarios de ferreterías cuentan con al menos una mujer como empleada, en funciones administrativas o en su defecto en servicios generales.

| <b>10. ¿Cuenta con mujeres en su lugar de trabajo?</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>                                       | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | 52              |
| <b>No</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 14 Pregunta de encuesta número 11.

El 100% de los encuestados afirman que la mayoría de sus trabajadores son masculinos y oscilan entre 3 y 4.

| <b>11. ¿Cuenta con hombres en su lugar de trabajo?</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>                                       | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | <b>52</b>       |
| <b>No</b>  | <b>0</b>        |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 65 Pregunta de encuesta número 12.

El 73% de los encuestados afirman que el rango de edades de trabajadores oscila entre 18 y 24 años, el otro 17% entre 25 y 34 de edad y el 10% entre 35 y 44 años de edad.

| <b>12. ¿Qué rango de edades tienen sus trabajadores?</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>18 a 24 años</b>                                      | <b>38</b>       |
| <b>25 a 34 años</b>                                      | <b>9</b>        |
| <b>35 a 44 años</b>                                      | <b>5</b>        |
| <b>45 a 54 años</b>                                      | <b>0</b>        |
| <b>Más de 55 años</b>                                    | <b>0</b>        |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 16 Pregunta de encuesta número 13

El 100% de los propietarios encuestados afirman que en sus negocios se cumplen con los aportes parafiscales de manera oportuna.

| <b>13. ¿Es oportuna la empresa en el cumplimiento de los aportes parafiscales?</b> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | 52              |
| <b>No</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 17 Pregunta de encuesta número 14

El 77% de los propietarios encuestados afirman que sus empleados son mestizos debido a que a partir de la independencia de los países americanos el cruce entre las razas blancos, negros e indígenas fue inminente y es la gran descendencia con la que contamos actualmente, debido a los mestizos se utilizan para nombrar a las personas descendientes de aborígenes Americanos, Afroamericanos y Españoles por lo cual la mayoría de la población latinoamericana es mestiza, el 23% son Afrocolombianos-negros en la actualidad contamos con este tipo de etnia debido a que en la época pasada fueron arrancados de África y tratados como mercancía y fueron enviados a América en donde estos se liberaron y mezclaron con otras razas.

| <b>14. ¿sus trabajadores pertenecen a algunos de los siguientes grupos étnicos?</b> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Rom</b>  | 0               |
| <b>Indígenas</b>  | 0               |
| <b>Afrocolombiano – Negros</b>  | 12              |
| <b>Afrocolombianos – Raizales</b>   | 0               |
| <b>Mestizos</b>   | 40              |
| <b>Ninguno</b>  | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 18 Pregunta de encuesta número 15

El 50% de los encuestados afirman que se hacen rotaciones de empleados, en la actualidad las empresas buscan personal polivalente que puedan ubicar en cualquier área donde sea requerido, esto hace que el proceso de la empresa no se frene y que se cumpla a cabalidad cada meta establecida o en otros casos más frecuentes la rotación se presenta cuando el personal adquiere habilidades que le permite otorgarle un ascenso en la posición que ejerce dentro de la empresa y el otro 50% afirma que nunca se hacen rotaciones porque las operaciones requieren de conocimiento y confianza que se le otorga a la persona que desde un comienzo se entrenó y aprendió cómo se maneja todo lo relacionado a la empresa. Afirman quedarse con el personal que tienen y no probar con otros que puedan entorpecer la operatividad de la empresa.

| <b>15. ¿con que tanta frecuencia se efectúa el nivel de rotación en la empresa?</b> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Nunca</b>  | 26              |
| <b>Siempre</b>  | 0               |
| <b>Algunas veces</b>  | 26              |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 19 Pregunta de encuesta número 16

El 100% de los encuestados afirma que los productos que oferta la empresa son innovadores porque esto es fundamental para las empresas que pretenden crecer y ser líderes en su campo y es la forma de destacar y satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los consumidores, este es un mundo en cambio constante y la creatividad junto con mentes soñadoras que siempre estén pensando en dar más de lo que el cliente pueda necesitar y encontrar en un solo lugar da ese punto innovador a las empresas.

| <i>16. ¿Su empresa oferta productos nuevos e innovadores que sus clientes?</i> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Nunca</b>   | 0               |
| <b>Siempre</b>   | 52              |
| <b>Algunas veces</b>   | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 20 Pregunta de encuesta número 17

El 100% de los empleados considera que los productos que ofrece la empresa son de buena calidad, es importante vender productos que sean útiles y además de eso populares en el consumo de su campo específico, la calidad es un factor diferencial en la carrera de mantenerse y crecer cada día, los clientes de hoy en muchas ocasiones prefieren calidad ante todo y por eso las empresas deben apostar a vender calidad y hacer que sus clientes siempre vuelvan.

| <i>17 ¿Considera que los productos que adquiere y vende son de buena calidad y satisfacen las necesidades de sus clientes?</i> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | 52              |
| <b>No</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Tabla 21 Pregunta de encuesta número 18

. El 98% de los encuestados afirman que sus negocios se encuentran en categoría de micro empresas porque se caracterizan por tener un número bajo de trabajadores y solamente el 2% restante son grandes ferreterías porque tienen sucursales en otros lugares.

| <i>18 ¿En qué categoría se encuentra su empresa?</i> |           |
|--|-----------|
| Categoría  | Cantidad  |
| <b>Micro empresa</b>                                 | 51        |
| <b>Pequeña empresa</b>                               | 1         |
| <b>Mediana empresa</b>                               | 0         |
| Total  | <b>52</b> |

Fuente: las proponentes (2022)

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por la encuesta, se pudo determinar que un 80% de los propietarios, afirman que sus negocios son prósperos y fundamentales dentro de la economía del Municipio y sus alrededores aunque sean pequeñas empresas dinamizan la economía, son fuentes de empleo, ofrecen productos de calidad y que satisfacen las necesidades de los clientes y en el mercado actual se han expandido de forma exponencial encontrándolas casi que en cada barrio del Municipio y las garantías que ofrecen a sus trabajadores como seguridad social, liquidaciones y sus pagos dan una buena calidad de vida a sus colaboradores y el progreso para el futuro de cada familia que hace parte de este sector que está en constante crecimiento y aporta mucho a la economía de la región, aunque en 70% afirman que las ventas sufren muchas variaciones, específicamente por el precio de sus productos y proveedores, a causa de la competencia que cada día crece y hace que se piensen en estrategias que le den los puntos diferenciales y las ayuden a mantenerse en el mercado, son grandes apostadores al reconocimiento del trabajo femenino como representativo en todas sus áreas y le dan oportunidad a la etnia para desarrollarse laboralmente, todos cuentan con expectativa de crecimiento y desarrollo económico, esto con el deseo de poder expandir sus negocios, es importante tener en cuenta que a pesar que generan empleos directos todavía son escasos y se identifican que están en la capacidad de ampliar su oferta laboral y así generar más oportunidades en la comunidad de Aguachica.

#### 4.1.2 Resultado de la encuesta aplicada a los Trabajadores de las ferreterías del Municipio de Aguachica Cesar.

Tabla 22 Pregunta de encuesta número 1.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, es preciso tener en cuenta que el 54% de los trabajadores de ferreterías del Municipio de Aguachica Cesar, su nivel de estudios es de educación secundaria porque en la anterioridad era suficiente solo con la secundaria y como son en empresas que por lo general no hacen rotación sus empleados llevan tiempo trabajando con ellos y no han visto la necesidad que seguir estudiando o avanzar en sus estudios porque entrar en una zona de confort, 17% tienen nivel técnico que es en la gran mayoría son jóvenes que se graduaron y por la misma escuela obtuvieron su técnico y un 13% profesional que son los que están a cargo de las ferreterías y han estudiado en el proceso o se ganaron la oportunidad por sus estudios y habilidades 10% y 6 % primaria porque no han tenido la oportunidad de escalar en el conocimiento.

| <i>1 ¿Qué nivel de escolaridad tiene?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>                          | <b>Cantidad</b> |
| <b>Primaria</b>                           | 3               |
| <b>Secundaria</b>                         | 28              |
| <b>Técnica</b>                            | 9               |
| <b>Tecnológica</b>                        | 5               |
| <b>Profesional</b>                        | 7               |
| <b>Total</b>                              | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 23 Pregunta de encuesta número 2.

El 40% de los trabajadores afirman estar laborando más de cuatro años han llegado a la empresa aprendieron el manejo, se ganaron la confianza y han permanecido en sus puesto garantizando su estabilidad laboral y económica, por otro lado, en 60% afirma trabajar dentro de los tres meses a tres años por lo general son personal nuevo que no se adapta a la empresa o que aspira a otro puesto o salario y su entrada y salida a la empresa en muy corta.

| <i>2. ¿Hace cuánto tiempo está laborando en la empresa?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Tres meses</b>   | 0               |
| <b>Seis meses</b>   | 4               |
| <b>Dos años</b>   | 9               |
| <b>Tres años</b>  | 18              |
| <b>Más de cuatro año</b>                                    | 21              |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 24 Pregunta de encuesta número 3.

El 100% de los trabajadores afirman que su empresa cumple cabalmente con sus prestaciones sociales debido a que en la actualidad estar al día con sus obligaciones es fundamental tanto para el trabajador como para la empresa, además esto da satisfacción y seguridad al trabajador, contar con sus beneficios hace que sean más productivos y valoren la oportunidad que se les está brindando.

| <i>3 ¿Su empresa le ofrece todas las prestaciones sociales a las cuales tiene derecho como trabajador?</i> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | 52              |
| <b>No</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 25 Pregunta de encuesta número 4

El 73% de los encuestados afirman que en su lugar de trabajo encuentra un ambiente laboral agradable y cómodo permitiéndoles ejercer de buena forma su labor influyendo directamente con la satisfacción y mejorando notablemente la productividad, el 27% afirma que su clima laboral es bueno de vez en cuando porque son mentes y forma de ser diferentes en un mismo entorno y muchas veces no todos cuentan con la paciencia para adaptarse a espacios compartidos y con la visión de entender que en la empresa son un equipo que debe dar lo mejor de sí para en conjunto alcanzar las metas establecidas y si es en un espacio con un buen clima laboral es más agradable llegar a dar lo mejor de cada uno.

| <i>4¿En la empresa donde se encuentra trabajando se logra percibir un buen clima laboral, compañerismo respeto para que pueda realizar de manera óptima sus labores diarias?</i> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Siempre</b>   | 38              |
| <b>De vez en cuando</b>  | 14              |
| <b>Nunca</b>   | 0               |
| <b>Todas las anteriores</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 26 Pregunta de encuesta número 5.

Los resultados de la encuesta aplicada a la comunidad de empleados, en un 67% afirman que trabajan siete días a la semana debido a que el sector de la construcción nunca para y por lo general los fines de semana resultan ser muy rentables para la empresa aun que en muchas ocasiones no les pagan los debidos recargos que con lleva a trabajar más de lo legalmente establecido y el 33% trabaja solo 6 días para poder dar descanso a sus empleados y evitar recargar la nómina con los pagos dominicales.

| <i>5. ¿Cuántos días de la semana laboral?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>                              | <b>Cantidad</b> |
| <b>Siete días</b>                             | 35              |
| <b>Seis días</b>                              | 17              |
| <b>Cinco días</b>                             | 0               |
| <b>Cuatro días</b>                            | 0               |
| <b>Total</b>                                  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 27 Pregunta de encuesta número 6.

Los resultados de la encuesta aplicada a la comunidad de empleados, en un 57% afirman que trabajan 10 horas debido a que abren tipo 7 de la mañana y están cerrando 7 de la noche por que los clientes salen de sus jornadas laborales y van a realizar las comprar siendo estos horarios estratégicos para las ventas y el 43% trabajan 8 horas para regirse a la normatividad y evitar pagos de horas extras y extender el trabajo de sus colaboradores.

| <i>6. ¿Cuántas horas trabaja en su jornada laboral?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>8 horas</b>  | 18              |
| <b>10 horas</b>   | 29              |
| <b>12 horas</b>   | 5               |
| <b>24 horas</b>   | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 28 Pregunta de encuesta número 7.

El 88% de los encuestados afirman que se sienten muy satisfechos en su lugar de trabajo porque les brindan estabilidad económica y oportunidades de crecimiento y así brindan una buena marcha sobre su rendimiento, aumentando los niveles de productividad y obteniendo beneficios para ambas partes, el 12% restante no se siente satisfecho por el pago o por no tener oportunidad de crecimiento o simplemente no han encontrado otra oportunidad laboral como la desean.

| <i>7. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con su empleo?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Muy satisfecho</b>                                     | 46              |
| <b>Satisfecho</b>   | 6               |
| <b>Insatisfecho</b>                                       | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 29 Pregunta de encuesta número 8.

El 100% de los propietarios si recomendarían a la ferretería como un sitio ideal para trabajar porque son negocios prósperos y que brindan estabilidad y oportunidades de crecimiento.

| <i>8 ¿Recomendarías esta empresa a una persona que busca empleo?</i> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | 52              |
| <b>No</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 30 Pregunta de encuesta número 9.

El 100% de los encuestados afirman que la gestión gerencial de su lugar de trabajo es muy buena, se enfoca en proporcionar las herramientas necesarias para planificar, ejecutar y dirigir las operaciones en caminadas a la productividad y mejora de los recursos humanos y materiales de la empresa colmo todo nada es perfecto por ende deben mejorar otros aspectos para poder alcanzar la excelencia.

| <i>9 ¿Cuál es su opinión acerca de la gestión gerencial?</i> |           |
|--|-----------|
| Categoría  | Cantidad  |
| <b>Excelente</b>   | 0         |
| <b>Buena</b>   | 52        |
| <b>Mala</b>  | 0         |
| <b>Muy mala</b>  | 0         |
| <b>Total</b>   | <b>52</b> |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 31 Pregunta de encuesta número 10.

El 76% de los empleados de ferreterías, afirman que sus ingresos oscilan entre menos de \$700.00 porque sin pequeñas empresas las cuales aunque se mantienen en el mercado sus gastos están restringidos para poder alcanzar a solventar sus necesidades, mientras que el 23% ganan alrededor de \$800.000 a \$990.000 son empresas con ventas más grandes y además bien ubicadas con márgenes de ganancia más altos y permiten una mejor solvencia económica.

| <i>10. ¿Cuánto es el ingreso remunerado por su trabajo?</i> |                 |
|---|-----------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Cantidad</b> |
| <b>Menos de \$700.000</b>                                   | 40              |
| <b>De \$800.000 a \$890.000</b>                             | 6               |
| <b>De \$900.000 a \$990.000</b>                             | 6               |
| <b>De \$1.000.000 a \$1.400.000</b>                         | 0               |
| <b>De \$1.500.000 a \$1.900.000</b>                         | 0               |
| <b>Más de \$2.000.000</b>                                   | 0               |
| <b>Total</b>  | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 32 Pregunta de encuesta número 11.

El 100% de los encuestados afirman que la empresa muestra gran interés a que sus trabajadores cuenten con capacitación constante para lograr la optimización de sus labores y que adquieran más conocimiento en el campo y sean más eficientes y aprendan el manejo de la empresa.

| <i>11. ¿La empresa brinda capacitaciones constante para que sus trabajadores se encuentren en las óptimas condiciones para brindar un buen asesoramiento sobre su trabajo?</i> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | 52              |
| <b>No</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Tabla 33 Pregunta de encuesta número 12

El 100% de los encuestados afirman que la empresa muestra gran interés a que sus trabajadores cuenten con capacitación constante porque esto genera productividad y le da valor agregado a la labor que cumplen los colaboradores dentro de la empresa, los hace competitivos y comprometidos con las metas a lograr dentro de la organización.

| <i>12 ¿La empresa demuestra interés en el desarrollo personal de sus trabajadores?</i> |                 |
|--|-----------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Cantidad</b> |
| <b>Si</b>  | 52              |
| <b>No</b>  | 0               |
| <b>Total</b>   | <b>52</b>       |

Fuente: las proponentes (2022)

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por la encuesta, es preciso determinar que:

Los trabajadores cuentan con antigüedad en las ferreterías, lo que indica que sus trabajos son estables, pero no se tienen en cuenta aspectos fundamentales como horas extras y aumento de salarios, situación que genera descontento entre los mismos.

Los empleados afirman que los propietarios muestran interés en que estos estén capacitados, a pesar de ese interés falta ampliar una gama de opciones, se debe estructurar una propuesta de parte de la oficina de recursos humanos en pro de la mejora continua en los conocimientos de sus empleados.

Los empleados enfatizan en el buen ambiente laboral que se da al interior de las empresas, por consiguiente este tipo de gerencia se clasifica como muy buenas, pero también se refieren a oportunidades de mejoras en sus salarios.

Es de anotar que el 90% de las ferreterías en el municipio de Aguachica Cesar, están legalmente constituida, situación que da tranquilidad a sus demandantes a la hora de adquirir cualquier servicio o producto ya que esto es garantías.

En el análisis resultante de la encuesta es preciso dar a conocer que la falta de infraestructura y capacidad instalada es una constante en estos entes económicos.

### 4.3 CAPITULO III

Diseño de estrategias que optimicen la comercialización eficiente y efectiva de las ferreterías en el Municipio de Aguachica, para alcanzar su competitividad. A continuación, mediante un plan de acción se proyectaran algunas estrategias para el fortalecimiento de las ventas y comercialización de las ferreterías del municipio de Aguachica Cesar:

#### 1. Perspectivas

| Perspectiva                   | Objetivos  | Indicadores   |
|-------------------------------|--|---|
| <b>Perspectiva Financiera</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Incremento de las ventas de los productos que se ofrecen en las ferreterías.</li> <li>Alcanzar el posicionamiento de las ferreterías en el mercado.</li> <li>Alcanzar un mayor número de cobertura en la venta de productos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de ventas e incremento de las mismas por año.</li> <li>Alianzas estratégicas pactadas para el posicionamiento de las ferreterías.</li> <li>Maximización del negocio y extensión del mismo en todo el Departamento.</li> </ul> |
| <b>Perspectiva Cliente</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Brindar al cliente lo que necesita.</li> <li>Potenciar la marca de los productos que se distribuyen.</li> <li>Obtener más socios estratégicos.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de clientes satisfechos.</li> <li>Fortalecer las marca de los productos.</li> <li>Número de nuevos socios vinculados.</li> </ul>  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidarse con nuevos clientes.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de nuevos clientes.</li> </ul>   |
| <b>Perspectiva Procesos</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr una excelencia en la prestación del servicio</li> <li>• Disminuir en lo posible los plazos de entrega y de atención</li> <li>• Ofrecer productos y servicios de calidad y eficiencia.</li> <li>• Mejorar el proceso comercial y publicitario.</li> <li>• Mejorar los canales de atención.</li> <li>• Ampliar los canales de servicio al cliente.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de clientes satisfechos.</li> <li>• Numero clientes satisfechos pedidos entregados.</li> <li>• Número de productos y servicios brindados por las ferreterías.</li> <li>• Número de clientes aplicando y beneficiados por los procesos publicitarios.</li> <li>• Número de canales para atención al cliente.</li> </ul> |
| <b>Perspectiva Aprendizaje y crecimiento</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la comunicación interna para generar comunicación asertiva.</li> <li>• Atraer, retener y desarrollar personal con competencias claves, a través de la capacitación.</li> <li>•</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación asertiva y precisa en las empresas.</li> <li>• Número de trabajadores capacitados en temas específicos de la organización.</li> </ul>  |

Fuente: los proponentes

Es preciso tener en cuenta que una vez de establecer las diferentes perspectivas con sus objetivos y su relación el fortalecimiento comercial de las ferreterías del municipio de Aguachica Cesar, se establecen indicadores los que permitirán evaluar el desempeño del plan que se está proyectando. Dichos indicadores son establecidos con la finalidad de que se pueda dar seguimiento de actividades planteadas y el funcionamiento en el engranaje de lo que se plantea, su control, dirección y evaluación.

## 2. ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES 1

Es preciso la presentación de estrategias y actividades que se proponen para dar un cumplimiento sistemático a los objetivos que se proponen en el plan de comercialización de las ferreterías del municipio de Aguachica Cesar. A continuación se relacionan tales estrategias:

| ESTRATEGIA   | ¿QUÉ SE VA A HACER?  | ¿CUÁNDO SE VA A HACER? | ¿CÓMO SE DEBE HACER PARA CUMPLIR LA META?                                      | INDICADOR                           | RESPONSABLES             |
|--|--|------------------------|--|-------------------------------------|--------------------------|
| <b>Desarrollar la filosofía de las ferreterías</b>                               | Replantear: Visión, Misión, Objetivos Estratégicos, Eslogan. (Crear estos elementos si no existen)                   | Periodo de 3 meses     | Seguimiento de la propuesta  | Propuesta presentada e implementada | Propietarios ferreterías |
| <b>Diseño y elaboración de la Marca</b>  | Proponer modelos de logotipos, para la marca que representen la filosofía de cada empresa.                           | Periodo de 4 meses     | Evaluación de la propuesta   | 5 Resultados                        | Propietarios ferreterías |
| <b>Ofrecer servicios complementarios que logren generar valor a los clientes</b> | Evaluar el tipo de servicios que buscan los clientes, las características de sus productos y comparación de precios. | Periodo de un mes      | Diagnosticar con los clientes con el fin de medir la percepción de los mismos. | 0 Resultados                        | Propietarios ferreterías |
| <b>Alianzas estratégicas</b>   | Buscar convenios de cooperación estratégica con empresas, proveedores y otros departamentos                          | Periodo de 4 meses     | 24 Proyectar convenios por medio de contactos empresariales.                   | 5 Número de convenios               | Propietarios ferreterías |

Fuente: las proponentes (2022)

### 3. ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES 2

#### Programa de distribución y ventas:

| ESTRATEGIA   | ¿QUÉ SE VA A HACER?  | ¿CUÁNDO SE VA A HACER? | ¿CÓMO SE DEBE HACER PARA CUMPLIR LA META?                  | INDICADOR                                       | RESPONSABLES             |
|--|--|------------------------|--|---|--------------------------|
| <b>Brindar Capacitación al personal que labora en las ferreterías para que ellos sean los promotores del servicio y de las ventas.</b> | Programas de capacitación, para el proceso de ventas, atención al cliente y entrega de mercancías.                         | A corto plazo          | Selección del personal adecuado para brindar capacitación. | Número de empleados capacitados.                | Propietarios ferreterías |
| <b>Contar con un personal idóneo y perfilado a cargo del área de mercadeo</b>  | Realizar evaluaciones periódicas del desempeño del personal con el fin de identificar sus fortalezas a cargo de las áreas. | Periódicamente         | Evaluaciones de desempeño para los empleados.              | Numero de evaluaciones aplicadas.               | Propietarios ferreterías |
| <b>Establecer canales de distribución directa</b>  | Propender por la comunicación asertiva al interior de las ferreterías.   | Perdiódicamente        | 39 Alianzas estratégicas.                                  | Numero de alianzas estratégicas materializadas. | Propietarios ferreterías |

| Estrategia  | ¿Qué se va a hacer?  | ¿Cuándo se va a hacer? | ¿Cómo se debe hacer para cumplir la meta?                      | Indicador     |
|---|--|------------------------|--|---------------|
| <b>Se deben fijar los precios basándose en el valor</b>                             | Son precios bajos por una oferta de gran calidad.  | Fijado por directivos  | Prestando servicios de valor a los clientes, con precios bajos | 5 % de Ventas |
| <b>Se deben ofrecer precios de promoción, con el fin de incentivar las compras.</b> | Visitas a los clientes de La parte administrativas y vendedores para ofrecerles descuentos por adquisición de otros productos de primera mano. | Fijado por directivos  | Se debe hacer los debidos procesos                             |               |

Fuente: las proponentes (2022)

#### 4. Estrategia 3 del programa de distribución y ventas

#### Estrategia 4 del Programa de comunicación de valor

| Estrategia  | ¿Qué se va a hacer?  | ¿Cuándo se va a hacer? | ¿Cómo se debe hacer para cumplir la meta?   | Indicador                                       |
|---|--|------------------------|---|---|
| <b>Diseño de campañas de publicidad dirigida especialmente al público objetivo, que apoye todo tipo de estrategias de posicionamiento y que ayuden a conocer un poco más los servicios y productos que se ofrecen al interior de las ferreterías, así mismo involucrar a los municipios aledaños.</b> | Gestión y mantenimiento del Blog corporativo donde sea publicado frecuentemente todos los avances del desarrollo del proyecto. | Corto plazo            | Contratar personal idóneo para que tenga actualizado el blog del ente económico.                            | Numero de campañas diseñadas                    |
|   | Social media: es preciso el uso de las redes sociales donde se publican los eventos y actividades.                             | Mediano plazo          | Hacer revisión periódica de todo lo que se quiere publicar en las redes sociales.                           | 8 Numero de publicaciones en redes sociales.    |
|   | Diseñar un portafolio de servicios de todo lo ofrecido en la empresa.  | Corto plazo            | Desarrollar un PDF con especificaciones técnicas para tener en el blog como opción de descarga.             | Portafolio de servicios diseñado                |
|   | Participar en congresos, seminarios y eventos del sector ferretero.  | Mediano plazo          | Evidenciar la participación de congresos y seminarios que tengan que ver con planes estratégicos de ventas. | Numero de eventos en los que se ha participado. |

|  |  |                |  |                    |
|--|--|----------------|--|--------------------|
|  | La presencia en páginas web de la marca debe ser permanente. | 65 Corto plazo | Reflejar actividad constante en la página web de la empresa. | Publicaciones web. |
|--|--|----------------|--|--------------------|

Fuente: los proponentes

Es preciso tener en cuenta que el éxito de las estrategias anteriormente planteadas obedecen a una buena dirección por parte de los propietarios de las ferreterías con el fin que hagan evaluación periódica de todas estas herramientas, que tienen como propósito el posicionamiento comercial de sus ferreterías en el mercado del municipio de Aguachica y el posicionamiento de sus marcas y servicios ofrecidos a toda una comunidad.

## Discusión

Para todo el proceso de investigación y la identificación de las ferreterías se utilizó un instrumento de recolección de información, muy valioso como fue la encuesta, también se tuvo en cuenta la observación directa e información documental en los diferentes registros de las entidades comerciales con el fin de definir el número de ferreterías y su impacto social y económico en el municipio de Aguachica Cesar.

En investigaciones tales como: “Implementación de un estudio socioeconómico del sector de construcción en la ciudad de Bucaramanga”, Acostó (2021), se articula la importancia de la prestación del servicio de las ferreterías que van de la mano con esta actividad, así mismo se establece una ruta para poder aprovechar de una manera más sistemática los servicios prestados por este tipo de empresas.

En cuanto a los resultados arrojados en la aplicación de encuestas los más representativos, fueron del 80% donde se define la relevancia de las ferreterías para el dinamismo de la economía del Municipio de Aguachica Cesar, sin embargo se encuentra mucha preocupación en aspectos tales como, temas medioambientales, la contaminación que generan algunos desechos de construcción, la congestión de vehículos de carga pesada en puntos estratégicos de las calles del Municipio, entre otros aspectos que son relevantes para el presente estudio.

En este orden de ideas se determinó el grado de satisfacción de los trabajadores frente a la percepción que tienen de sus empresas, especificando que encuentran en la misma oportunidades de mejora continua y crecimiento personal, sin olvidar que deben ser mejor remunerados ya que algunos no alcanzan a suplir sus necesidades básicas, con el sueldo que perciben por trabajar en dichas ferreterías, situación que es una oportunidad de mejora que deben tener en cuenta y muy presente los propietarios de estos negocios.

En cuanto al diseño de estrategias de comercialización de las ferreterías del municipio de Aguachica Cesar, teniendo en cuenta los aportes de autores como Kotler (2007), Diez de Castro (2004), Artal (2007), Arellano (2004), entre otros. El estudio fue descriptivo, su diseño no experimental, transversal y de campo, se diseñaron varios esquemas, traducidos en un plan de acción, donde se generan estrategias que involucran las ventas, la atención al cliente, herramientas para introducir a los mercados y la capacitación de empleados, con el fin de fortalecer todo el reglón comercial de las ferreterías existentes en el Municipio de Aguachica Cesar.

## Conclusiones

Teniendo en cuenta la importancia de los estudios socioeconómicos y la proyección de estrategias para el posicionamiento del sector ferretero del Municipio de Aguachica Cesar, se pudo determinar lo siguiente:

Se evidencio que en el sector ferretero del Municipio de Aguachica Cesar, no se implementan estrategias comerciales, ya que sus sistemas de publicidad están solo encaminadas a la de repartición de volantes en la comunidad del Municipio de Aguachica Cesar, se pudo precisar que se cuenta con un volumen de ventas básicos, que aunque da el sostenimiento de los negocios no alcanzan para maximizar los mismos.

No tiene estrategias para mitigar el medio ambiente o contaminación que se genere por parte de las ferreterías a la comunidad del Municipio de Aguachica Cesar, el número de empleados que contratan estos establecimientos se puede decir que es mínimo, el nivel de educación de los empleados es básico es de anotar que la mayoría solo tiene grado de educación secundario, existe presencia de mujeres en todas ferreterías en la parte laborar y le brinda oportunidad de trabajo a las etnias, los gerentes de dichas ferreterías se preocupan por el bienestar de sus trabajadores y familias.

## **Recomendaciones**

Con el fin del fortalecimiento y posicionamiento comercial de las ferreterías se les recomienda:

Adoptar el plan estratégico propuesto, ampliar su gama de servicios y diversidad de productos, brindar servicios más completos y asequibles a la comunidad en cuanto los precios, fortalecer la nómina de empleados, incentivar a los empleados por medio de capacitaciones, realizar campañas que tengan que ver con la protección del medio ambiente, buscar fuentes de financiación para la ampliación de las ferreterías, gestionar convenios con la parte gubernamental, dónde se involucren la creación de viviendas de interés social con el sector Ferretero.

## Referencias Bibliográficas

- Arellano, R. (2004). Comportamiento del consumidor. México. Editorial McGraw-Hill.
- Arias, F. (2003) El proyecto de investigación. Guía para su elaboración. Venezuela. Editorial Episteme.
- Artal, M. (2007). Dirección de ventas. España. Editorial ESIC.
- Ascanio, G. (2008). Marketing. Planeación estratégica de la teoría a la práctica. México. Editorial McGraw-Hill.
- Bavaresco, A. (2005). Proceso metodológico en la investigación. Venezuela. Ediluz.
- Diez de Castro, E. (2004). Administración de ventas. México. Editorial Limusa.
- Ernest, B. y Dorr, O. (2006). Gerencia de ventas. Argentina. Editorial McGraw-Hill.
- Federación Venezolana de Agencias de Publicidad. (2011). Inversión publicitaria en Venezuela 2011. Documento en línea. Disponible en: <http://www.slideshare.net/spotweb/informe-inversion2011>. Consulta: 28/09/2012.
- Ferrel, O.; Hartline, M. y Lucas, G. (2003). Estrategia de marketing. México. Editorial Thomson Editores.
- Fischer, L. (2005). Mercadotecnia. México. Editorial McGraw-Hill.
- García, L. (2007). Ventas. España. Editorial ESIC.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, L. (2006). Metodología de la investigación. México. Editorial McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2007). Dirección de marketing. México. Editorial Pearson.
- Lambin, J. (2006). Marketing estratégico. México. Editorial McGraw-Hill.
- McCarthy, J. y Perreault, W. (2004). Marketing: Enfoque global. México. Editorial McGraw-Hill.
- Parra, E. (2004). El Poder de las ventas. México. Editorial Panorama.
- Pride, W. (2005). Marketing. Decisiones y conceptos básicos. México. Editorial McGraw-Hill.
- Sainz, J. (2005). Gerencia y planificación estratégica de distribución de mercadeo. Colombia. Editorial Norma.
- Stanton, W.; Etzel, M. y Walker, B. (2004). Fundamentos de mercadotecnia. México. Editorial McGraw-Hill.

# **ANEXOS**

**ANEXO A FORMATO ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS DE  
FERRETERIAS**



**ENCUESTA A LAS FERRETERÍAS EN EL MUNICIPIO DE AGUACHICA,  
CESAR**



**Nit:**

**Nombre de la ferretería:**

**Nombre del representante legal:**

**Fecha de diligenciamiento de la encuesta:**

**ECONOMICO**

*1) ¿Cuál es el rango salarial que paga a sus empleados?*

1-2 SMLV

3-4 SMLV

5-6 SMLV

*2) Aproximadamente ¿Cuál es el monto mensual de ventas que logra en su ferretería?*

Menos de \$10.000.000

De \$15.000.000

De \$20.000.000

De \$30.000.000

Más de \$50.000.000

*3) ¿El sector ferretero dinamiza la economía del Municipio?*

Si

No

**4) *¿La empresa genera indicadores de los resultados de sus operaciones comerciales a nivel?***

Social

Ambiental

Económico

Todas las anteriores

**5) *¿La empresa vende accesorios metalmecánicos en el Municipio, cuáles son?***

Pisos

Techos

Construcción

Obras hidráulicas

Infraestructura

**6) *¿Paga a sus trabajadores riesgos laborales?***

Si

No

**7) *¿Cuáles son los ingresos mensuales que oscilan en la empresa?***

Menos de \$25.000.000

De \$35.000.000

De \$45.000.000

De \$55.000.000

Más de \$70.000.000

8) *¿Considera que la administración de la ferretería dentro de su gestión contempla estrategias publicitarias dirigidas al incremento de sus ventas, cuáles aplica?*

*Si*

*No*

*¿Cuáles?*

Radio

Prensa

Volantes

Televisión

Redes sociales

Otros

### ***LABORAL***

9) *¿Indique con cuántos trabajadores cuenta su empresa?*

De 1 a 3 trabajadores

De 4 a 5 trabajadores

De 6 a 8 trabajadores

De 11 a más trabajadores

10) *¿Cuenta con mujeres en su lugar de trabajo?*

Si

No

***11) ¿Cuenta con personal hombres en su lugar de trabajo?***

Si

No

***12) ¿Qué rango de edades tienen sus trabajadores?***

18 años a 24 años

25 años a 34 años

35 años a 44 años

45 años a 54 años

Más de 55 años

***13) ¿Es oportuna la empresa en el cumplimiento de los aportes parafiscales?***

Si

No

***14) ¿Sus trabajadores pertenecen a algunos de los siguientes grupos étnicos?***

Rom

Indígenas

Afrocolombiano-Negros

Afrocolombianos-Raizales

Mestizos

Ninguno

**15) ¿Con que tanta frecuencia se efectúa el nivel de rotación en la empresa?**

Nunca

Siempre

Algunas veces

**16) ¿Su empresa oferta productos nuevos e innovadores que sus clientes?**

Si

No

**17) ¿Considera que los productos que adquiere y vende son de buena calidad y satisfacen las necesidades de sus clientes?**

Si

No

**18) ¿En qué categoría se encuentra su empresa?**

Microempresa

Pequeña empresa

Mediana empresa

**ANEXO B FORMATO ENCUESTA APLICADA A TRABAJADORES DE  
FERRETERIAS**



**ENCUESTA A LOS TRABAJADORES DE LAS FERRETERÍAS EN EL  
MUNICIPIO DE AGUACHICA, CESAR**



*Nombre del trabajador:*

*Sexo:*

*Edad:*

*Fecha de diligenciamiento de la encuesta:*

**LABORALES**

*1) ¿Qué nivel de escolaridad tiene?*

Primaria

Secundaria

Técnica

Tecnológica

Profesional

Especialización

2) *¿Hace cuánto tiempo está laborando en la empresa?*

Tres meses

Seis meses

Un año

Dos años

Tres años

Más de cuatro años

3) *¿Su empresa le ofrece todas las prestaciones sociales a las cuales tiene derecho como trabajador?*

Si

No

4) *¿En la empresa donde se encuentra trabajando se logra percibir un buen clima laboral, compañerismo respeto para que pueda realizar de manera óptima sus labores diarias?*

Siempre

De vez en cuando

Nunca

Todas las anetrioers

5) *En una semana típica ¿Qué tan seguido se siente estresado en el trabajo?*

Poco

Bastante

Mucho

Nada

6) *¿Cuántos días de la semana labora?*

Siete días

Seis días

Cinco días

Cuatro días

7) *¿Qué tan satisfecho se encuentra con su empleo?*

Muy satisfecho

Satisfecho

Insatisfecho

8) *¿Recomendarías esta empresa a una persona que busca empleo?*

Si

No

**9) *¿Cuál es su opinión acerca de la gerencia?***

Excelente

Buena

Mala

Muy mala

## **ECONOMICOS**

**10) *¿Cuánto es el ingreso remunerado por su trabajo?***

Menos de \$700.000

\$800.000 a \$890.000

\$900.000 a \$990.000

\$1.000.000 a \$1.400.000

\$1.500.000 a \$ 1.900.000

Más de \$2.000.000

## **SOCIALES**

**11) *¿La empresa brinda capacitaciones constante para que sus trabajadores se encuentren en las óptimas condiciones para brindar un buen asesoramiento sobre su trabajo?***

Si

No

***12) ¿La empresa demuestra interés en el desarrollo personal de sus trabajadores?***

*Si*

*No*