



**SEDE MANABÍ
CAMPUS CHONE**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PYMES DEL SECTOR FERRETERO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL
EN LA CIUDAD DE CHONE**

**PREVIO AL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE Y LOCAL**

**SUBLÍNEA
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA
MOREIRA ALCÍVAR MARITZA CECILIA**

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
MGTR. ÁLVARO DANNY MENDOZA CEDEÑO**

**JULIO 2020
CHONE – MANABÍ – ECUADOR**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Mgr. Álvaro Danny Mendoza Cedeño

TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**CERTIFICA**

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

Mgr. Álvaro Danny Mendoza Cedeño

**TUTOR TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**

CC: 1310166648

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador aprueba el presente trabajo de integración curricular en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí

Mgr. María Gabriela Loor Marcillo
C.C. 1310198070
PRIMER LECTOR

PhD. Hilarión José Vegas Meléndez
C.C. 1758617730
SEGUNDO LECTOR

Mgr. Verónica Piedad Bravo Santana
C.C. 1310342330
TERCER LECTOR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad de la autora, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie

Chone, julio del 2020

(f): _____

Maritza Cecilia Moreira Alcívar

CC: 1314645985

Email: maramoreira97@outlook.com

Teléfono: 0983102442

DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR Y CO-AUTORÍA

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo

(f): _____

Maritza Cecilia Moreira Alcívar

CC: 1314645985

DEDICATORIA

Le doy gracias a Dios por estar siempre a mi lado, dándome muchas bendiciones y a la vez su protección a lo largo de mi vida.

A mis amados padres les dedico este trabajo de titulación, como contribución a darme su máximo esfuerzo, cuidado y apoyo constante sin ustedes no hubiera podido superar cada obstáculo que se ha presentado en mi vida y así poder cumplir mis metas.

Mis amigos más cercanos compañeros de clases los cuales me han acompañado en esta gran trayectoria de mi etapa de vida estudiantil solo queda mi más sincera amistad por su paciencia y apoyo incondicional que me han demostrado cada día.

Maritza Cecilia Moreira Alcívar

AGRADECIMIENTO

El principal agradecimiento es a Dios por darme su luz, apoyo constante y ser la más maravillosa guía en mi vida, al darme una familia espectacular llena de humildad, amor, sabiduría y tolerancia.

A las personas más importantes de mi vida que son el pilar fundamental para seguir esforzándome cada vez más como lo son mis padres los cuales han estado conmigo en esta grandiosa etapa apoyándome y alentándome cuando creía que no podía lograrlo solo me queda decir que estaré siempre agradecida, gracias queridos padres.

Agradecerle también de manera muy especial a mi tutor del trabajo de titulación Mgtr. Álvaro Danny Mendoza Cedeño, docente, amigo y en muchas ocasiones una guía no solo en la trayectoria del proceso de la investigación sino en toda mi carrera universitaria, gracias Economista.

A la PUCE Manabí, campus Chone por haberme dado la oportunidad de poder estudiar mi carrera profesional Administración de Empresas y ser partícipe de ser una de sus afortunadas estudiantes.

Doy gracias también a los diferentes propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone por la colaboración de la muy importante información que me compartieron siendo de gran utilidad para concluir mi trabajo de titulación.

Maritza Cecilia Moreira Alcívar

PYMES DEL SECTOR FERRETERO EN CHONE

Resumen

Esta investigación mixta analizó las pequeñas y medianas empresa –pymes - del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo en la ciudad de Chone. Actualmente, en el mercado local existen 21 ferreterías, cuyos propietarios deben enfocarse en la aplicación de técnicas y estrategias acordes a la realidad y perspectivas de crecimiento que les permita captar nuevos clientes. Consecuentemente, esta investigación tuvo una duración de 30 días entre febrero y marzo de 2020; la recolección de datos se dio mediante una guía de preguntas obtenidas a través de información bibliográfica, y se diseñó un modelo de encuesta para los propietarios ferreteros de las 21 pymes registradas legalmente en el Servicios de Rentas Internas (SRI). Entre los resultados más relevantes, se destaca que el sector ferretero del mercado local mantiene similitud considerando el tipo de productos que oferta y presenta un crecimiento constante en lo que a construcción inmobiliaria se refiere, generando la apertura de las pymes dedicadas a la venta de estos artículos. Los resultados de la encuesta demuestran que la estrategia de venta más aplicada por siete ferreterías es la promoción de ciertos productos, destacándose que algunas de ellas la destinan exclusivamente a clientes fijos. Se concluye que, aunque la mayoría de las ferreterías se caracterizan por vender todo tipo de materiales de construcción, otras se caracterizan por vender pinturas, equipos y productos para jardinería, cerrajería y fontanería, teniendo una evaluación mediante indicadores de gestión y control financiero.

Palabras clave: economía, desarrollo económico y social, industria, producto

industrial

SMEs IN HARDWARE STORES IN CHONE

Abstract

This mixed research study analyzed the small and medium-sized enterprises –SMEs- in local hardware stores and their impact on the development of Chone. Nowadays, there are 21 hardware stores in the local market, whose owners must focus on the application of techniques and strategies according to consumer reality and growth prospects that let them attract new customers. Hence, this research study was carried out over a thirty-day period from February through March 2020; data were collected by means of a guide of questions gotten from several bibliographic resources, and a survey model was designed for owners of hardware stores of the 21 SMEs that are registered with the Internal Revenue Services (SRI, for its initials in Spanish). Among the most significant results, it is emphasized that the hardware stores of the local market bear similarities regarding the type of products they offer; they also have a constant growth as to real estate and construction, generating opportunities to start SMEs that sell these kinds of products. The findings of the survey show that the most common sales strategy used in seven hardware stores is the promotion of some products, which in some cases is exclusive to loyal customers. It is concluded that although most of the hardware stores sell all kinds of building materials, other ones sell different types of paint, gardening tools and equipment and locksmithing and plumbing products, having an evaluation through management and financial control of performance indicators.

Keywords: economy, economic and social development, industry, industrial product

Maritza Cecilia Moreira Alcívar

maramoreira97@outlook.com

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	iv
DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR Y CO-AUTORÍA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
TABLA DE CONTENIDOS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
INTRODUCCIÓN	1
Origen y evolución de las PYMES en Ecuador	5
Sector ferretero en el Ecuador.....	11
Población económicamente activa por rama de actividad en Chone	14
El sector ferretero en la ciudad de Chone	15
OBJETIVOS.....	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos.....	19
MATERIALES Y MÉTODOS	20
Tipo de investigación.....	20
Diseño de la investigación.....	21
Técnicas de investigación.....	21
Técnicas de procedimiento para análisis e interpretación de datos	22
RESULTADOS.....	23
DISCUSIÓN.....	34
CONCLUSIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de las PYMES en el Ecuador	10
Tabla 2 Métodos y técnicas de investigación	21
Tabla 3 Pymes del sector ferretero en la ciudad de Chone	22
Tabla 4 Productos y servicios.....	23
Tabla 5 Principales clientes	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ferretería el nuevo ferretero	45
Figura 2 Ferretería Acosta.....	45
Figura 3 Ferretería El foco	46
Figura 4 Ferretería MZ.....	46
Figura 5 Ferretería Ferretodo	47
Figura 6 Ferretería El cable.....	47
Figura 7 Grupo “BSD”	47
Figura 8 Ferretería Rivera	48
Figura 9 Ferretería “JJ”	49
Figura 10 Ferretería Pepita.....	49

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Conformación del Directorio de Empresas y Establecimientos.....	4
Gráfico 2 Estructura de empresas por sector económico	6
Gráfico 3 Participación de empresas por sector económico año 2018.....	8
Gráfico 4 Participación de empresas según provincias año 2018	9
Gráfico 5 Participación de empresas según su tamaño año 2018	9
Gráfico 6 Participación de las empresas en el sector de la construcción	14
Gráfico 7 Principales actividades económicas según ocupación por PEA en el cantón Chone.....	14
Gráfico 8 Principales clientes.....	26
Gráfico 9 Estrategias para fidelizar a los clientes	27
Gráfico 10 Atención al cliente	28
Gráfico 11 Productos más solicitados.....	29
Gráfico 12 Tipos de ventas.....	30
Gráfico 13 Estrategias de ventas	31
Gráfico 14 Gestión administrativa	32
Gráfico 15 Acciones para incrementar los ingresos económicos.....	33

PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone

INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, las pequeñas y medianas empresas representan un segmento importante en el sector privado, siendo en ocasiones, la única fuente de trabajo e ingresos para familias de escasos recursos, contribuyendo al progreso de los países en vías de desarrollo, a la reducción de la pobreza, mayor productividad e innovación, así como también a igualdad y equidad social (Cusme Ortiz, 2019, pág. 18)

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son un componente fundamental del tejido empresarial en América Latina. Esta importancia se manifiesta en varias dimensiones como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo. Ello se contrapone a una participación al Producto Interno Bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea (UE) donde las MIPYMES alcanzan, en promedio, el 56% (Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2018)

Por su parte Peña & Vega (2017) manifiestan que el “sector de PYMES en el Ecuador es un elemento dinamizador de la economía, puesto que el 99% del total de establecimientos a nivel nacional ejercen actividades de pequeña y mediana empresa. Es notable el aporte del sector ferretero en la lucha por el desempleo, según datos del Censo Económico las PYMES en el año 2010 generaron el 75% del empleo a nivel nacional”

De acuerdo a datos proporcionados por la CEPAL (2018) las economías formales de las MIPYMES representan el 99,5% de las empresas de la región y la gran mayoría son microempresas (88,4% del total). Esta distribución se ha mantenido relativamente estable a lo largo de la última década, aunque ha habido un incremento relativo de las pequeñas y medianas empresas y una ligera reducción de las microempresas.

El sector de la construcción en el Ecuador en el último año ha bajado su actividad, debido a la disminución en la colocación de créditos y menor confianza para el endeudamiento a largo plazo, sin embargo después de lo acontecido por el terremoto del 2016 varias provincias han tenido un aumento en la demanda de materiales metalúrgicos y de ferretería en general, principalmente en la provincia de Manabí donde el gobierno ha incentivado el desarrollo de proyectos inmobiliarios de viviendas de interés social, para los damnificados por el terremoto (Proaño, 2017)

Este estudio se basa en las PYMES del Ecuador y específicamente del sector ferretero en la ciudad de Chone, donde todos los días hay múltiples pequeños negocios, que desean expandirse y posicionarse en el mercado, pero su entorno es muy diferente, debido a que su estabilidad es a corto plazo, esto se debe a la competencia agresiva que hace que muchas de las empresas no permanezcan indefinidamente.

Finalmente, la presente investigación titulada PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone, se enfoca en analizar las PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone, determinando el crecimiento de estos pequeños negocios todo ello a través de la implementación de los diferentes métodos y técnicas de investigación para la recolección de datos planteados.

Las pequeñas y medianas empresas son agentes importantes en las economías de América Latina por su aporte al empleo y a la reducción de la desigualdad, así como por su potencial de desarrollo innovador. Por estas razones, deberían ocupar un papel destacado en el diseño y en la implementación de políticas que fomenten empleo, lo que, sin embargo, con frecuencia no ocurre. En América Latina las microempresas son el 88% de las empresas formales, aportan el 27% del empleo y apenas el 3,2% de la producción. Mientras que en la Unión Europea se trata del 93% de las empresas, el 30% del empleo y el 20% de la producción (Ferraro, Collao, Zuleta, & Zevallos, 2011)

Hoy en día, las empresas se desarrollan en un entorno de constantes cambios es por eso la importancia de realizar un análisis de las PYMES del sector ferretero determinando así la incidencia que ha tenido en el desarrollo local y su crecimiento.

Por ello es interesante conocer estas variaciones debido a que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar competitividad y de esta forma obtener un nivel de crecimiento considerable todo esto se debe a que las PYMES constituyen una parte significativa de la economía mundial.

Esta situación refleja las características de las microempresas (y de una parte de las PYMES, también) de la región, es decir empresas que operan en mercados locales, que dependen de la evolución de la demanda interna, en sectores con bajas barreras a la entrada y salida, con tasas elevadas de natalidad y mortalidad y que, muchas veces, responden más a estrategias de autoempleo y sobrevivencia que a una dinámica de desarrollo empresarial (Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2018)

Los aspectos considerados tienen consecuencias muy importantes para la productividad y las perspectivas de crecimiento económico de la región, ha sido analizada en muchas oportunidades y por mucho tiempo creciente, brecha de la productividad de la región respecto a la frontera internacional, ha sido evidenciada claramente como uno de los aspectos más problemáticos para el crecimiento económico de Ecuador (Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 2018)

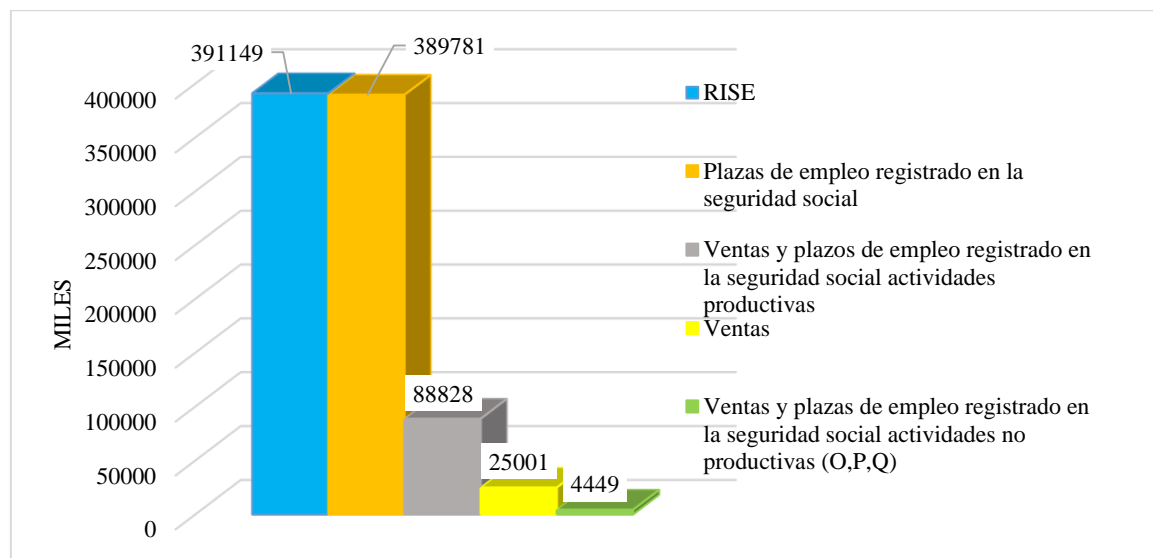
Por ello es interesante conocer estas variaciones debido a que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar competitividad y de esta forma obtener un nivel de crecimiento considerable todo esto se debe a que las PYMES constituyen una parte significativa de la economía local, nacional, internacional y mundial.

Según Peña & Vega (2017), en el Ecuador, las empresas que se dedican a la construcción y acabados de la construcción, en los últimos años ha existido un incremento del 46.8%, este crecimiento ha causado que se pinten dos escenarios; por un sector, tenemos la formación de nuevas empresas cuyo papel económico depende del sector ferretero, y por otro, el rápido desarrollo de las PYMES existentes en función de las nuevas demandas del sector.

En relación a datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – INEC (2019)) en el año 2018 en Ecuador existen 899.208 empresas que comprenden unidades económicas que registraron alguna de las siguientes condiciones: 1) Ventas en el SRI, 2) Plazas de empleo registrado en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social -IESS, 3) Perteneciendo al RISE pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI, y de las cuales 816.553 empresas (91,00%), presentan solo información de ventas; son principalmente microempresas y pequeñas empresas unipersonales o familiares cuyo flujo de ingresos es irregular como en los sectores de la construcción, comercio minorista e inmobiliarias, por su naturaleza no necesariamente registran plazas de empleo en el IESS.

Gráfico 1

Conformación del Directorio de Directorio de Empresas y Establecimientos – DIEE 2018



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – INEC (2019)

El Ecuador desde sus inicios se ha caracterizado por tener una economía primario-exportadora, considerándose proveedora de materias primas a nivel internacional e importadora de bienes y servicios de alto nivel tecnológico, generando una vulnerabilidad de precios ante otros países, dando como resultado una mayor explotación de recursos con el fin de mantener el nivel de ingresos necesario para satisfacer las necesidades de los ciudadanos; por esta razón, el gobierno de la Revolución Ciudadana, liderado por el Economista Rafael Correa, impulso desde los inicios de su mandato en el año 2006 la transformación de la Matriz Productiva del Ecuador, siendo uno de los retos más importantes y ambiciosos para el país,

el mismo que permitirá impulsar industrias estratégicas como la minería, hidrocarburos, siderúrgica, metalúrgica, petroquímica, entre otras; mediante la creación de un modelo democrático fundamentado en el conocimiento y talento humano de los ecuatorianos; enfocando sus esfuerzos en generar empleo de calidad, erradicar la pobreza y alcanzar el Buen Vivir.

¿Cómo inciden las PYMES del sector ferretero en el desarrollo local de la ciudad de Chone?

Origen y evolución de las PYMES en Ecuador

Datos del INEC (2019) expresan que las microempresas representan el 90,81% de negocios en Ecuador. Además, manifiesta que según su tamaño: Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas predominante en el país, es el sector económico de servicios con una participación del 42,66%, es decir, tienen la mayor cantidad de empresas en el país. Otro sector que predomina con 34,93% son las actividades comerciales. La estructura de empresas por sector económico se encuentra distribuido de la siguiente manera: Servicios; comercio; agricultura ganadería, silvicultura, y pesca; industrias manufactureras; construcción; explotación de minas y canteras.

Dichas entidades enfrentan desafíos constantes que llegan a constituirse amenazas para su existencia debido a la ausencia de aprendizaje, capacitación y prácticas de nuevas formas de administración; por lo que se requiere una intervención inmediata con el fin de promover el emprendimiento y desarrollo de empresas familiares que tengan como visión de trascender generaciones tras generaciones.

Según los autores Jácome & King (2013) en la economía nacional, las fortalezas de las PYMES se concentran en 2 puntos importantes que se detallan a continuación:

- a) Su contribución a la economía, donde representan el 90% de las unidades productivas, generan el 60% del empleo, participan en el 50% de la producción, y crean casi el 100% de los servicios que un ecuatoriano usa en un día, por ejemplo: tiendas, restaurantes, etc.

- b) Su capacidad de adaptación y redistribución, al no contar con muchos trabajadores, las PYMES tienen estructuras organizacionales que se adaptan más rápidamente a los cambios de la economía y al posicionamiento de los estratos socioeconómicos media hacia abajo en el PIB.

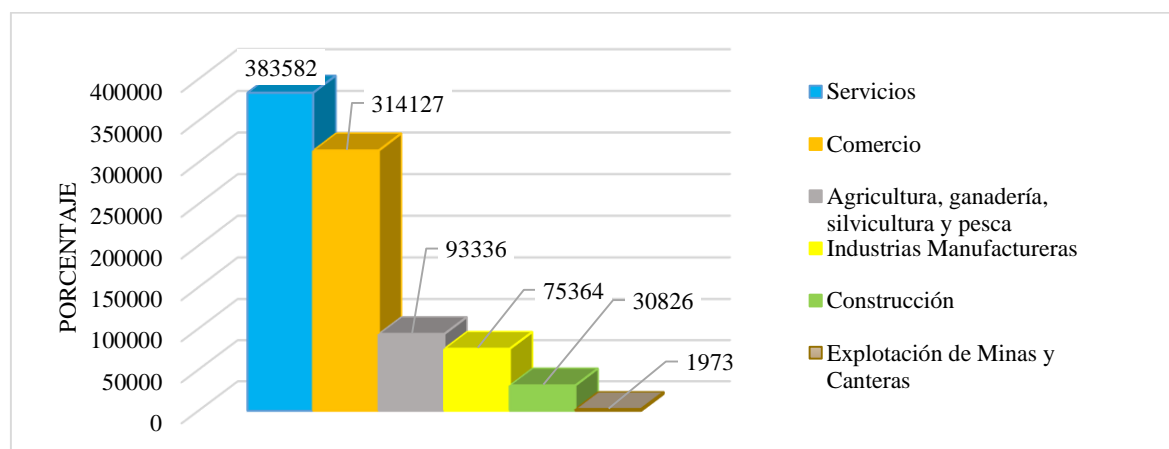
Los puntos críticos de las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador, en que no han avanzado son dos aspectos fundamentales: compra de maquinaria de primera generación (mantienen insertados programas computarizados en sus máquinas); y, que sus áreas financieras y de venta no trabajan con software que optimicen sus tiempos de trabajo, logrando de esta forma minimizar costos para maximizar utilidades.

El Ecuador cuenta con una gran cantidad de PYMES en las áreas comercial, de servicios o industrial, las mismas que son fuentes de empleo. Por su relevancia en el mercado comercial y laboral en el país, acaparan un rol muy importante en la economía. Sin embargo, presentan también algunas dificultades a nivel global como local a lo largo de los años.

En base al estudio macroeconómico realizado por el INEC (2019) las actividades que aportan significativamente al PIB en el país son: servicios (42,66%), comercio (34,93%), agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (10,38%), industrias manufactureras (8,38%), y en menor aporte se encuentran las actividades de construcción (3,43%), explotación de minas y canteras (0,22)

Gráfico 2

Estructura de empresas por sector económico



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – INEC (2019)

En la actualidad, las PYMES que se encuentran en el mercado se presentan en todas formas y dimensiones, ya sean sociedades o de un solo propietario, tienen libertad de desarrollar cualquier tipo de actividad, bien sea de producción, comercialización o prestación de servicios, donde se busca una utilidad. Según información del Estudio de Gestión Competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la República del Ecuador, en el país las PYMES representan el 95% de las unidades productivas (Jácome & King, 2013)

Conceptualización de PYMES

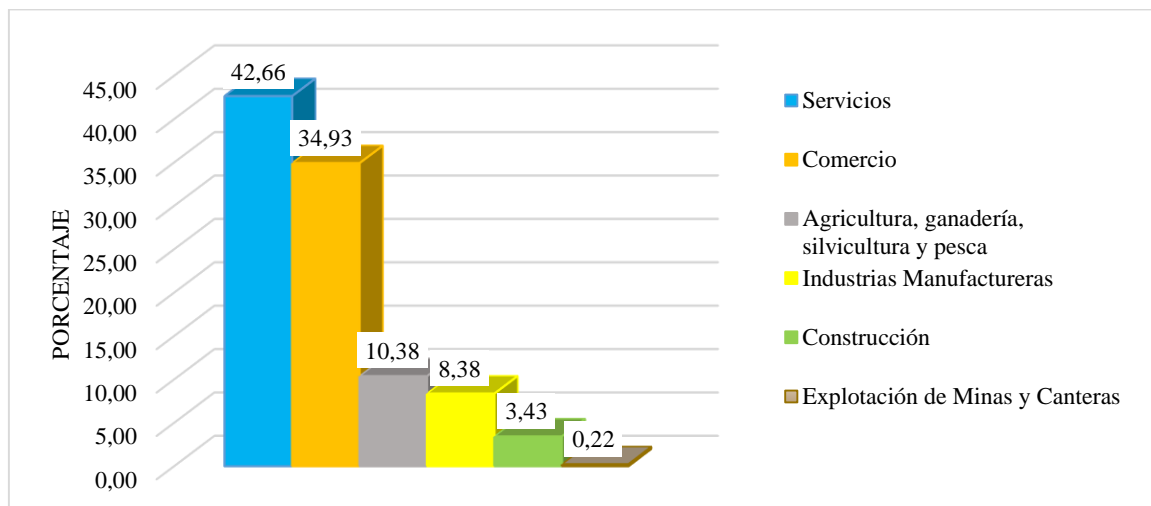
Según los autores Cardozo, Velásquez de Naime, & Rodríguez Monroy (2012) el concepto de PYMES difiere en sus siglas en pequeños espacios de un país con otro, ya que si bien es cierto la base de las pequeñas y microempresas acoge los mismos elementos, dependerá del nivel de desarrollo de cada nación para poder establecer igualdad o desigualdad en las mismas. Por ejemplo, una empresa pequeña en Suiza puede ser una grande en Ecuador”

Según el Servicio de Rentas Internas – SRI (2017) se consideran PYMES al “conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas”; en Ecuador dichas entidades se desarrollan en diferentes actividades económicas como son:

- Comercio al por mayor y menor,
- Servicios comunales, sociales y personales;
- Industrias manufactureras diversas,
- Construcción;
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones;
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas; y,
- Pesca, agricultura y silvicultura.

Gráfico 3

Participación de empresas por sector económico año 2018



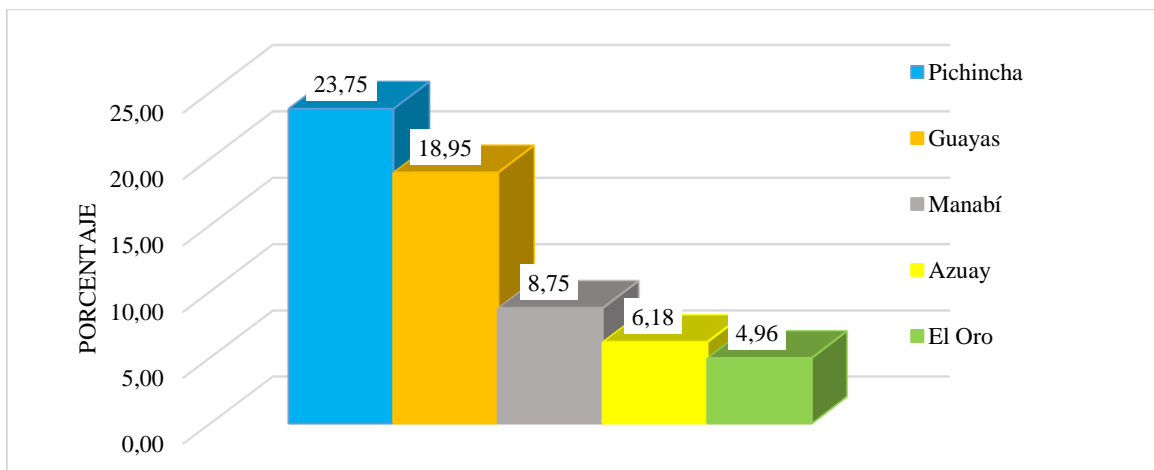
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – INEC (2019)

A nivel de grandes sectores económicos, los Servicios incluyen las actividades de: Suministro de Electricidad, Gas, Vapor; Agua, Alcantarillado, Desechos y Saneamiento; Transporte y Almacenamiento ; Alojamiento y Servicios de Comidas; Información y Comunicación; Actividades Financieras y de Seguros; Actividades Inmobiliarias; Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas; Servicios Administrativos y de Apoyo; Administración Pública y Defensa; Enseñanza; Atención a la Salud Humana y de Asistencia Social; Artes, Entretenimiento y Recreación y Otras Actividades de Servicios.

De acuerdo a las cifras emitidas por el INEC (2019), las cinco principales provincias concentran el 62.58% de empresas en su gran mayoría en las provincias de Pichincha, Guayas, Manabí, Azuay y El Oro, tal como lo muestra el siguiente gráfico:

Gráfico 4

Participación de empresas según provincias año 2018

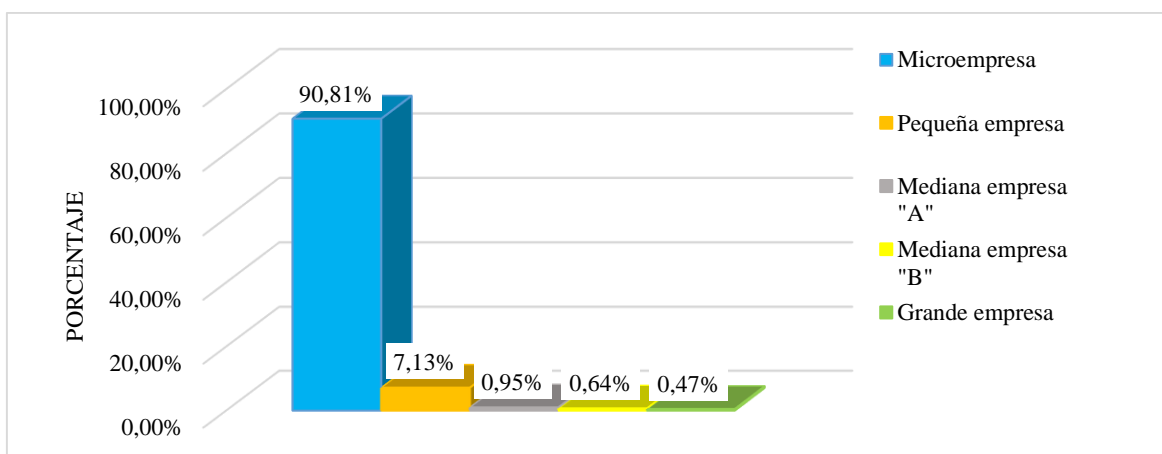


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – INEC (2019)

En Ecuador, las pequeñas y medianas empresas son consideradas actores fundamentales en la generación de riqueza y empleo. Actualmente son las protagonistas de una transición importante hacia el desarrollo del sector empresarial tanto nacional como internacional debido a que la familia es el primer eslabón en la cadena de la sociedad, y la ayuda que ofrecen las PYMES ecuatorianas a estos hogares significativamente, debido a que los trabajos llevados a cabo en las mismas son remunerados y por ende la economía de los hogares se ve solventada (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017)

Gráfico 5

Participación de empresas según su tamaño año 2018



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – INEC (2019)

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros estipula la siguiente clasificación y se ordena en base al tamaño de la Compañía, como lo define el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones:

Tabla 1
Clasificación de las PYMES en el Ecuador

N°	CLASIFICACIÓN	TRABAJADORES	VENTAS ANUALES (USD)
01	Microempresa	1 – 9	Ingresos menores a \$100.000,00
02	Pequeña empresa	10 – 49	Ingresos entre \$ 100.001,00 a 1'000.000,00
03	Mediana empresa	50 – 199	Ingresos entre \$ 1'000.001,00 a 5'000.000,00
04	Empresa grande	Más de 200	Ingresos superiores a 5'000.001,00

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020)

Desarrollo local

Las primeras formulaciones, coinciden con un período de crisis económico en Europa en los años setenta, siendo una propuesta directa de los agentes locales a los nuevos desafíos dados por la reestructuración y ajuste económico, encaminándose a buscar soluciones alternativas en su entorno, con recurso propio y constituyéndose en promotores del desarrollo entre los gobiernos locales. La vertiente del desarrollo va más allá del crecimiento y riqueza material (Muiños & Cortegiano, 1998)

Ferreterías

Se denomina ferretería al local destinado a la venta de productos metálicos y de otro tipo que resultan útiles para el desarrollo de tareas de construcción, reparación y bricolaje (Pérez & Merino, 2020)

Sector ferretero en el Ecuador

Según Morán (2019) la época de crisis por la que atraviesa actualmente el sector de la construcción, ha ayudado a sacar lo mejor de cada persona y los ferreteros no son la excepción, varios representantes de este gremio han encontrado en las industrias, y en las empresas constructoras, nuevas oportunidades de negocios, no estaban dispuestos a seguir esperando a que las ventas llegaran a su ferretería.

Para atacar a este nicho de mercado los ferreteros visitan diversas compañías con vendedores propios o a través de canales digitales, al darse cuenta de que estos nuevos clientes demandaban productos y servicios distintos, debieron capacitarse en temas técnicos y buscar proveedores que les den ese soporte diferenciado como asesoría y capacitación a sus empleados y vendedores, servicio postventa, entre otros.

Esto nos ha obligado a los importadores y distribuidores a realizar una gestión diferenciada con los ferreteros, donde les garantizamos vender sus productos de forma rentable y sin riesgo a un futuro reclamo por mala asesoría. De esta forma, la especialización supone tener clara la propuesta de valor que se debe ofrecer a cada cliente y definirla. Es decir, reducir la complejidad a la sencillez y añadirle valor, que es lo que realmente aprecia el cliente

En Ecuador, cerca del 80% de las ferreterías son generalistas, en las que se puede encontrar desde clavos y rodillos, hasta un compresor o una bomba sumergible. El 20% restante optó por alguna de las siguientes especializaciones:

Así, la especialización le permitirá al ferretero ofrecer a sus clientes buenos precios y asesoría, además de contar con una red de talleres autorizados que respalden los productos que comercializa. Por ejemplo, mientras en una ferretería generalista, el cliente encontrará un portafolio reducido de herramientas eléctricas, en las ferreterías especializadas encontrará soluciones integrales, con el plus de asesoría y soporte post venta que la red de talleres autorizados de la marca le otorgue. Le apostamos a esto para que el público sienta que cuenta con un respaldo, que no solo es comprar la herramienta, sino que, además, le damos la seguridad de que su elección fue adecuada, y de ser necesario, tendrá garantía, encontrará repuestos y recibirá el soporte para mantenimiento (Morán, 2019)

Las ferreterías se caracterizan por ser establecimientos comerciales dedicados a la venta de productos y herramientas para la construcción, arreglo y mantenimiento de viviendas. A diferencia de otras actividades, el sector ferretero no se encuentran en la medición del Producto Interno Bruto del país, debido a ello no existe información detallada sobre dicho segmento, sin embargo, al vincularse directamente con el sector de la construcción se considera el crecimiento del mismo para realizar estimaciones sobre el comportamiento y evolución de las entidades dedicadas a la compra y venta de herramientas de ferretería.

Después de un complejo año marcado por la reducción de la liquidez de la economía, la dificultad de conseguir financiamiento externo a buenas condiciones y de mantener el crecimiento de la economía pese a la necesidad de ajuste. Ecuador cerró el año 2018 con un crecimiento del 1.1%, al cierre del tercer trimestre del año anterior, el crecimiento de la economía se establece en 1.4% (Banco Central del Ecuador, 2018)

Según Mundo Constructor (2020) la desaceleración económica en Ecuador es una realidad que todo el entorno empresarial debe afrontar. Las condiciones para hacer negocios ya no son las mismas de hace cinco años atrás, basta observar por encima las cifras macro para saber que aún no se encuentra el camino hacia un crecimiento sostenido. El año pasado el país cerró con un incremento en su economía del 1 %. Para este año, la CEPAL y el FMI esperan un crecimiento entre 0,9 % y 0,7 %, respectivamente, visualizando un panorama económico todavía complejo.

En medio de este laberinto, hay sectores que deben encontrar la forma de sobreponerse a las adversidades. La construcción es un buen ejemplo, ya que después de varios años de un crecimiento importante, tuvo que atravesar por un período de recesión profunda, entre 2015 y 2017, para volver a crecer nuevamente en 2018 con cifras al tercer trimestre de 1,2 %.

La construcción es un sector vital para Ecuador, pues es la responsable de generar uno de los valores agregados más importantes en la economía local, con un aporte del 11,6 % del PIB del país, y el 8 % del total de ingresos de las empresas nacionales. Pese al crecimiento, los desafíos del sector no han desaparecido, ya que, para sostener este desempeño, requiere que se mantenga la liquidez y el crédito en la economía, y que la inversión pública en proyectos constructivos no sufra un recorte muy significativo.

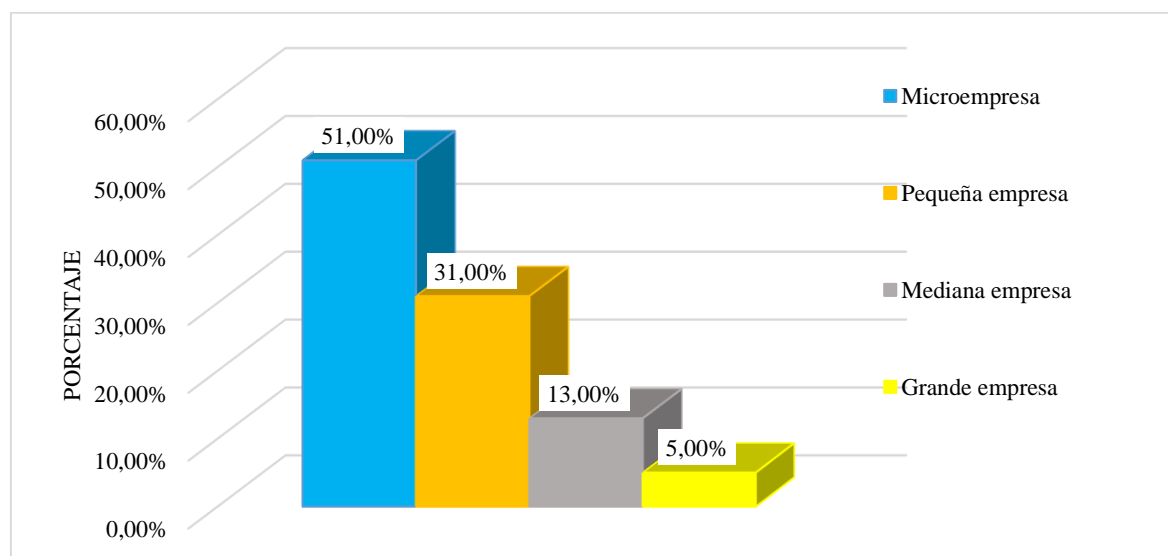
De esta forma, el programa de vivienda de interés social y público Pro Hábitat, del Banco de Desarrollo del Ecuador (BDE), otorga créditos de hasta USD 90.000, con un interés del 6 % hasta 15 años plazo y 36 meses de gracia. De su lado, la CFN oferta créditos para constructores en general, con tasas de interés desde 5,5 % hasta cinco años plazo. Asimismo, el Banco del Pacífico reportó que durante 2018 los préstamos para construcción aumentaron en un 68 % en comparación a 2017. En ese sentido, las inversiones y estrategias que desarrollen las grandes empresas constructoras serán vitales para que el sector pueda mantenerse con datos de crecimiento hasta fin de año. (Mundo Constructor, 2020)

Los efectos de la ley de ‘Fomento Productivo y Estabilidad Fiscal’, se sintieron durante el año y la remisión de los intereses de las deudas con el sector público, permitió incrementar los niveles de recaudación los últimos meses del año 2018.

El cambio de expectativas de los agentes económicos, el crecimiento del crédito al sector inmobiliario y la eliminación de la ‘Ley de Plusvalía’, son los factores que inciden en este crecimiento, puesto que nuevamente los agentes están considerando a los bienes inmuebles como inversión de reserva de valor. A continuación, se identificará la composición de las empresas dedicadas al sector de la construcción:

Gráfico 6

Participación de las empresas en el sector de la construcción



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2016)

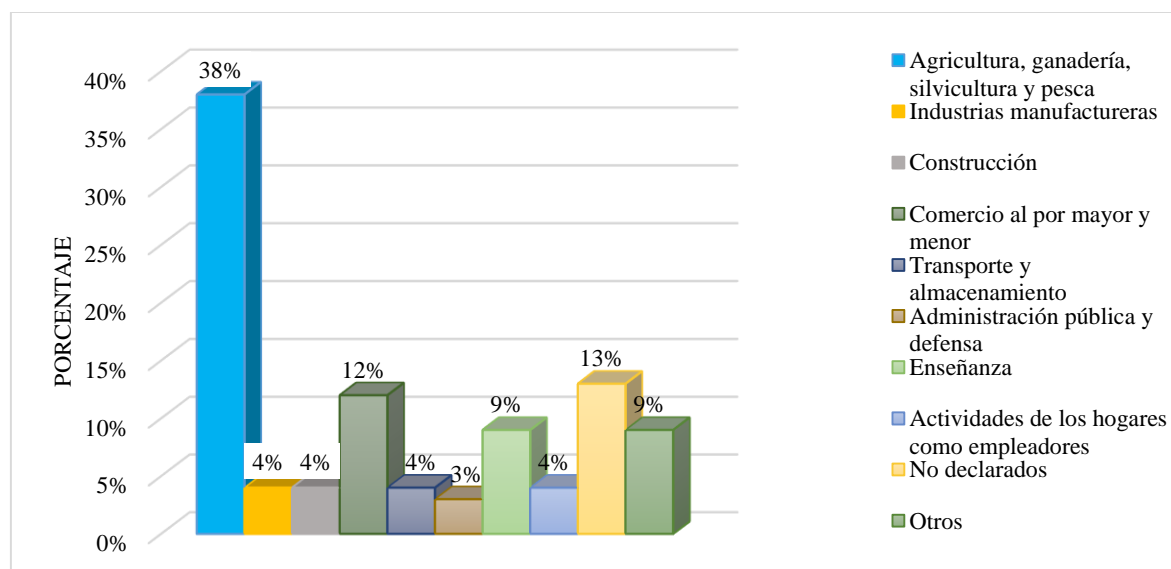
Población económicamente activa por rama de actividad en Chone

De acuerdo a la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2020) la población del cantón es de 131.002 personas. La densidad poblacional se proyecta alrededor de 42 personas por km², con respecto a la provincia de Manabí se estima que representa el 8,39% de la población total. El 51% (66.811) de la población total del cantón Chone es rural y la edad media de la población es de 28 años, población joven en edad económicamente activa, encontrándose que por ausencia de empresas y fuentes de trabajo en su mayoría emigren a otras ciudades.

Del total de la población en edad económicamente activa, el 44,09 % realiza alguna actividad, de los cuales el 91,28% están ocupados, es decir, efectivamente desempeña un trabajo remunerado; mientras que el 8,72 % no se encuentran laborando. Por otra parte, en el área rural existe un menor porcentaje de población activa con un 36,55% mientras que la inactiva representa un 63,45%. De acuerdo a los datos estadísticos podemos mencionar que en el cantón Chone el nivel de desocupación es bajo, tanto en el área urbana con 8,72% como en el área rural 4,08% (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone, 2014-2019)

Gráfico 7

Principales actividades económicas según ocupación por PEA en el cantón Chone



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone (2014-2019)

Por tal motivo el presente estudio busca tener un enfoque de la realidad que viven las PYMES del sector ferretero, especialmente como ha sido su contribución económica y el impacto que estas PYMES han tenido en el desarrollo local de la ciudad, basado en estudios previos sobre este sector ferretero, se ha establecido que existe una gran demanda de estas pequeñas empresas ubicadas en la ciudad de Chone, por lo tanto, se decidió enfocar el estudio en este lugar, buscando así tener una visión más cercana de su incidencia y la contribución económica que han tenido estos negocios, logrando una gestión eficiente de las PYMES que garantice la estabilidad laboral de los colaboradores y de sus familias.

Por lo que, la investigación sobre el análisis de las PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone, se considera factible al estar posesionado dicho sector y en donde se proporcionará la información necesaria la cual será de beneficio tanto para la población como para los propietarios de estos pequeños y medianos negocios.

Finalmente, la investigación también generará interés en la comunidad, porque se explicarán los diferentes conceptos y teorías que giran en torno al tema sobre el potencial que las ferreterías y su representación en la economía local, pero también se podrá determinar el crecimiento de estos pequeños negocios y además evaluar el aporte económico que han tenido las PYMES del sector ferretero en la ciudad de Chone.

El sector ferretero en la ciudad de Chone

La economía del cantón Chone, provincia de Manabí se encuentra enfocada en distintas actividades económicas entre las principales se encuentran el comercio y la construcción, por ser el que mayor aporte generan al desarrollo local (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Chone (2014-2019)

La ciudad de Chone mantiene un crecimiento constante en lo que ha construcciones inmobiliarias se refiere, lo que ha generado la apertura de PYMES dedicados a la venta de productos de ferretería. La concentración poblacional se caracteriza por ser un proceso de aumento de la población en zonas tanto urbanas como rurales, donde las ciudades (pueblos) más grandes concentran población a expensas de las más pequeñas.

La migración interna tiene efectos directos en los procesos de urbanización y se ha visto influida por la mecanización de la agricultura, la concentración de la propiedad rural y el escaso dinamismo del sector agrícola tradicional. Es decir, las ventajas comparativas sociales y económicas entre el campo y la ciudad, así como entre las áreas menores y las grandes capitales, han incidido en los comportamientos migratorios, sus variaciones espacio temporales y sus características específicas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone, 2014-2019)

En general, la mayoría de la población se concentra en zonas donde existe disponibilidad de servicios básicos, infraestructura educación y salud; de preferencia con cercanía o con buena accesibilidad. De tal manera que, la concentración de la población en el cantón Chone está en la parte centro sur cerca de la cabecera parroquial Chone, San Antonio y Canuto.

Este fenómeno se da ya que un gran porcentaje de la población se dedica a la agricultura, y la cercanía a la urbe es un punto clave para la venta de sus productos. Por otro lado, existe menor concentración poblacional se dan en parroquias más lejanas a la urbe como Chibunga y Convento e influenciada por el mal estado de vías, y la poca accesibilidad que tienen para desarrollar sus trabajos.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Chone (2014-2019) menciona que la mayor parte del territorio del cantón Chone se encuentra en zonas bajas y propicias a inundaciones en el invierno lo cual provoca la pérdida de cultivos y la inaccesibilidad a los centros educativos y de salud. Aunque, la cabecera cantonal también es zona inundable existen mejores procesos para combatir el fenómeno, mientras que en los sectores alejados en invierno la situación es bastante complicada.

En Chone, surgen múltiples pequeños negocios todos los días, pero la permanencia en el mercado de algunos de estos pequeños negocios es a corto plazo, esto se debe a una competencia agresiva, lo que significa que muchas de las pequeñas empresas no permanecen indefinidamente. Esta situación se crea por problemas, ya sean internos o externos, que los han llevado a reducir su competitividad y la poca estabilidad en el mercado de productos, bienes y servicios.

Por ende, es necesario que los microempresarios asuman grandes desafíos, los mismos que les permiten incorporarse a nuevos nichos de mercados para obtener resultados importantes como el desarrollo económico del cantón y el país, para esto el estado ecuatoriano ofrece diferentes herramientas que los ayudan a impulsar, capacitar y crear alianzas estratégicas entre proveedores y solicitantes. Las ferreterías de la ciudad de Chone mantienen una similitud en cuanto a los tipos de productos que expende, diferenciando más por el tamaño de su empresa y por la especialización en la venta de ciertos materiales.

En lo que se refiere a este sector, el año 2018 después de 3 años de una marcada recesión, marcó un año de recuperación, obteniendo en los tres trimestres del año un crecimiento, que, aunque leve, permite establecer que este sector cerrará el 2018 con un crecimiento de alrededor de 1%. En el año 2018, se mantuvieron las condiciones de crecimiento pese a la desaceleración de la economía, en la medida que se logre mantener la liquidez y el crédito (Banco Central del Ecuador, 2018)

En el año 2019, la ciudad de Chone cuenta con 21 ferreterías, donde mantienen una similitud en cuanto a los tipos de productos que ofrecen, diferenciándose solo por el tamaño de su PYMES y por especialización en la venta de ciertos materiales, artículos e insumos requeridos en el sector de la construcción, así como también accesorios y demás productos que sirven para el mantenimiento y decoración de espacios internos y externos.

Se ha podido apreciar que el aporte al desarrollo local por las ferreterías incidió proporcionalmente en el crecimiento económico de las PYMES dedicadas a este sector, a medida que las aplican en atención al cliente y los métodos empleados para mantener fidelización de los clientes mediante relaciones comerciales a largo plazo.

Análisis de la situación actual y su incidencia en el desarrollo local de las ferreterías en la ciudad de Chone.

a) Análisis externo

- **Político-Jurídico.** - La constitución garantiza el trabajo libre de los ciudadanos. Bajo este marco legal, cualquier persona puede establecer un negocio de ferretería, debiendo cumplir con las leyes y reglamentos pertinentes a su actividad.
- **Económico.** - El crecimiento del sector de la construcción incide en el incremento de las ventas en las ferreterías, sin embargo, ciertas construcciones permanecen en obra muerta porque sus propietarios no cuentan con los recursos para culminarlas.
- **Socio-Cultural.** - El entorno socio-cultural no repercute en las ventas de las ferreterías.
- **Tecnológico.** - La permanente innovación tecnológica ha aportado para que se incluyan productos modernos dentro de su oferta a los clientes. De igual forma, apoya el manejo correcto de la actividad interna, con equipos y programas informáticos.
- **Ecológico.** - Existen clientes que compran productos amigables con el ambiente convirtiéndose así en clientes fieles de las ferreterías que ofertan estos productos.

b) Análisis interno

- **Recursos Humanos.** - Los propietarios de las ferreterías tienen colaboradores para su actividad. Su número varía entre 1 y 8 empleados. Ciertos demuestran desconocimiento de las características de productos y las opciones para sustituirlos.
- **Productos.** - Los productos que ofertan son similares con cierta especialización de algunas de las ferreterías.
- **Precios.** - Los precios han determinado el tipo y número de clientes. Alrededor del 40% de clientes los consideran altos. relativamente bajos para su sector.
- **Distribución.** - La plaza principal es la ciudad de Chone.
- **Comunicación.** - La publicidad no es una estrategia aplicada por las ferreterías.
- **Ventas.** - Las ventas se encuentran en un rango de 4000 a 17000 dólares, montos relativamente bajos para su sector.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar las PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone.

Objetivos específicos

- Diagnosticar las PYMES del sector ferretero que se desarrollan en la ciudad de Chone.
- Determinar el crecimiento de las PYMES del sector ferretero en la ciudad de Chone.
- Evaluar las PYMES del sector ferretero y su aporte económico en el desarrollo local.

MATERIALES Y MÉTODOS

Metodología de la investigación

Para desarrollar el trabajo de titulación se aplicó métodos y técnicas que sirvieron para analizar las PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone. A continuación, la metodología investigativa que se utilizó.

- **Observación.** - Al ser una fase de descubrimiento permitió identificar el problema de investigación que en este caso se relaciona con las PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone.
- **Formulación del problema.** - Las proposiciones integradas por las variables de investigación construyeron la formulación del problema que buscó cómo inciden las PYMES del sector ferretero en el desarrollo local de la ciudad de Chone?
- **Verificación o contrastación del problema.** - La formulación del problema fue sometida a comprobación con los resultados de la investigación.

Tipo de investigación

Investigación mixta

Este tipo de investigación se aplicó a través de la investigación documental, se obtuvo datos a través del sitio web de instituciones públicas reconocidas como el Banco Central del Ecuador, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Servicios de Rentas Internas (SRI) utilizando el catastro del 2019; se utilizó información en las consultas de libros, y en diferentes sitios web reconocidos como el Ministerio de Industrias y Productividad y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC. De acuerdo al objetivo específico 2 y objetivo específico 3, se aplicó la investigación de campo al lugar objeto de estudio, a través de técnicas como las encuestas aplicadas a los gerentes de las ferreterías objeto de la investigación, detallando las características de las PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone.

Diseño de la investigación

Investigación bibliográfica: La investigación bibliográfica se aplicará para revisar la información que está contenida en tesis, artículos científicos, libros y cualquier tipo de texto confiable, y de esta manera poder construir el estado del arte, lo que significa la base teórica de la investigación. En este caso puntual se investigará acerca de las PYMES en el sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone.

Investigación de campo: Sirvió para conocer de cerca el problema y de este modo adquirir un conocimiento acorde con la realidad de las variables de estudio, para esto se aplicó los instrumentos diseñados de acuerdo con los objetivos específicos.

Investigación no experimental: Se realizaron las observaciones en un momento único que ya ocurrieron en el tiempo, en este caso el período diciembre 2019 –abril 2020, refiriendo las relaciones entre las variables estudiadas.

Técnicas de investigación

Tabla 2

Métodos y técnicas de investigación

Metodología análisis – síntesis	Con la utilización de este tipo de metodología será posible evaluar las PYMES del sector ferretero y el aporte económico que ha tenido en el desarrollo local.	Encuesta	Esta técnica se aplicó a los administradores o dueños de las 21 ferreterías que pueden ser expertos, personalidades destacadas o cualquier persona que posea información para la presente investigación.
Instrumentos	Cuestionario		Guía de encuesta
Método estadístico	Con la recopilación de este método se podrá establecer la población y muestra para la investigación, además de poder comprobar la pregunta de investigación planteada.		

Técnicas de procedimiento para análisis e interpretación de datos

Con la información obtenida y la aplicación de los instrumentos respectivos se procedió a:

- La tabulación de la información
- Elaboración de tablas y gráficos estadísticos
- Análisis e interpretación de los resultados

Población y muestra

La población total está conformada por los propietarios de las 21 PYMES del sector ferretero en la ciudad Chone, según el siguiente detalle:

Tabla 3

PYMES del sector ferretero en la ciudad de Chone

N.º	NOMBRE COMERCIAL	APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN
01	Rivera	Cristóbal Rivera	Bolívar y Pichincha
02	Cerrajería y Ferretería Yahehjen	Wellington Zambrano	Atahualpa y Washington
03	Acosta	Ronny Acosta	Vargas Torres
04	“Mz”	Mario Zambrano	Vargas Torres
05	“J J”	Vélez López Carlos Daniel	Vargas Torres y 7 de Agosto
06	Ferremax	Katiuska Cedeño	Vargas Torres y 7 de Agosto
07	Pepita	Daniela Loor	Vargas Torres y 7 de Agosto
08	Ferretodo	José De La Torre	7 De Agosto y Vargas Torres
09	El Foco	Verónica Espinel	Atahualpa 123 y 7 de Agostos
10	El Nuevo Ferretero	Jessica Moreira	Atahualpa y 7 de Agostos
11	Comercial Delgado	Ítalo Delgado	Bolívar y Mercedes
12	Adelca Zamced	Ángel Truma	7 De Agosto
13	Grupo “Bsd”	Bayrón	7 De Agosto y Salinas
14	Mayfer	Margarita Alcívar Cedeño	Av. Carlos Alberto Aray y Entrada a los Naranjos 2
15	Ferretería del Pueblo	Erika Patiño	Av. Carlos Alberto Aray
16	Alcívar	Gerardo Alcívar	Av. Carlos Alberto Aray
17	El Cable	Josefa Rodríguez	Vargas Torres y Washington
18	Comercial Frank Andrade	Frank Andrade	Rocafuerte y Alejo Lascano
19	Ferretería Artemio Andrade	Artemio Andrade	Rocafuerte y Alejo Lascano
20	Modelo	Carmen Aveiga	Alejo Lascano y Bolívar
21	Electro Cable	Víctor Moreira	Alejo Lascano y Páez

Fuente: Servicio de Rentas Internas – SRI (2019)

Muestra

El perfil geo demográfico de la población de estudio son los propietarios de las 21 PYMES del sector ferretero en la ciudad Chone.

RESULTADOS

Análisis de encuestas a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone

Con la información recopilada a través de las encuestas aplicadas a los propietarios de las ferreterías que se encuentran en funcionamiento y desarrollando actividades económicas legalmente registradas en el Servicio de Rentas Internas - SRI, se procede presentar los datos obtenidos de los resultados de la encuesta del trabajo de titulación.

Tabla 4
Productos y servicios

N.º	NOMBRE COMERCIAL	PRODUCTOS OFERTADOS	SERVICIOS OFERTADOS
01	Rivera	Material de ferretería en general, tubería PVC de agua potable, baldosas, herramienta menor.	Asesoría de uso de materiales
02	Cerrajería y Ferretería Yahehjen	Material de ferretería en general, material eléctrico, pinturas, cemento, herramienta menor y equipo.	Asesoría de uso de materiales
03	Acosta	Materiales de plásticos, tuberías PVC, cemento, herramienta menor y equipo	Asesoría de uso de materiales
04	“Mz”	Material de ferretería en general, material de acero, tubería PVC agua potable y alcantarillado, herramientas	Asesoría de uso de materiales
05	“J J”	Material de ferretería en general, material de acero y perfilería, tubería PVC de agua potable y alcantarillado, cemento, herramienta menor.	Entrega a domicilio asesoría técnica y garantía del producto, facilidad de pago
06	Ferremax	Materiales de aluminio y vidrio, accesorios, hierro, cemento, tuberías PVC	Asesoría de uso de materiales
07	Pepita	Maquinaria, herramienta menor, pinturas, cemento, tubería PVC, material eléctrico.	Entrega a domicilio Asesoría y respaldo técnico
08	Ferretodo	Material de ferretería en general, cemento, hierro y herramienta menor.	Asesoría de uso de materiales
09	El Foco	Materiales plásticos, hierro, material eléctrico, cemento, Maquinaria de construcción.	Asesoría de uso de materiales

10	El Nuevo Ferretero	Material eléctrico, material de seguridad industrial, material, cemento,	Asesoría de uso de materiales
11	Comercial Delgado	Materiales de ferretería en general, de plomería, cemento, eléctricos, de protección industrial, herramientas menores, pinturas y cerrajería.	Asesoría de uso de materiales
12	Adelca Zamced	Material de ferretería, pinturas y complementos	Entrega a domicilio asesoría técnica y garantía del producto, facilidad de pago
13	Grupo “ Bsd”	Materiales de ferretería y productos para la construcción	Asesoría de uso de materiales
14	Mayfer	Material de ferretería, cerámica, equipo y maquinaria de construcción.	Entrega a domicilio Asesoría y respaldo técnico
15	Ferretería del Pueblo	Material de ferretería, pinturas y complementos	Asesoría de uso de materiales
16	Alcívar	Material de ferretería en general, tubería PVC de agua potable, cemento, herramienta menor	Asesoría de uso de materiales
17	El Cable	Material de ferretería en general, material eléctrico, pinturas, equipo industrial, cemento, herramienta menor y equipo.	Asesoría de uso de materiales
18	Comercial Frank Andrade	Materiales de ferretería en general, de plomería, cemento, eléctricos, de protección industrial, herramientas menores, pinturas y cerrajería	Asesoría de uso de materiales
19	Ferretería Artemio Andrade	Material de ferretería en general, material de acero, tubería PVC de agua potable y alcantarillado, herramienta menor.	Entrega a domicilio asesoría técnica y garantía del producto, facilidad de pago
20	Modelo	Material de ferretería en general, material de acero y perfilera, tubería PVC de agua potable, cemento, herramienta menor.	Asesoría de uso de materiales
21	Electro Cable	Material de ferretería en general, tubería PVC de agua potable y alcantarillado, herramienta menor y equipo.	Entrega a domicilio Asesoría y respaldo técnico

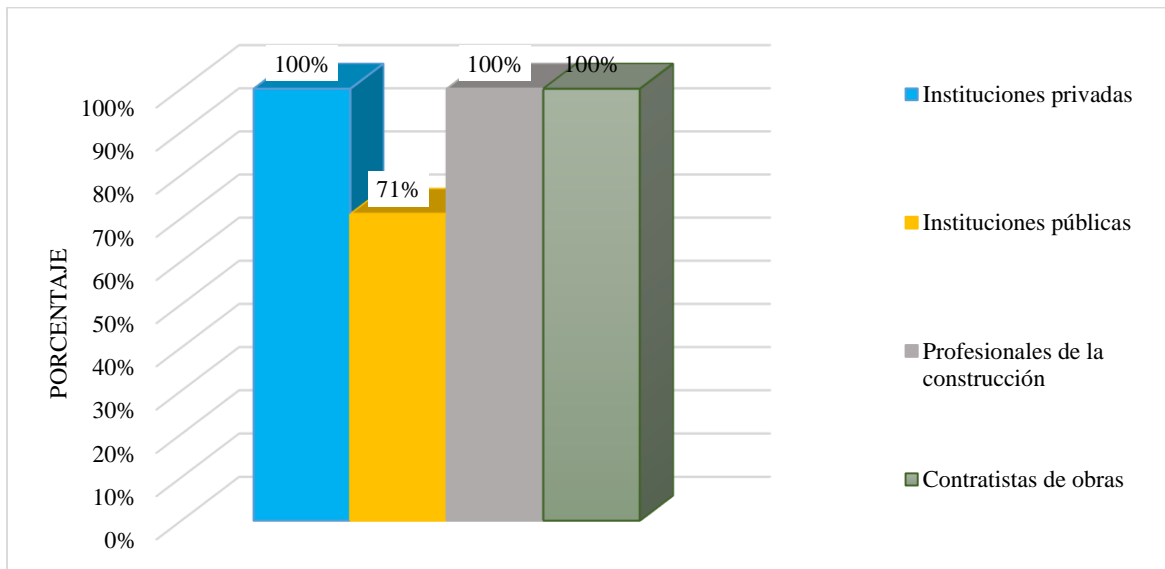
Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Tabla 5
Principales clientes

N.º	NOMBRE COMERCIAL	CLIENTES			
		Instituciones privadas	Instituciones públicas	Profesionales de la construcción	Contratistas de obras
01	Rivera	X	X	X	X
02	Cerrajería y Ferretería Yahehjn	X	X	X	X
03	Acosta	X	-----	X	X
04	“Mz”	X	X	X	X
05	“J J”	X	X	X	X
06	Ferremax	X	-----	X	X
07	Pepita	X	X	X	X
08	Ferretodo	X	X	X	X
09	El Foco	X	X	X	X
10	El Nuevo Ferretero	X	-----	X	X
11	Comercial Delgado	X	X	X	X
12	Adelca Zamced	X	X	X	X
13	Grupo “Bsd”	X	-----	X	X
14	Mayfer	X	X	X	X
15	Ferretería del Pueblo	X	X	X	X
16	Alcívar	X	X	X	X
17	El Cable	X	-----	X	X
18	Comercial Frank Andrade	X	X	X	X
19	Artemio Andrade	X	X	X	X
20	Modelo	X	-----	X	X
21	Electro Cable	X	X	X	X
	TOTAL	21	15	21	21

Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

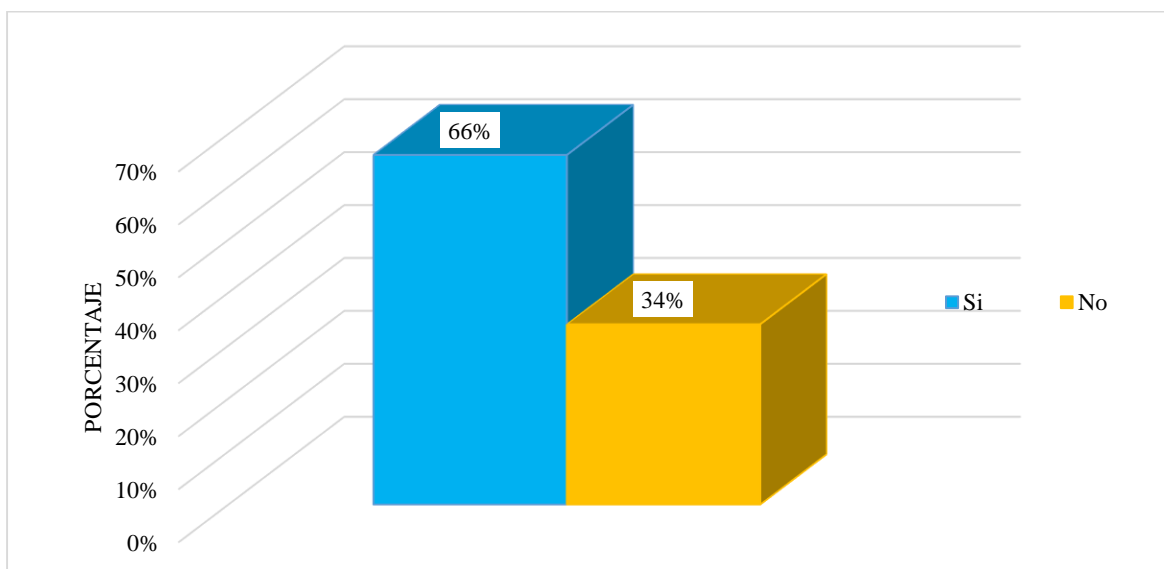
Gráfico 8
Principales clientes



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Si bien es cierto, los clientes examinan muchos factores al momento de decidir su compra o su posible aceptación del producto o servicio ofrecido por cualquier colaborador sea de un local o en este caso una ferretería; pero en base a los resultados obtenidos los principales clientes de las ferreterías son con un 100% las instituciones privadas, profesionales de la construcción y contratistas optando siempre estos por fijarse en la calidad de lo que compran y con el 71 % los dueños de las ferreterías expresaron que las instituciones públicas dejan de lado quizás la calidad, variedad o innovación que ofrecen las ferreterías, escogiendo los materiales ferreteros por los precios.

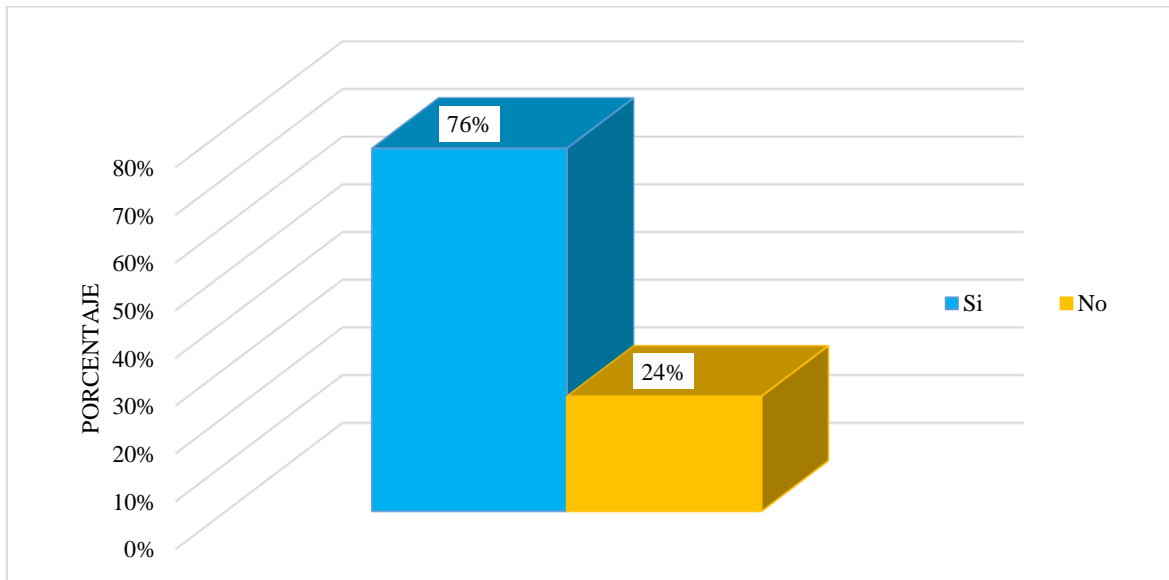
Gráfico 9
Estrategias de fidelidad



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Otro de los puntos analizados en la temática de investigación fue las *estrategias para fidelizar a los clientes*, 14 ferreterías que representan el 66% expresaron tener varias estrategias o conocimientos para poder captar más clientes, teniendo como tácticas asignar a los vendedores rutas o circuitos por medio de las visitas planificadas poder orientar sobre las nuevas líneas de productos, de esta manera lograr incentivar a los clientes fijos o a clientes potenciales dando a conocer sus materiales de ferretería con ofertas de precios y promociones especiales; mientras que el 34% de las ferreterías manifiesta que otras estrategias que utilizan es facilitar información de sus materiales y artículos a través de las redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram que impulsan los negocios actuales, mientras que otras ferreterías mantienen la tendencia común de informar a través de trípticos o volantes visuales, debido a que otros canales de comercialización reflejan porcentajes nulos de información al público.

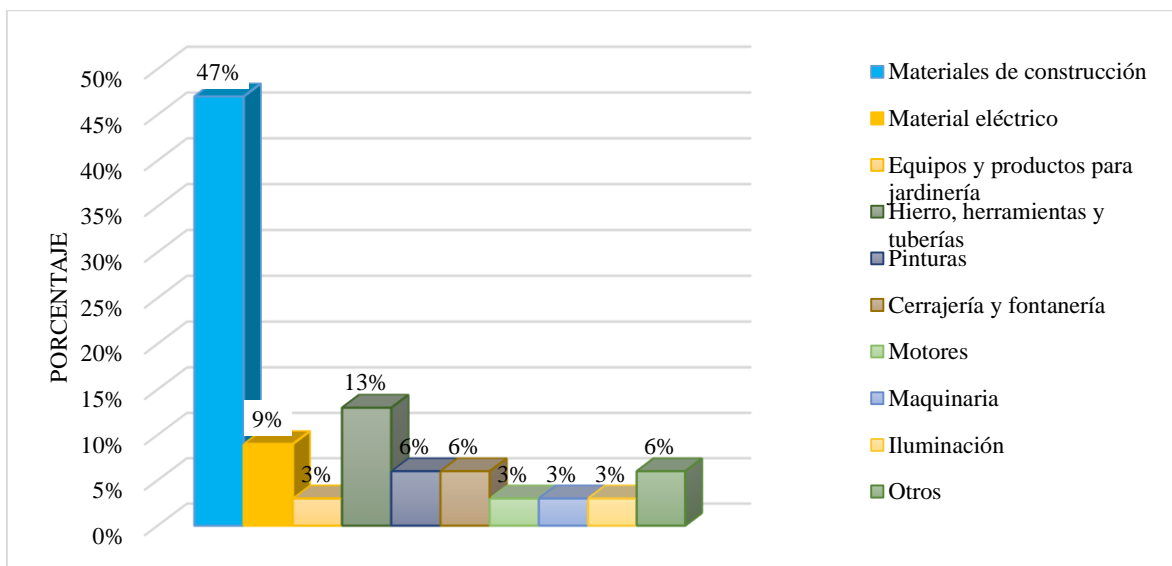
Gráfico 10
Atención al cliente



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Con respecto a la *atención al cliente* que tienen las ferreterías de la ciudad de Chone, es preciso resaltar que 16 ferreterías tienen énfasis en capacitación de estas temáticas representando el 76%, en donde manifestaron que es una de los componentes claves y de vital importancia que les permite asesor y mantener la fidelidad de los clientes en los materiales que ofrecen las ferreterías, un 24%, de los propietarios de las ferreterías expresaron que solo se conforman con los instrucciones que los proveedores les facilitan en el momento de realizar adquisiciones de nuevos materiales ferreteros, por ende las habilidades o la auto preparación de los colaboradores que trabajan en las ferreterías será un valor determinante para la buena atención al cliente, en ocasiones la permanencia en el trabajo, provocando que las ventas del día sean o no satisfactorias debido a que no cuentan con la capacitación respectiva, producto de ausencia de flujo de efectivo destinado a este recurso.

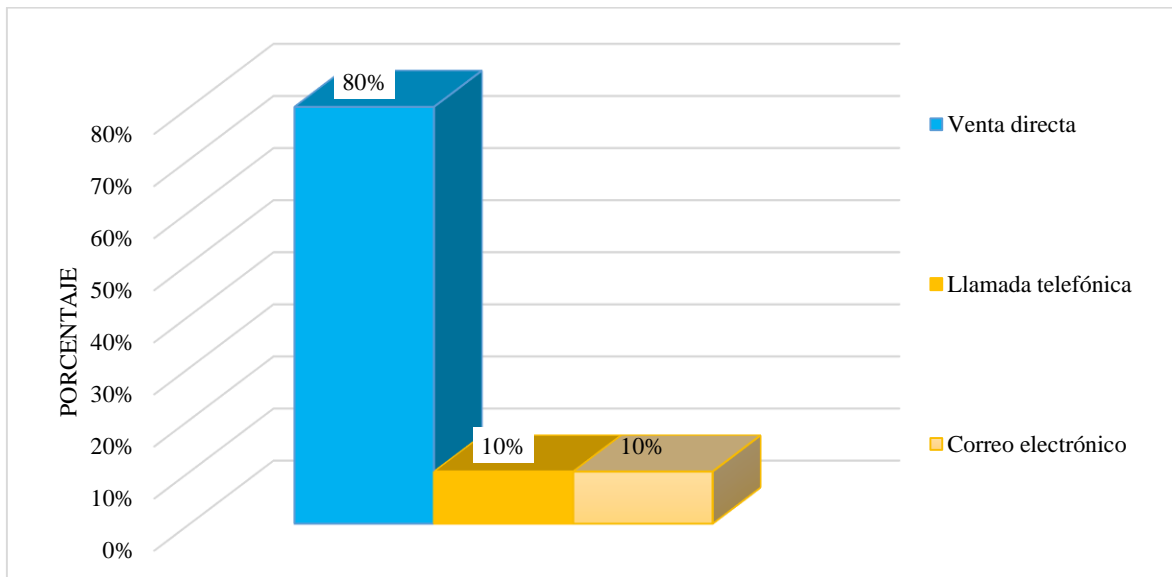
Gráfico 11
Productos más solicitados



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Los dueños de las ferreterías dieron varias respuestas a la pregunta planteada sobre *los productos más solicitados por los clientes*, razón por la cual se toma como total 21 frecuencias. De estas, el 47% corresponden a ferreterías que expenden materiales de construcción, el 13% vende hierro, herramientas y tuberías; el 9% ofrecen todo lo relacionado a material eléctrico; el 6% pinturas, cerrajería y fontanería, el 3% equipos y productos para jardinería, como motores, maquinarias e iluminación y un 6% de los encuestados mencionan que los clientes no tienen productos específicos.

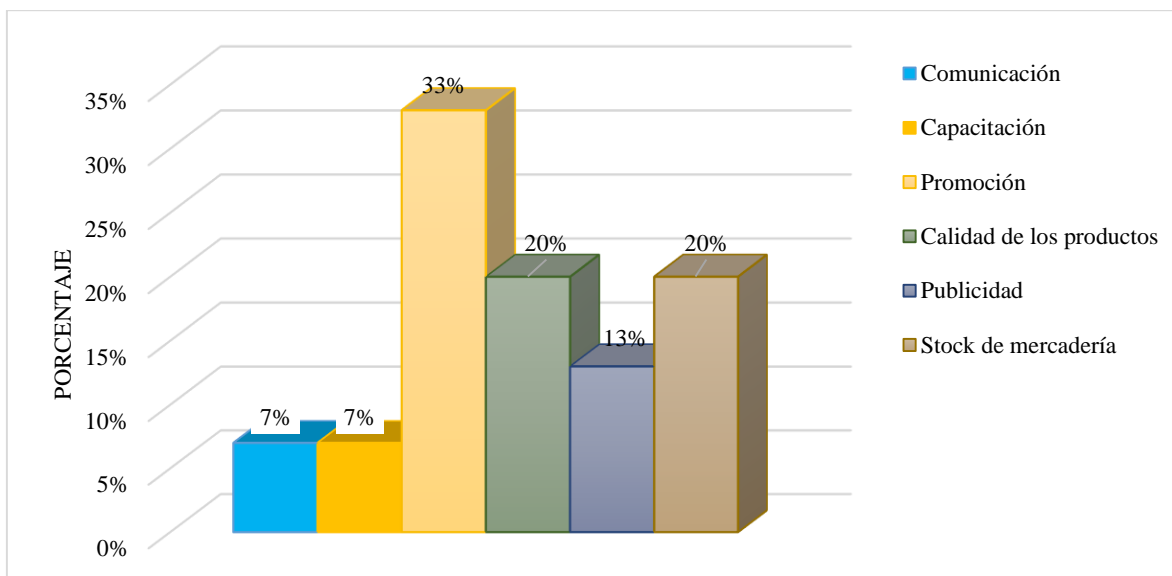
Gráfico 12
Técnicas de ventas



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Analizando las *técnicas de ventas que se efectúan en el sector ferretero*, el 80% de los encuestados comentan que lo realiza por medio de la venta directa, esto se debe a la satisfacción o atención ofrecida por el personal que labora en cada una de las ferreterías en la ciudad de Chone, la mayoría expresa tener un nivel de atención cordial; dando así a entender que los colaboradores que ejerce sus funciones en cada una de estas PYMES, tienen una buena disposición con las tareas que cumplen a diario y por ende generar confianza en los clientes frecuentes; un 10 % de las respuestas de los dueños de las ferreterías expresan que también hace uno de llamadas telefónica y envío de correo electrónicos, respectivamente para dar asesoría o una inducción previa de los productos y materiales que ofrecen las ferreterías todo esto con la finalidad de captar un mayor mercado y generar más utilidades de las que actualmente generan.

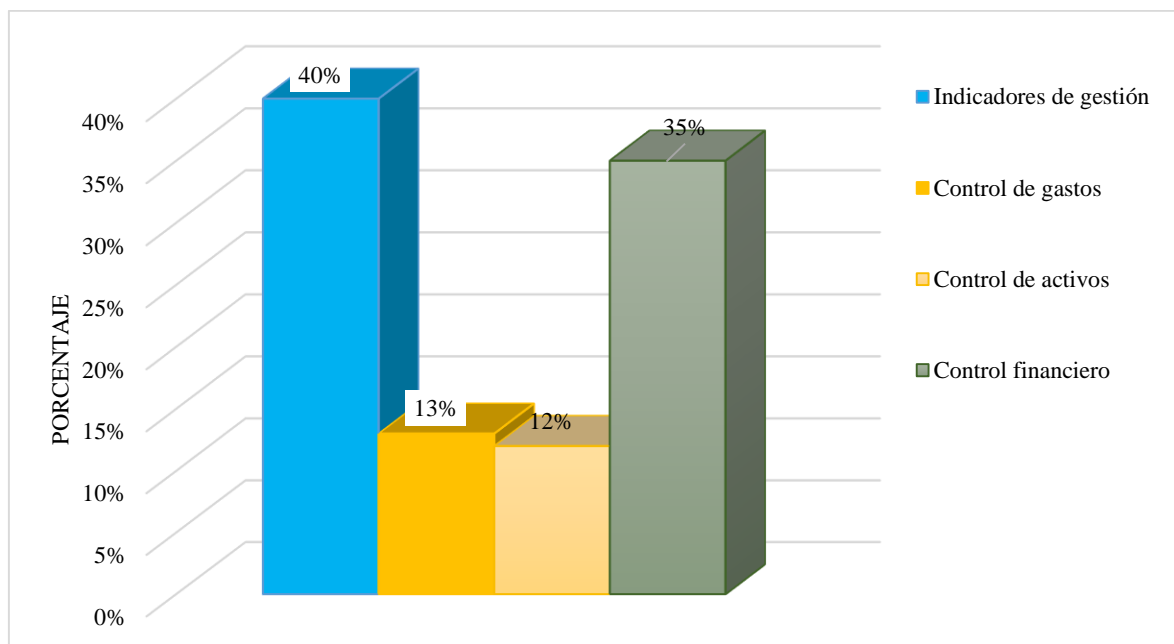
Gráfico 13
Estrategias de ventas



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

El gráfico 13, refleja los resultados de la encuesta sobre las principales *estrategias de ventas utilizadas en la ferretería*, cabe expresar que estas son de gran importancia para hacer conocer los productos ferreteros a la ciudadanía y de tal manera posicionarse en el mercado y poder incrementar sus ventas y sus ganancias, por ello se muestra que con el 33% corresponde a 7 ferreterías que mencionaron que ellos como estrategias de ventas tienen promociones que son hoy en día tendencia para vender u ofertar productos, bienes y/o servicios y por medio de este recurso se mejore el número de pedidos y por ende exista un incremento de la ventas para crecer en el mercado, sea cantonal, provincial y nacional, es importante, cabe mencionar que el 20% de los encuestados respectivamente expresaron que la calidad de los productos y un buen stock de mercaderías serán un plus muy importante para obtener las ventas esperadas

Gráfico 14
Gestión administrativa

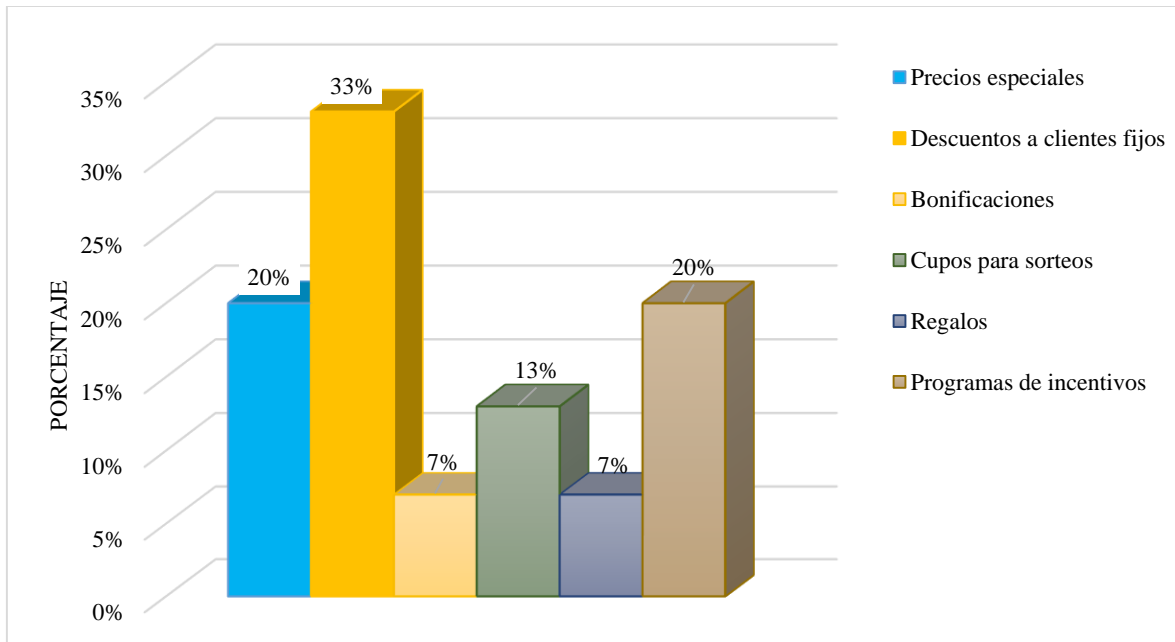


Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

En lo que se refiere a la pregunta relacionada *como se determina la gestión administrativa en las ferreterías*; los dueños expresaron que es fundamental realizar siempre este diagnóstico, porque les permite conocer la realidad de las ferreterías en cuanto a su administración, sobre todo que dicha gestión ayuda a tomar correctivos para la toma de decisiones y mitigar los mismos. El 40% de los propietarios de las ferreterías mencionaron que determinan la gestión administrativa mediante indicadores de gestión, un 35% reveló que, por medio del control financiero realizando un adecuado registro de ingresos y gastos, un 13% declaró por medio de control de gastos, priorizando y evitando gastar en algo que no sea de utilidad o rentabilidad de las ferreterías, un 12% control de activos esto puede ser por el desconocimiento y muchas veces por el poco interés de los mismos propietarios

Gráfico 15

Acciones para incrementar los ingresos económicos



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Existen varias *acciones que generan ingresos económicos* en el proceso de comercialización de artículos de ferretería, estas acciones se basan en los precios especiales, descuentos a clientes fijos, bonificaciones, cupos para sorteos, regalos, programas de inversiones.

El gráfico 15 refleja que el 33% de los encuestados expresaron que los descuentos a clientes fijos es la acción más importante, con un 20% tenemos precios especiales y programa de incentivos que pertenece a 4 ferreterías respectivamente, un 13% respondieron que con cupos para sorteos

DISCUSIÓN

Componente 1: Diagnóstico actual de las PYMES del sector ferretero

En base a los hallazgos identificados, se establece que el 100% de las ferreterías en la urbe de la ciudad de Chone, ofrecen los mismos productos, determinando que la diferenciación de cada una de las ferreterías se debe al tamaño que tienen, en donde concluyen ofertando diversos tipos de materiales similares como: ferretería en general, tubería PVC de agua potable y alcantarillado, baldosas, cerámicas, herramienta menor, material eléctrico, pinturas, cemento, materiales de plásticos, material de acero y perfilera, materiales de aluminio y vidrio, accesorios de plásticos, materiales de construcción, material de seguridad industrial, equipos de protección industrial, material de cerrajería, etc.

Además, se pudo constatar que el 100% de las ferreterías de la presente investigación manifestaron que tienen como clientes principales a las instituciones privadas, profesionales de la construcción y contratistas de obras. Pero de estas mismas 21 ferreterías consultados 15 ferreterías expresan que tienen como clientes a las instituciones públicas que representan el 71%, teniendo como interés siempre buscar mejores precios para cubrir las demandas socialmente básicas, tendientes a satisfacer de acuerdo con los presupuestos asignados para las diferentes obras y proyectos sean de tipo social, desarrollo social, ecológicos y medioambientales, visitando a las ferreterías que tiene mayor diversidad y gama de productos

En base a los resultados encontrados se establece por otra parte que el 66% de los propietarios de las ferreterías en algún momento han establecido estrategias para fidelizar a los clientes, donde las principales tácticas que han hecho uso son: promoción en ciertos productos, descuentos según montos de compra y a clientes fieles, regalos, por ejemplo, realizan promociones semestrales en herramientas menores o de gama baja y motores, ofreciendo regalos antes de efectuar la venta; considerando de esa manera que las ventas se hacen efectivas, logrando que el cliente mantenga la fidelidad.

Componente 2: Análisis del crecimiento de las PYMES del sector ferretero

Según la investigación, los resultados obtenidos determinan que el 24% de las ferreterías aplican procesos de ventas directos muy rudimentarios, con escasos conocimientos en atención al cliente, solo las ferreterías JJ, El Nuevo Ferretero, Ferretería del Pueblo y la Ferretería Modelo que representan el 76% si manejan procesos de ventas con atención al cliente personalizado en general. Se estableció en forma general que el proceso de ventas; es cuando el cliente llega al establecimiento, el colaborador lo aborda saluda y pregunta su requerimiento, el cliente solicita al vendedor lo que desea comprar, el trabajador verifica la existencia y muestra al cliente e informa sobre las características técnicas y modo de empleo además indican las promociones, descuentos y servicios adicionales que disponen respecto al producto, si satisfacen los requerimientos el cliente acepta y el empleado procede con la venta emitiendo la orden de pago, el cliente cancela en caja y la cajera emite la factura correspondiente, si la entrega es a domicilio el cliente indica la dirección y fecha en que desea se realice la entrega, sea inmediata o en fecha posterior, todos los materiales son revisados por el vendedor y el cliente para su despacho.

También se pudo constatar que los materiales de construcción como el hierro, herramientas y tuberías con un 13% son los productos de mayor demanda en la mayoría de las ferreterías, pues todas las ofrecen, sin embargo, hay ferreterías que se especializan en la venta de ciertos materiales como: eléctricos que representan el 9%, otros artículos con el 6%, pinturas, cerrajería y fontanería, respectivamente, el 3% de las ferreterías venden artículos de iluminación, motores, maquinarias, equipos y productos para jardinería, y un 6% de las ferreterías no tiene productos específicos de ventas.

Cabe manifestar que el 80% de las ferreterías emplean la venta directa, se considera que la venta personal es aplicada en todas las ferreterías porque se puede tratar directamente con los clientes ayudándoles y asesorándoles con sus inquietudes, según la opinión de varios propietarios la venta personal es la más tradicional y segura, un 10% realizan las ventas por medio de llamadas telefónicas y otro 10% finiquitan sus ventas por medio del uso de correo electrónico, de esta manera se obtiene la efectividad del 100% en ventas.

Componente 3: Análisis de la evaluación de las PYMES del sector ferretero y su aporte económico en el desarrollo local

Se pudo establecer que la estrategia más aplicada por 7 de las 21 ferreterías son las promociones en ciertos productos que representan el 33%, aunque en algunas ferreterías se destinan solo a los clientes fijos, un 7% de las ferreterías invierte en capacitaciones a los empleados para que conozcan las características y usos de todos los productos, sean existentes o nuevos, por ende, logrando atender de una mejor manera a los clientes fijos y nuevos clientes para alcanzar el cierre de las ventas. Una minoría que corresponde al 7%, expresa que se debe tener una buena comunicación con los clientes sobre todo con los fijos, transmitiéndoles toda la información actualizada sobre los productos y ofertas existentes, por medio de visitas programadas o inesperadas, también la buena calidad de sus productos que representa el 20%, se hace mucho énfasis que sumando con las promociones de los mismos se convertirían atractivos para propios y extraños clientes, otro grupo de ferreterías con un 20% manifiestan que teniendo un buen stock de mercaderías fomentaría un mejor y buen posicionamiento en el mercado, ofertando productos similares o sustitutos en sus perchas, para el mismo uso o propósito, solamente teniendo diferenciación en precio y tamaño.

Es importante destacar que en lo que se refiere a la pregunta relacionada como se determina la gestión administrativa en las ferreterías; los dueños expresaron que es fundamental realizar siempre este diagnóstico, porque les permite conocer la situación real de las ferreterías en cuanto a su administración, sobre todo que dicha gestión ayuda a tomar correctivos para la toma de decisiones y mitigar los mismos. Se debe mencionar que el 40% de los propietarios hacen evaluaciones mediante indicadores de gestión, realizando monitoreo, para identificar sus fortalezas y oportunidades, logrando contrarrestar las amenazas y amenazas que puedan enfrentarse en el sector ferretero, un 35% de las ferreterías aplican controles financieros realizando un adecuado registro de ingresos y gastos, estableciendo que el flujo de efectivo sea sólido, para poder realizar nuevas adquisiciones de materiales y productos relacionados a la ferretería, un 13% identifican la gestión administrativa por medio de control de gastos, priorizando y evitando dar mal uso del efectivo disponible en algo que no sea de utilidad o rentabilidad de las ferreterías, un 12% aplican control de activos, constatando y verificando el stock de mercaderías, revisando los movimientos de compras y ventas.

Entre las acciones que demuestran que se preocupan por incrementar los ingresos económicos, la mayoría de las ferreterías se enfocan en estrategias de ventas como precios especiales con un 33%, con el 20% descuentos a clientes fijos, y programas de incentivos que le permita controlar sus ventas, haciendo un buen uso de los gastos operacionales, permite controlar las ingresos y egresos, obteniendo una liquidez y buena salud financiera.

CONCLUSIONES

Este proyecto de investigación tuvo como finalidad el análisis de las PYMES del sector ferretero y su incidencia en el desarrollo local en la ciudad de Chone, por lo que se llegó a las siguientes conclusiones:

OE1.- Fue posible diagnosticar las PYMES del sector ferretero que se desarrollan en la ciudad de Chone, en primera instancia por medio de la ejecución de la recolección de datos se obtuvo información que sirvió de marco teórico para el proceso de la investigación, seguidamente conociendo la realidad de los emprendimientos de este sector en la ciudad, identificando que los principales clientes de las ferreterías en un 100% pertenecen las instituciones privadas, profesionales de la construcción y contratistas optando siempre estos por fijarse en la calidad de lo que compran, también es importante establecer que un 66% de las ferreterías hacen uso de varias estrategias para poder captar más clientes, utilizando como canal de información; la comunicación sobre las nuevas líneas de productos y materiales con ofertas de precios y promociones especiales, la poca inversión en capacitación impide la fidelidad de los clientes, esto significa, que los propietarios de las ferreterías solo se conforman en dar instrucciones a los colaboradores que trabajan debido a que las ventas en su mayor parte son bajos pedidos.

OE2.- Se pudo determinar el crecimiento de las PYMES del sector ferretero en la ciudad de Chone, a base de la atención a los clientes demostrando que por medio del conocimiento en el uso de los productos y materiales de las ferreterías serán factores claves de éxito, no obstante, no saber tratar a los clientes y no asesorarles sobre la adquisición de los materiales, serán factores de fracaso, por ende, tendrán problemas para lograr una sostenibilidad en lo económico y comercial, es meritorio destacar que de las 21 ferreterías, el 47% se esmeran en vender toda clase de materiales de construcción en general, no obstante otras se caracterizan por vender pinturas, equipos y productos para jardinería, cerrajería y fontanería y otros. Es preciso expresar que varias ferreterías no cuentan con un capital disponible y necesario, creyendo al inicio de sus operaciones, no tener la necesidad de implementar estrategias de ventas, debido a que un 80% lo realiza por medio de la venta directa, por qué mantienen deudas con entidades financieras, provocando que solo se preocupen en asumir

sus responsabilidades crediticias para poder sobrevivir los primeros años de funcionamientos, sin implementar ninguna innovación o tecnología, simplemente aplicando estrategias de acuerdo con la realidad y perspectivas de crecimiento para conservar a los clientes estableciendo relaciones comerciales a largo plazo; sin embargo, se observa que éstas en algunos casos son imitación de las aplicadas por otras ferreterías, sea por desconocimiento sobre otras estrategias o por poca iniciativa para utilizar aquellas que pudieran aportar además del crecimiento de sus ventas, a mantener a sus clientes actuales y atraer a clientes potenciales.

OE3.- Al evaluar la PYMES del sector ferretero y su aporte económico en el desarrollo local se muestra en primera instancia con un 33% que la implementación de estrategias de ventas de acuerdo a su realidad les permitirá conseguir la rentabilidad financiera planteada, logrando obtener buenas perspectivas de progreso tanto de infraestructura, tamaño de empresa, oferta de productos, bienes y servicios, gama de artículos, materiales ferreteros con una adecuada y buena administración y finanzas logrando obtener una sostenibilidad y sustentabilidad considerando que el emprendimiento es la mejor opción para crecer económicamente, ser independientes, mejorando la economía local, la calidad de vida y todos los que forman parte del sector ferretero en la ciudad de Chone.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central del Ecuador. (2018). *El sector constructor recupera su crecimiento después de tres años de recesión*. Quito.
- Bravo, L. D., García, U. T., & Varela Ruíz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Scielo Analytics*, 20. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. (2018). “*Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*”. Santiago: Naciones Unidas.
- Cusme Ortiz, M. (2019). Factores que inciden en el acceso al financiamiento de las Pymes de la ciudad de Guayaquil. *Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*, 136. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12119/1/T-UCSG-POS-MAE-226.pdf>
- Ferraro, C., Collao, F., Zuleta, L., & Zevallos, E. (2011). *Apoyando a las PYMES: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35359/S1100762_es.pdf?sequence=1
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chone. (2014-2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Chone*. Chone.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo - INEC. (2019). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2018*. Quito.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo - INEC. (2020). *Proyección cantonal total*. Quito.
- Jácome, K., & King, K. (2013). *Estudios Industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. Quito: FLACSO.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2017). <http://www.industrias.gob.ec>.
- Morán, E. (6 de Noviembre de 2019). *ECUAIMCO Distribuidor Ferretero*. Obtenido de <https://ecuaimco.com.ec/noticias/la-importancia-de-la-especializacion-en-las-ferreterias/>

- Muiños, B., & Cortegiano, G. (1998). Desarrollo a Escala Local: Los nuevos yacimientos de empleos. *Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*.
- Mundo Constructor. (29 de Abril de 2020). Obtenido de <https://www.mundoconstructor.com.ec/la-realidad-actual-de-la-construccion-ecuatoriana/>
- Peña, M., & Vega, N. (2017). *Estructura de las PYMES en la economía ecuatoriana*. Loja.
- Pérez, J., & Merino, M. (20 de Marzo de 2020). *Definición de ferretería*. Obtenido de <https://definicion.de/ferreteria/>
- Proaño, C. (2017). Plan Estratégico para la comercialización y distribución de productos metalúrgicos y de ferretería en general. *Repositorio ULVR*, 120. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1750/1/T-ULVR-1566.pdf>
- Revista Fierros. (2015). El año de grandes desafíos para el sector ferretero. *Revista Fierros*.
- Servicio de Rentas Internas - SRI. (2017). <http://www.sri.gob.ec>.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2016). *Participación de las empresas en el sector de la construcción*. Quito.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (18 de Mayo de 2020). *Ranking Empresarial 2020*. Obtenido de <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>

ANEXOS

Anexo 1

Cuestionario de encuesta aplicada a los propietarios de las 21 PYMES del sector ferretero en la ciudad de Chone.

1. ¿Qué productos y servicios ofrece en la ferretería?

2. ¿Cuáles son los principales clientes de la ferretería?

Instituciones privadas

Instituciones públicas

Profesionales de la construcción

Contratistas de obras

3. ¿Se han establecido estrategias para fidelizar a sus clientes la compra de materiales ferreteros?

Si

No

4. ¿Cuenta usted con personal capacitado en temas de atención al cliente y de materiales de ferretería?

Si

No

5. ¿Cuáles son los productos más solicitados por los clientes?

Material de construcción

Material eléctrico

Equipos y productos para jardinería

Hierro, herramientas y tuberías

Pinturas

Cerrajería y fontanería

Motores

Maquinaria

Iluminación

Otros

6. ¿Qué técnicas de ventas se realizan en las ferreterías?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| Venta directa | <input type="checkbox"/> |
| Llamada telefónica | <input type="checkbox"/> |
| Correo electrónico | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Cuáles son las principales estrategias de ventas utilizadas en las ferreterías?

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| Comunicación | <input type="checkbox"/> |
| Capacitación a los colaboradores | <input type="checkbox"/> |
| Promociones | <input type="checkbox"/> |
| Calidad de los productos | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad | <input type="checkbox"/> |
| Perchas llenas | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Cómo se determina la gestión administrativa en las ferreterías?

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| Indicadores de gestión | <input type="checkbox"/> |
| Control de gastos | <input type="checkbox"/> |
| Control de activos | <input type="checkbox"/> |
| Control financiero | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Qué acciones se realizan para incrementar los ingresos económicos en las ferreterías?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| Precios especiales | <input type="checkbox"/> |
| Descuentos a clientes fijos | <input type="checkbox"/> |
| Bonificaciones | <input type="checkbox"/> |
| Cupos para sorteos | <input type="checkbox"/> |
| Regalos | <input type="checkbox"/> |
| Programas de incentivos | <input type="checkbox"/> |

Anexo 2*Fotografías de la investigación***Figura 1***Ferretería el nuevo ferretero*

Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 2*Ferretería Acosta*

Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 3
Ferretería El foco



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 4
Ferretería MZ



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 5
Ferretería Ferretodo



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 6
Ferretería El cable



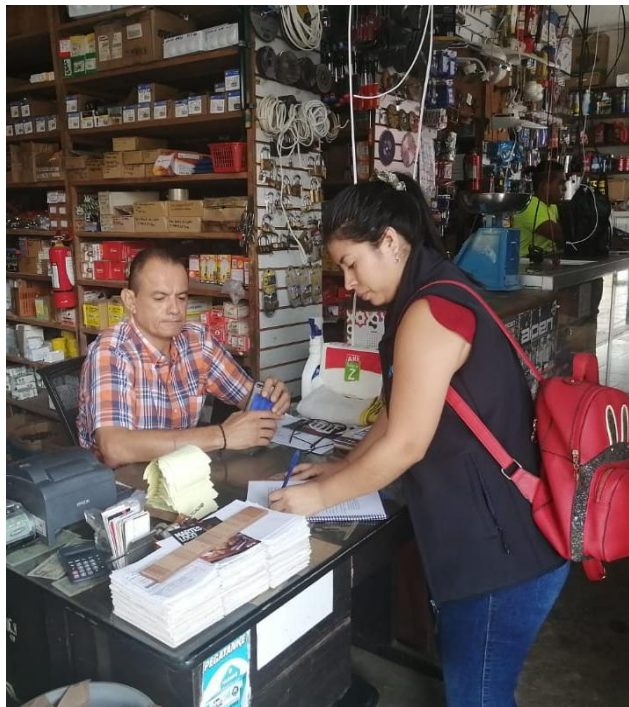
Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 7
Grupo "BSD"



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 8
Ferretería Rivera



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 9
Ferretería "JJ"



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)

Figura 10
Ferretería Pepita



Fuente: Encuesta a los propietarios de las ferreterías en la ciudad de Chone (2020)