

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(77)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Erika Yohana Barreto Botello		
FACULTAD	Ciencias Administrativas y económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de empresas		
DIRECTOR	Jennifer Andrea Lemus Quintero		
TÍTULO DE LA TESIS	Diseño de un plan estratégico para el mejoramiento del desempeño organizacional de la ferretería Distrieléctricos Central de la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander		
TITULO EN INGLES	Desing of a strategic plan to improve the organizational performance of the Distrielectricos Central hardware store in the City of Ocaña, Norte de Santander		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>Los planes estratégicos identifican cómo se encuentra la empresa, tanto interna como externamente y con ello, poder diseñar estrategias que sean efectivas y tomar las decisiones acertadas. Por lo tanto, son relevantes para las organizaciones para su funcionamiento efectivo. En consecuencia, el propósito de este proyecto es que la Ferretería Distrieléctricos Central cuente con las herramientas necesarias para crecer, desarrollarse y mantenerse y estar en constante mejora continua.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>Strategic plans identify how the company is, both internally and externally, and with this, to be able to design strategies that are effective and make the right decisions. Therefore, they are relevant to organizations for their effective functioning. Consequently, the purpose of this project is that the Distrieléctricos Central Hardware store has the necessary tools to grow, develop and maintain itself and be in constant continuous improvement.</p>			
PALABRAS CLAVES	Plan estratégico, Matriz, Ferretería, Plan de acción, Estrategias.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Strategic Plan, Matrix, Hardware store, Action Plan, Strategies.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 74	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 7	CD-ROM:



Diseño de un plan estratégico para el mejoramiento del desempeño organizacional de la
Ferretería Distrieléctricos Central de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

Erika Yohana Barreto Botello

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Administración de Empresas

MSc. Jennifer Andrea Lemus Quintero

Abril de 2023

Índice

Capítulo 1. Diseño de un plan estratégico para el mejoramiento del desempeño organizacional de la Ferretería Distrieléctricos central de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación.....	4
1.5 Delimitaciones.....	6
1.5.1 Operativa	7
1.5.2 Conceptual	7
1.5.3 Temporal.....	7
1.5.4 Geográfica	7
Capítulo 2. Marco Referencial	8
2.1 Marco Histórico.....	8
2.1.1 A nivel internacional	8
2.1.3 A nivel local.....	10
2.2 Marco Contextual	11
2.3 Marco Conceptual	12
2.3.1 Evaluación estratégica	12
2.3.2 Plan estratégico.....	13
2.3.4 Evaluación interna	14
2.3.5 Evaluación externa	14
2.3.6 Matriz axiológica.....	15
2.3.7 Estructura orgánica y administrativa.....	15
2.3.8 Juego matricial.....	15
2.3.9 Matriz EFE.	16
2.3.10 Matriz EFI.....	16
2.3.11 Matriz DOFA.....	17
2.3.12 Matriz MPC	17
2.3.13 Matriz PEEA.....	17

2.3.14 Matriz de la estrategia principal	18
2.3.15 Plan de acción.....	18
2.4 Marco Teórico.....	19
2.4.1 Teoría de la planeación estratégica:.....	19
2.4.2 Teoría de la administración Estratégica.....	20
2.4.3 Teoría Organizacional	21
2.5 Marco Legal	22
Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	24
3.1 Tipo de investigación	24
3.2 Población y muestra	24
3.2.1 Población	24
3.2.2 Muestra	24
3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis	25
3.4 Análisis de la información	25
3.4.1 Resultados iniciales del diagnóstico	26
3.4.2 Resultados de las encuestas resueltas por los clientes de la Ferretería Distrieléctricos Central	29
Capítulo 4. Resultados.....	35
4.1 Diagnostico situacional de la Ferretería Distrieléctricos Central.....	35
4.1.1 Reseña histórica de la ferretería Distrieléctricos Central	37
4.2 Establecimiento de la estructura orgánica, administrativa y la matriz axiológica de la ferretería Distrieléctricos Central.....	38
4.2.1 Organigrama	39
4.2.2 Visión.....	40
4.2.3 Misión.....	40
4.2.4 Valores y principios de la Ferretería Distrieléctricos Central	40
4.3 Elaboración de las matrices estratégicas para la selección de estrategias adecuadas para la Ferretería Distrieléctricos Central	42
4.3.1 EFI (Evaluación del Factor Interno).....	43
4.3.2 EFE (Evaluación del Factor Externo).....	45
4.3.3 Matriz del Perfil Competitivo.....	48
4.3.4 Matriz DOFA.....	49
4.3.5 Matriz de la Posición Estratégica y la Evaluación de la Acción (PEEA).....	51

4.3.6 Matriz de la estrategia principal (MEP)	53
4.4 Elaboración de un plan de acción para la ferretería Distrieléctricos Central.	56
Capítulo 5. Conclusiones.....	59
Capítulo 6. Recomendaciones	61
Referencias	62
Apéndices	66

Lista de tablas

Tabla 1 Frecuencia de asistencia a Distrieléctricos Central.....	29
Tabla 2 Frecuencia de compra de productos.....	30
Tabla 3 Atención brindada idónea	31
Tabla 4 Atracción de la empresa.....	32
Tabla 5 Matriz DOFA.....	37
Tabla 6 Matriz axiológica	41
Tabla 7 Matriz EFI.....	45
Tabla 8 Matriz EFE.....	47
Tabla 9 Matriz del perfil competitivo	49
Tabla 10 DOFA.....	50
Tabla 11 Matriz PEEA.....	52
Tabla 12 Matriz MEP.....	54
Tabla 13 Plan de acción	56

Lista de Figuras

Figura 1 Frecuencia de asistencia	29
Figura 2 Frecuencia de compra.....	30
Figura 3 Atención brindada	31
Figura 4 Atracción de la empresa	32
Figura 5 Organigrama	39
Figura 6 Matriz PEEA	52
Figura 7 Matriz MEP	55

Resumen

El presente proyecto consiste en la elaboración de un plan estratégico para el mejoramiento del desempeño organizacional de la ferreteria Distrielectricos Central de Ocaña, Norte de Santander. Para que, con esto, cuente con las herramientas necesarias que fomenten su crecimiento, poder desarrollarse, mantenerse y estar en constante mejora. En consecuencia, y para obtener información fiable se realizaron encuestas en una entrevista, de las cuales se obtuvo la situación actual de la ferreteria, conociendo así, tanto sus fortaleza y debilidades, como oportunidades y amenazas y de esta manera, llevar a cabo el juego matricial y poder diseñar las estrategias que sean efectivas para tomar las decisiones acertadas.

En el desarrollo de este proyecto se llevo a cabo, el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos como lo fue el conocer la situación actual de la ferreteria, realizar la estructura orgánica y administrativa, el marco axiológico, el desarrollo del juego matricial y hacer un plan de acción con las estrategias mas adecuadas para que el negocio siga creciendo y tenga la oportunidad de mantener la lealtad de su clientela.

Introducción

Los planes estratégicos son importantes para las organizaciones, pues, son de ayuda para conocer sus debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas y con esto, mantener un buen direccionamiento estratégico y poder diseñar las estrategias más efectivas y viables para que a lo hora de la toma de decisiones estas sean acertadas y lleven a la empresa a mejorar y tener éxito. Por tal motivo, se realizo este plan estratégico para la ferreteria Distrielectricos Central con el propósito de conocer como se encuentra actualmente tanto interna como externamente y hacer estrategias que direccionen al mejoramiento de esta, para que se mantenga en el mercado y se de a conocer a nivel regional.

Contando con los conocimientos administrativos y organizacionales, se presentan de manera puntual, las formas de dar solución a las falencias que se encuentran y lograr el fortalecimiento de estas. Siendo el enfoque total hacia la realización satisfactoria del correcto funcionamiento del proceso productivo económico de la empresa.

Gracias a las encuestas y la entrevista realizadas, se obtuvo información fiable para la realización de este proyecto o plan estratégico y se dio solución a cada objetivo propuesto en el transcurso del tiempo, al final el resultado fue favorable.

Capítulo 1. Diseño de un plan estratégico para el mejoramiento del desempeño organizacional de la Ferretería Distrieléctricos central de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

La gerencia estratégica también llamada direccionamiento estratégico, se define como la formulación de las finalidades y propósitos de una organización, donde se consignan los objetivos definidos para un largo plazo que apuntan a la perdurabilidad, sostenibilidad y crecimiento de la misma que sirve de marco referencial para los objetivos y lineamientos consagrados en el plan estratégico. Este direccionamiento nace con la necesidad que tiene la alta gerencia de orientar y enriquecer las competencias gerenciales y conducir a las organizaciones en la gestión integral y afianzar la competitividad del negocio con el conocimiento y aplicación de métodos eficaces (Gonzales y otros, 2019).

Por tal motivo, cabe resaltar la importancia de un efectivo direccionamiento estratégico que deben implementar las organizaciones, para tener mejores ventajas competitivas, dar respuesta a los cambios del entorno y estar en mejoramiento continuo y así, lograr el éxito de las empresas. De este modo, el diseño de un plan estratégico para la empresa Distrieléctricos Central se ha convertido en uno de los principales propósitos para de esta manera, mejorar su desempeño organizacional y lograr mantenerse en el mercado.

Distrieléctricos Central, nace como negocio, y se registra, ante cámara de comercio en el municipio de Ocaña, en el mes marzo del 2020 con el fin de abrir sus puertas al público y comercio de Santa Clara, un barrio ubicado en la comuna 6 del municipio. Considerando la tendencia de crecimiento de la población urbana en este sector y las necesidades de la misma respecto a, los productos relacionados con la iluminación, mantenimiento, construcción, remodelación, entre otros, necesarios para el hogar, oficinas, empresas, etc.

Esta iniciativa se generó a partir de dos aspectos claves: la primera, por la ausencia de un lugar especializado en la venta de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio, por los cuales los ciudadanos de Santa Clara debían desplazarse hasta el centro del municipio de Ocaña para adquirirlos; y, la segunda razón refiere el aprovechamiento de la experiencia laboral del representante legal en el campo eléctrico lo que desembocó en la constitución de un emprendimiento buscando la independencia laboral en pro de mejorar su calidad de vida y generar empleos futuros.

Sin embargo, Distrieléctricos Central como se puede evidenciar está en una etapa de crecimiento, no cuenta con estrategias definidas ni con bases o herramientas en donde obtener información fiable, con la cual se pueda hacer un análisis de la situación del negocio y de esta manera, tomar de forma oportuna las mejores decisiones; por tal, por el momento no cuenta con un direccionamiento estratégico, de esta manera, este proyecto de grado tiene como objetivo principal el diseñar un plan estratégico que le permita conocer todas sus fortalezas, debilidades, oportunidad y amenazas para ser llevado a cabo de manera efectiva, el cual ayude al

mejoramiento del desempeño organizacional y a la mejor toma de decisiones para que así, sirva de base para su desarrollo y crecimiento de una manera efectiva.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el direccionamiento estratégico que la Ferretería Distrieléctricos Central de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, puede implementar para mejorar su desempeño organizacional?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan estratégico para la ferretería Distrieléctricos Central de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, para el mejoramiento de su desempeño organizacional y permanencia en el mercado.

1.3.2 Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico situacional de la Ferretería Distrieléctricos Central.

Establecer la estructura orgánica, administrativa y la matriz axiológica de la ferretería Distrieléctricos Central.

Elaborar matrices estratégicas para la selección de estrategias adecuadas para la Ferretería Distrieléctricos Central.

Elaborar un plan de acción para la ferretería Distrieléctricos Central.

1.4 Justificación

La Gerencia Estratégica, es un instrumento para administrar, ordenar los cambios, donde se hacen los objetivos y se definen las estrategias para las empresas; igualmente, se da participación al liderazgo y la toma de decisiones que demande el ambiente inmediato y futuro. De la misma manera, la rapidez con que se generan los cambios al pasar de los años, genera en las empresas la necesidad de estar pendientes a las tendencias del mercado, por tal motivo, los clientes cada día poseen más información por su mayor facilidad de acceso. Por consiguiente, las organizaciones puedan alcanzar ventajas competitivas y ser sostenibles, es favorable ser dinámicos dentro del plan estratégico para así lograr la capacidad de crear conocimiento y darlo a conocer entre sus miembros, con el fin de desarrollar la aplicación del conocimiento (Gonzales y otros, 2019).

Según (Ortegòn) todas las empresas sin importar su tamaño, deben tener un plan estratégico, pues de este modo, se puede dirigir a la organización hacia el cumplimiento de la misión y el alcance de su visión. Además, estos planes tienen ventajas positivas para la empresa, entre estas se tiene la disminución de la incertidumbre y manejo del riesgo, mayor compromiso y la motivación de los empleados, aumento de la eficiencia y optimización de los recursos, se da la ventaja competitiva, enfoque en objetivos y resultados y crecimiento de la rentabilidad.

Asimismo, gracias al diseño de la planificación estratégica, se termina o se obtiene priorizado el uso de los recursos que siempre son escasos, se controla y evalúa de manera más

fácil, se involucra a las personas en la toma de decisión, por ende, se incrementa el sentido de pertenencia de la organización., se define una organización horizontal con líderes responsables para la consecución de las metas propuestas y por último, se rentabilizar el presupuesto y el dinero que normalmente no es mucho (Ruiz Barroeta, 2019).

En el plan estratégico para la empresa Distrieléctricos Central, se podrá identificar cómo se encuentra el negocio actualmente para que de esta manera se dé a conocer tanto las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con que cuenta la ferretería; también, se realizaran las matrices que darán a conocer, como está la empresa tanto interna, como externamente y competitivamente y así, le permita diseñar las estrategias que conllevan a la que la empresa este actualizada, tener la ventaja competitiva, mantenerse en el mercado, que se adapte a los cambios del entorno y tomar las decisiones de manera eficiente.

Por lo anterior, es de relevancia el diseño de los planes estratégicos en las organizaciones o empresas para su eficaz funcionamiento. Asimismo, contar con un plan estratégico adecuado en Distrieléctricos central, hará que la empresa se proyecte de tal manera de que, cuente con las herramientas necesarias para crecer, desarrollarse y mantenerse en la ciudad, con mira hacia el futuro.

Al establecer procesos para formar empresas y su puesta en marcha, la factibilidad de este y como se solventarían a lo largo de su accionar económico, se presentan diferentes enfoques y posibles soluciones, las cuales se estudian a través de conceptos, graficas, formulas y ecuaciones para proporcionar resultados en papel, de su funcionamiento en la sociedad.

A través de todos estos estudios se considera y en base a la normatividad por parte de la institución, que, cumpliendo con la presentación de proyectos y prácticas administrativas, se completa el ciclo de aprendizaje dando como resultado una persona profesional en la rama administrativa, y que por lo tanto capacitada con liderazgo para dirigirse a ejercer como tal.

Al concluir de esta manera, la formación instructiva por parte de la institución, la introducción a la socioeconomía crea un espacio, en el cual se adapta a parámetros no incluidos en la formación. Es aquí donde en este proyecto se da la importancia del estar en funcionamiento como empresa, mediante el proceso de investigación, formulación y estudios para el fortalecimiento tanto de la empresa como del estudiante en práctica real, siendo enfrentado a la experiencia y la promoción del liderazgo que ya no está solo en el papel.

Por lo tanto, la institución al reflejarse como formadora de proyectos funcionales, encuentra en esta tesis una realización de lo que se quiere establecer como responsabilidad social y la capacidad de instruir líderes, que no solo buscan pertenecer a otros proyectos sino también llevar a cabo los suyos. De tal forma, se recalca que, siendo una herramienta de estudio, esta fortalece a los administradores profesionales para que tenga los parámetros necesarios de conocimiento y más aún si este ya se encuentra en marcha.

1.5 Delimitaciones

Las principales delimitaciones de este trabajo fueron:

1.5.1 Operativa

Acceso a la información y procesos internos por parte del representante legal de la empresa objeto de estudio.

1.5.2 Conceptual

En este proyecto se tendrán en cuenta los siguientes conceptos: evaluación estratégica, plan estratégico, direccionamiento estratégico, evaluación interna y externa, matriz axiológica, estructura orgánica y administrativa, juego matricial, matriz EFI, EFI, DOFA, MPC PEEA y matriz de la estrategia principal, plan de acción.

1.5.3 Temporal

La realización de este trabajo de grado tendrá una duración de ocho semanas (8), cuya planeación se da a conocer en el cronograma de actividades.

1.5.4 Geográfica

El trabajo de grado de realizar en la ferretería Distrieléctricos Central, ubicada en Ocaña, Norte de Santander.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 *A nivel internacional*

La planeación estratégica un proceso a través del cual los líderes organizacionales determinan la posición y perspectiva a futuro con miras a identificar metas y objetivos para la organización. Igualmente, implica establecer la secuencia en que deberían ser alcanzados los objetivos para llegar a la visión propuesta. Se lleva a cabo dentro de las acciones de la gerencia organizacional permitiendo así que se determinen las prioridades, enfocando energía y recursos en el fortalecimiento de las operaciones, asegurando que el equipo de trabajo se encuentre orientado a las metas comunes (Popular Impulsa, 2018).

De la misma manera, la gestión estratégica se plantea como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permiten a una empresa lograr sus objetivos; delinea por un lado la misión de la organización, mientras que por el otro lado su dirección futura, los objetivos estratégicos a largo plazo, a la vez que define estrategias y políticas para lograrlos; todo ello apoyado en procesos de evaluación del entorno tanto externo como interno a la organización (González y otros, 2021).

Teniendo los planes estratégicos un impacto favorable en las organizaciones o empresas que las implementan. Pues esto ayuda a orientarlas, a que todos estén enfocados en una misma

línea y tener un camino a seguir para mejorar y tener más efectividad en todo. Igualmente, los ayuda a diseñar o mejorar su estructura teniendo así, una mejor ventaja competitiva para la organización.

Existen variados planes estratégicos, por mencionar, algunos elaborados sobre ferreterías: “Propuesta de un plan estratégico para la ferretería “san Antonio” de la ciudad de zumbi cantón centinela del cóndor de la provincia de Zamora Chinchipe” realizado en Ecuador en el año 2017. El cual tiene como fin mejorar la estructura organizacional en donde existe una participación de todos quienes hacen parte de la empresa Ferretería “San Antonio” (Quezada Torres, 2017).

“Elaboración de un plan estratégico para la empresa “tecniferretería Ricaurte” para el año 2010”. Según sus autores dicen que la aplicación de un plan estratégico se ha vuelto muy importante debido a la gran necesidad de mejorar el desenvolvimiento de las actividades en las que incursionan las empresas para alcanzar el éxito y a factores externos en donde las personas tienen que enfrentarse a un mercado cada vez más competitivo. Y que consideraran de manera primordial el área administrativa donde aplicaremos un plan estratégico (Fernandez Leòn & Sinchi Padilla, 2010).

2.1.2 A nivel nacional

En el plano nacional, planes estratégicos como es de la Ferretería Su Casa constructora 2012 – 2015. Consiste en la elaboración del plan estratégico para Ferretería Su Casa Constructora teniendo en cuenta la primera etapa del proceso de Administración Estratégica

planteado por David (2003); de la misma manera, la formulación de la Misión del negocio, las evaluaciones Interna y Externa, el Análisis de la información y la respectiva propuesta de mejoramiento (López Eraso, 2011).

Diseño de un plan estratégico para la ferretería ferromero 2017 – 2019. Es una famiempresa que no cuenta con una estructura organizacional definida, no posee plan estratégico, ni políticas, además de esto no se evidencia sistema financiero el cual ayude a soportar con cifras reales lo que en verdad está dejando de recibir la ferretería como ganancias o si esta por el contrario asumiendo perdidas, por tal motivo no ha sido competente en su objeto social. Esto genera la pérdida de credibilidad con los clientes, rentabilidad y crecimiento (Camacho Olarte, 2017).

Plan Estratégico Para La Ferretería La Tienda Del Constructor años 2020 – 2022. Para los autores la importancia de este trabajo se recalca en que la economía de la población donde se va a aplicar este proyecto se basa en su mayoría por empresas de tipo micro entonces si se aplican este tipo de herramientas se está ayudando, mejorando la economía de todo el territorio (Lozano Navarro & Trujillo Vergara, 2020) .

2.1.3 A nivel local

En el ámbito local no se encontró el desarrollo de algún plan estratégico para esta empresa, pero si se conoció de adelantado para la Ferretería El Retiro, de propiedad de Leonardo Arévalo

y Adolfo Arévalo Becerra, ubicada en el barrio el Retiro; ejercicio realizado por estudiantes de Administración de Empresas de la UFPSO.

2.2 Marco Contextual

El diseño de un plan estratégico para el mejoramiento del desempeño organizacional de la ferretería Distrieléctricos Central, se realizará o se contextualizara en la ciudad de Ocaña, norte de Santander; la cual fue fundada el 14 de diciembre de 1570, por el capitán Francisco Fernández de Contreras. También es conocida como la ciudad de los Caro, esta posee gran riqueza histórica, cultural y paisajística. Su naturaleza, su gente, su historia y el espectacular clima la hacen un sitio atractivo para visitar.

Ocaña fue una de las principales provincias durante la época de la colonia y jugó un papel muy importante en la vida política del país. Su mayor atractivo turístico y religioso es el Santuario del Agua de la Virgen de Torcoroma, su gastronomía es irresistible y ofrece productos únicos como es el pan ocañero, las arepas, las barbatuscas y las cocotas. Culturalmente se destaca el desfile de los genitores que es reconocido como Patrimonio Inmaterial de la Nación (Ocaña Región Turística, 2015).

Este proyecto se llevará a cabo principalmente en la comuna 6 de Ocaña, la cual está conformada por los barrios Santa Clara, José Antonio Galán, La Perla, Villa Paraíso, Bermejál, entre otros. Esta parte del municipio se caracteriza por su gran comercio sobre todo en la vía principal en donde se encuentra ubicado el barrio Santa Clara en el cual se ubican la mayoría de los negocios como supermercados, almacenes, droguerías, estancos y las ferreterías Ferretodo La

Unión, El Calamar, Ferreplast, Distrimateriales que se especializan mayormente en vender elementos para la construcción como cemento, varillas, arena, etc. Los negocios que se centran en la parte de la iluminación (bombillos, paneles, cables, alambres, etc.) y un poco de la parte de la construcción solo están Distrieléctricos Central, La Evolución y Toto.

2.3 Marco Conceptual

Los principales conceptos que se abordan y dan argumento a la importancia de esta investigación son.

2.3.1 Evaluación estratégica

Consiste en revisar las principales variables relacionadas con el negocio, tanto internas como externas, con la finalidad de seleccionar las estrategias que la organización utilizará en corto, mediano y largo plazo.

Para esto, Jorge Eliécer Prieto Herrera, da a conocer estos beneficios de la Gestión Estratégica Organizacional: Sirve de base para asignar recursos, conoce el entorno de la empresa, permite que la organización sea proactiva, facilita la prevención de problemas, brinda disciplina a la administración de la compañía, aporta un marco para la comunicación organizacional, fomenta una actitud positiva hacia el cambio, delimita las responsabilidades individuales, mejora las relaciones interpersonales, da una visión objetiva de los problemas administrativos, ayuda en el manejo efectivo del tiempo, aprovecha oportunidades, minimiza amenazas, utiliza fortalezas y vence debilidades, colabora en la toma de decisiones importantes relacionadas con la estrategia (Paredes, 2010).

2.3.2 Plan estratégico

Es un documento que, partiendo del momento actual, estudia y realiza un análisis de la situación y define el camino para saber cómo, cuándo y adonde llegará la empresa o proyecto. De la misma manera, su objetivo es encauzar el éxito. Se elabora mediante reflexión, estudio, análisis, planificación, innovación y experiencia. La finalidad es optimizar y potenciar el rendimiento de las empresas. Es el pilar fundamental para la toma de decisiones empresariales.

El plan estratégico de una empresa permite: Definir objetivos, alcanzar metas ahorrando, esfuerzos de tiempo y dinero, organizar y coordinar ideas y recursos ganando eficiencia, conocer mejor la empresa, el contexto y la competencia y obtener resultados (Ortega, 2019).

2.3.3 Direccionamiento estratégico

“Es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección”. Esto implica que la dirección estratégica va más allá de la simple y tradicional planeación, puesto que trata de dar elementos a los gerentes a fin de que estén preparados para enfrentar los cambios del entorno, y las situaciones complejas y no rutinarias que la actividad gerencial requiere (Aguilera Castro, 2010).

2.3.4 Evaluación interna

Permite identificar fortalezas y debilidades de las empresas y que son su escudo con el cual hacen frente a las exigencias del entorno, al momento de implementar una determinada estrategia. El objetivo primordial es identificar los aspectos inherentes a la organización que, desde la perspectiva de la formulación de la estrategia, puedan constituir elementos restrictivos o potenciadores capaces de generar ventajas competitivas. Esta evaluación permitirá identificar las capacidades para aprovechar las estrategias y contrarrestar las amenazas identificadas en el análisis externo (Vives, 2019).

2.3.5 Evaluación externa

Es una evaluación objetiva de los cambios en marcha a nivel mundial que permite comprender mejor el entorno en que actúa la empresa. Los resultados que ofrece esta investigación en profundidad pueden servir como alerta temprana para identificar tanto amenazas potenciales como oportunidades.

La necesidad de conocer el impacto del ecosistema que rodea a la organización está motivada por el hecho de que la empresa no es un ente aislado, sino parte de un universo complejo. Todas las empresas y organizaciones operan en un mundo cambiante y están sujetas a fuerzas que son más poderosas que ellas y que están fuera de su control (Pérez, 2021).

2.3.6 Matriz axiológica.

Es realizado por la alta gerencia, donde se muestra los valores y principios contra los grupos de referencia. Esta sirve de guía para formular la escala de valores de una empresa y formar un apoyo para diagnosticar el futuro (Agudelo Gutierrez, 2009).

2.3.7 Estructura orgánica y administrativa.

Son las formas de organización interna y administrativa de una empresa u organización. Esto incluye también el reparto del trabajo en áreas o departamentos determinados según esa misma estructura. Las empresas suelen organizarse a sí mismas en base a los objetivos que se han trazado. Por otro lado, su estructura responde también al modelo de gestión interna que emplean, es decir, a cómo conciben la autoridad, la jerarquía administrativa y la división de sus labores (Raffino, 2021).

2.3.8 Juego matricial.

Las matrices son representaciones que sintetizan algunos de los factores, parámetros o características más relevantes para seleccionar el tipo de estrategia más adecuada de acuerdo a los objetivos planteados, las circunstancias del entorno, los recursos y las capacidades de la empresa. Estas combinan lo interno del negocio con factores externos del mismo o del entorno (Morales Madera, 2014).

2.3.9 Matriz EFE.

La Matriz de Evaluación de los Factores Externos es un instrumento de diagnóstico que permite hacer un estudio de campo, donde se identifican y evalúan aspectos externos que pueden dañar o influir en la expansión y crecimiento de una marca, empresa, organización o negocio. Esta matriz ayuda a los estrategas a resumir y evaluar la información social, cultural, demográfica, económica, ambiental, gubernamental, legal, tecnológica, política, y competitiva.

También, facilita la formulación de algunas estrategias que permiten aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas. Del mismo modo, permite evaluar y resumir la información política, financiera, tecnológica, ambiental, social, cultural, demográfica, jurídica, gubernamental, competitiva, entre otras (Ruiz Barroeta, 2021).

2.3.10 Matriz EFI

La matriz de Evaluación de Factores Interna, se realiza a través de una auditoría interna para de esta manera identificar amenazas y oportunidades que se relación de manera directa con la dirección, organización, control y planeación de la organización, esta matriz es muy similar a la EFE, sin embargo, su fin es distinto. Sirve para la formulación de estrategias, debido a que sintetiza y valora las principales oportunidades y amenazas de las áreas medulares de la organización lo que permite tener una visión inicial al contexto de la organización (Ruiz Barroeta, 2019).

2.3.11 Matriz DOFA

Es una herramienta estratégica de planificación, propuesta por Albert S. Humphrey, que constituye una gran ayuda para la toma de decisiones. Brinda un diagnóstico y análisis acertado de la empresa y su entorno. Obtiene su nombre del acrónimo de las palabras: Debilidades, Oportunidades Fortaleza y Amenazas. Consiste en diagnosticar la situación interna actualmente de una organización desde sus puntos débiles y fuertes, así como de su evaluación externa al examinar las posibles oportunidades y amenazas presentes (Servientrega, 2020).

2.3.12 Matriz MPC

Identifica a los competidores principales de la organización, así como sus fuerzas y debilidades, siempre guardando relación con la posición estratégica de la entidad. Los factores de una Matriz de Perfil Competitivo añaden cuestiones internas y externas, las calificaciones son referidas a las fuerzas y a las debilidades (ISOToolsExcellence, 2015).

2.3.13 Matriz PEEA

Esta matriz contiene cuatro cuadrantes, donde se muestra las estrategias, las cuales son agresivas, conservadoras, defensivas o competitivas. Los ejes de la matriz PEEA son: Fortaleza financiera (FF), ventaja competitiva (VC), estabilidad ambiental (EA), y fortaleza de la industria (FI). Las dos dimensiones internas, FF y VC, así como las dos externas, FI y EA, se pueden

considerar como las determinantes de la posición estratégica global de una organización (García Aguilera, 2011).

2.3.14 Matriz de la estrategia principal

Todas las empresas se posicionan en uno de los cuatro cuadrantes de estrategia de la matriz de la estrategia principal; las divisiones se posicionan de igual manera. Esta matriz se basa en dos dimensiones de evaluación: la posición competitiva y el crecimiento del mercado. Las estrategias que una empresa debe considerar como adecuadas aparecen en una lista en cada cuadrante de la matriz según su grado de atracción. (Calderon, 2018).

2.3.15 Plan de acción.

Es una lista de verificación de los pasos o tareas que se debe completar para lograr las metas que se han estipulado. También es una parte importante del proceso de planificación estratégica y ayuda a mejorar la planificación del trabajo en equipo. No solo en el ámbito empresarial, las personas también pueden realizar planes de acción para tener estrategias para lograr sus objetivos personales.

Los componentes de un plan de acción incluyen: describir bien el objetivo a alcanzar, tareas o pasos que deben realizarse para alcanzar la meta, personas que se encargarán de realizar cada tarea, tiempo para completar las tareas, recursos necesarios e indicadores de seguimiento. Lo bueno de tener todo en una lista en una ubicación es que facilita el seguimiento del progreso y la planificación eficaz de las cosas. Un plan de acción no es algo escrito en piedra. A medida que

la organización crezca y cambien las circunstancias circundantes, se tendrá que revisar y hacer ajustes para satisfacer las últimas necesidades (Grupo ATICO34, 2020).

Cada uno de los puntos que conforman la implementación del plan estratégico, se considera fundamental para el correcto funcionamiento y el impacto que puede brindar en la sociedad, pues capacitan a la empresa en las funciones matrices, obteniendo herramientas con las cuales identificar fortalezas y fallas con la capacidad para responder a ellas y encontrar el funcionamiento correcto.

2.4 Marco Teórico

El marco teórico bajo el cual se fundamenta este trabajo es el siguiente:

2.4.1 Teoría de la planeación estratégica:

Es un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo de una organización. En esta se incorpora los análisis internos y externos (fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades), la formulación de la estrategia, así como la evaluación y control. Del mismo modo, también es un proceso en el cual ayuda a la toma de decisiones pues al procesar y analizar la información interna y externa se evalúa la situación de la organización o empresa, su nivel de competitividad y de esta manera, anticiparse y poder decidir de manera adecuada la mejor dirección hacia el futuro de esta (Academia, 2003).

La planeación estratégica desarrolla o establece una misión, la visión, planifica y determina los objetivos y esto mejora el desempeño de las organizaciones. Por consiguiente, permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y amenazas, enfocar la visión de la organización y orientar de manera efectiva el rumbo de esta, facilitando la acción innovativa de acción y liderazgo. Gracias a esta, también se pueden enfrentar la mayoría de los problemas, intentando resolverlos de manera útil para afrontar las decisiones, anticipándose e identificando nuevas demandas (Pmentel Villalaz, 1999).

2.4.2 Teoría de la administración Estratégica:

Evalúa el proceso sistemático de un negocio, define los objetivos a largo plazo, identifica metas y objetivos, desarrolla estrategias para alcanzar estos y localiza recursos para realizarlos. De la misma manera, es considerada como una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis y toma de decisiones, que permite a las organizaciones afrontar los desafíos del entorno y adecuarse a los cambios con un esfuerzo sistemático orientado a lograr mayor eficiencia y calidad. Por consiguiente, esta se puede definir sobre la base de sus cuatro elementos esenciales: análisis ambiental, formulación de estrategia, implementación de estrategia y la evaluación y control. Estos cuatro elementos permiten la posibilidad de desarrollar una administración eficiente (Conexionesan, 2016).

Cabe resaltar, que para el señor Francisco Fano (2012) dice o escribe que H. Igor Ansoff es considerado pionero de la introducción de la cultura del pensamiento estratégico en el mundo empresarial y académico, y fue el primer autor reconocido de un libro sobre estrategia

empresarial, introductor de los conceptos y términos que han servido de base para todo el amplio desarrollo que ha tenido en todo el mundo.

2.4.3 Teoría Organizacional:

La administración es el proceso de lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, delegación de funciones, integración de personal, dirección y control de personas, creando y manteniendo un ambiente en el cual la persona se pueda desempeñar entusiastamente en conjunto con otras, sacando a relucir su potencial, eficacia y eficiencia y lograr así fines determinados. Esta es relevante pues se aplica en cualquier tipo de organización que tenga deseos de aumentar su productividad y el éxito, dependiendo para esto de la calidad del talento humano, tecnológico y material.

Por otro lado, la organización es el proceso mediante el cual se diseña estructuras organizacionales para lograr los objetivos predeterminados, tomado en cuenta la filosofía organizacional (misión, visión, valores, objetivos estratégicos), los recursos necesarios y el contexto en que actúa la institución. Del mismo modo, la organización ayuda a contribuir a que los objetivos sean significativos y favorezcan la eficiencia (optimización de recursos) y eficacia (logro de objetivos) organizacional (Miranda Castillo, 2008).

2.5 Marco Legal

En este proyecto se tuvieron en cuenta las bases legales como la Constitución Política de Colombia:

Art. 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es en derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

Código de comercio de Colombia: Capítulo II. Deberes de los Comerciantes

Art. 19 Obligaciones de los comerciantes.

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la

ley exija esa formalidad;

- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (encolombia, 2020).

Documento Conpes 3527. Consejo Nacional De Política Económica Y Social República De Colombia Departamento Nacional De Planeación. Política Nacional De Competitividad Y Productividad (Documento Conpes, 2008).

Decreto 1651. Reglamenta el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación. Con el objetivo de fortalecer el desarrollo productivo del país, el Gobierno Nacional expidió el decreto 1651 que reglamenta el funcionamiento del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación, creado en el Artículo 172 del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad" (GOV.CO, 2019).

Resolución No. 739 de 2020. Por medio de la cual se adopta el protocolo de bioseguridad para la prevención del Coronavirus COVID-19 (Diaz, 2020).

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación

Este proyecto se abordó como desde un enfoque descriptivo con el cual se buscó describir la situación de la empresa a estudiar de acuerdo a su entorno. Este tipo de investigación ofrece información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, suceden los hechos respecto del problema a investigación, permitiendo proponer, bajo argumentos teóricos y prácticos, aspectos que se reflejen en soluciones; esta manera de investigar “describe”, no explica (Mejia Jervis, 2020).

El enfoque es de tipo mixto; cualitativo, bajo el cual se utiliza la recolección de datos sin medición numérica para conocer las respuestas de las preguntas de investigación en el proceso de interpretación, y el cuantitativo, que recolecta los datos para realizar análisis estadísticos y hallar patrones en la información interpretada (Parra, 2013).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población objeto de estudio de este estudio está conformada por los clientes, contratistas y el propietario de la Ferretería Distrieléctricos Central.

3.2.2 Muestra

La muestra estuvo definida a conveniencia, considerando el acceso a la información y la disponibilidad de las personas que harían parte de recurso para obtener la información. Estuvo representada por seis (6) contratistas, veintidós (22) clientes, y el propietario de la empresa.

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis

La técnica utilizada fue una encuesta aplicada mediante un instrumento como fue el cuestionario, donde se realizó preguntas cerradas haciendo uso de la escala de Likert. De manera complementaria se realizó una entrevista al propietario de la empresa.

3.4 Análisis de la información

El análisis de las encuestas se realizó entre el primer y segundo semestre del año 2022.

Inicialmente se realizó un diagnóstico situacional de la Ferretería Distrieléctricos Central, a través de la aplicación de los instrumentos señalados anteriormente. Luego se procedió a hacer la tabulación de la información haciendo uso del programa de Excel para posterior análisis.

En el siguiente paso, se revisó la estructura orgánica, administrativa y la matriz axiológica de la ferretería Distrieléctricos Central. Paralelamente, se elaboraron las matrices estratégicas para la selección y definición de las estrategias adecuadas para la Ferretería Distrieléctricos Central conforme a los resultados de la información analizada del trabajo de campo.

Finalmente se elaboró un plan de acción para la Ferretería Distrieléctricos Central.

3.4.1 Resultados iniciales del diagnóstico

Una vez obtenida la información a través de la entrevista realizada al propietario de la ferretería Distrieléctricos Central, contando así con las referencias o datos actuales e importantes del negocio requeridos para su respectivo análisis a través del diseño del plan estratégico se darán a conocer a continuación:

El emprendimiento de la Ferretería se fue gestando mediante el conocimiento adquirido a través de la labor realizada por el dueño o representante legal en los diferentes establecimientos comerciales relacionados con el tema ferre-eléctrico y la compra y distribución de estos productos, que generalmente se comercializaban en la zona centro de Ocaña por lo cual nace el deseo de acercar a la comunidad norte la facilidad de adquirir estos productos con el mismo valor que obtendrían con los demás distribuidores más distantes a través de la creación de la Ferretería Distrieléctricos Central.

La empresa inició a partir de enero de 2020 y se constituye legalmente ante Cámara de Comercio de Ocaña en el mes de marzo del año 2020 y aún continúa prestando sus servicios en la zona norte para beneficio de la comunidad. La Ferretería Distrieléctricos Central no cuenta con una estructura orgánica ni administrativa, por el momento solo la administración de su propio dueño, el cual se encarga de su publicidad, y atención personalizada. De igual manera, la venta compra y distribución de los productos que ofrece.

Por otra parte, la ventaja competitiva que tiene el negocio según la respuesta del dueño es su atención personalizada en toda la ciudad, el vasto conocimiento y la disponibilidad hasta 24 horas para su público y distinguida clientela.

Para la Ferretería Distrieléctricos Central la mayor amenaza es dejar de crecer, por lo cual se detendría el impulso empresarial y las metas principales que se desean alcanzar, ya que la competencia económica de las demás empresas hace que este en constante evolución sobre los nuevos productos y servicios que podemos ofrecer y como los podemos ofrecer de la mejor manera.

Los principales clientes, son técnicos electricistas, maestros de obra de la construcción, amas de casa y estudiantes. Los precios que maneja este negocio, son altamente competitivos respecto de la competencia que pueda tener, tanto en la zona norte como en el centro de la ciudad, pues al contar con distribuidores directos de productos ferre-eléctricos la empresa logra una estabilidad comercial y una competencia a la par.

Por consiguiente, los clientes generalmente son recurrentes por los precios que ofrece, la excelente atención, al cumplimiento de las garantías y a la capacidad de poder atender en horarios flexibles.

Dentro de sus objetivos, la Ferretería Distrieléctricos Central tiene, el crecimiento y la amplitud a otras zonas, contando con una capacidad de encontrar no solo productos y servicios como los que ya ofrece, sino que este crecimiento a través del tiempo, permita abarcar otras

áreas, de material tipo pesado en las grandes construcciones de edificaciones modernas, línea de hogar y servicios para el hogar. Brindando, no solo la atención y la venta de los productos, sino que en algunos casos si el cliente llegase a requerir la instalación de sus productos ofrecerle la facilidad y la comodidad. Contando así, con la posibilidad de expansión a través del departamento y área nacional.

La Ferretería Distrieléctricos Central, también cuenta con tipo de pagos en efectivo y a través de plataformas digitales tales como Bancolombia a la mano, o su otra plataforma NEQUI, o Daviplata para brindar la comodidad y una mejor experiencia de pago a la distinguida clientela.

Cuenta con una variedad de proveedores tanto locales como nacionales que principalmente le distribuyen productos de iluminación: lámparas, bombillería, paneles led, tubería Conduit. Distribuidores de herramientas como taladros, pulidoras, alicates tipo electricista etc. Productos del hogar, multitomas, te eléctricas interruptores etc.

Por último, la Ferretería Distrieléctricos Central, afronto el reto de iniciar su labor en plena pandemia (COVID-19) con las de las restricciones dadas por el gobierno, y a su vez como se sabe, no fue nada fácil para todo el mundo. Esta hizo que la empresa creciera de a poco y en un trayecto más largo, pero formando un camino sólido, el cual se sigue manteniendo. La lucha económica que la pandemia significo para el amplio sector del comercio, se puede clasificar como una reinención del modelo económico que ya se había establecido, de manera que el internet, las redes sociales se volvieron fundamentales y a estas mismas se acudió para continuar

con la labor como lo son Facebook, Instagram, las cuales brindaron la posibilidad de ofrecer los productos en la cuarentena obligatoria.

3.4.2 Resultados de las encuestas resueltas por los clientes de la Ferretería Distrieléctricos

Central

La información que a continuación se muestra fue brindada por los clientes de la Ferretería Distrieléctricos Central.

Tabla 1

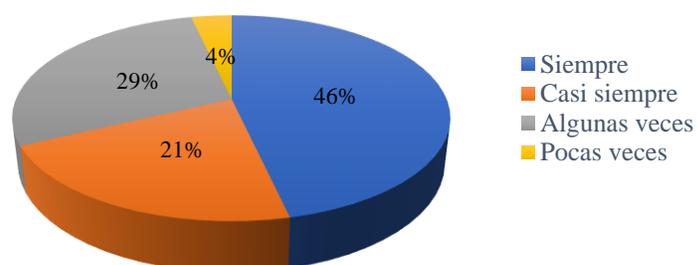
Frecuencia de asistencia a Distrieléctricos Central

Ítem	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	13	46%
Casi siempre	6	21%
Algunas veces	8	29%
Pocas veces	1	4%
Total	28	100%

Nota. Autora

Figura 1

Frecuencia de asistencia



Nota. Autora

De acuerdo con la anterior gráfica, la mayoría de las personas se acercan con un 46% de favorabilidad a la ferretería, lo que se indica que a esta siempre acuden a la compra de los productos que se ofrecen o requieren. Por otro lado, también es relevante el 21% y 29% de las personas que solo casi siempre o algunas veces se acercan a la ferretería, por motivos de cercanía o ubicación.

Tabla 2

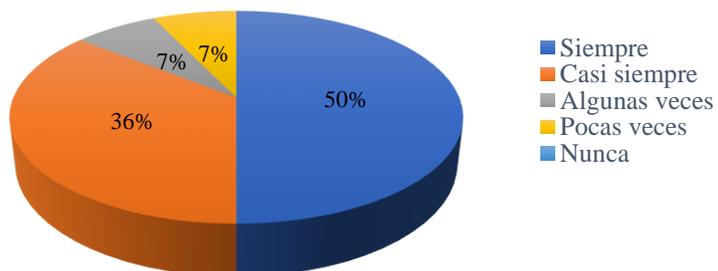
Frecuencia de compra de productos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	14	50%
Casi siempre	10	36%
Algunas veces	2	7%
Pocas veces	2	7%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Nota. Autora

Figura 2

Frecuencia de compra



Nota. Autora

Los clientes o personas que compran los productos que necesitan en la ferretería lo hacen siempre con un 50% como se observa, y otro 36% lo hace casi siempre; debido a, que en ocasiones no se tiene el producto que se busca o no es de la marca que se requiere; en su mayoría los productos más vendidos son los bombillos, paneles, lámparas, interruptores y tornillos.

Tabla 3

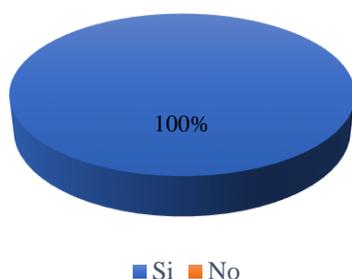
Atención brindada idónea

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	100%
No	0	0%
Total	28	100%

Nota. Autora

Figura 3

Atención brindada



Nota. Autora

El 100% de los encuestados cree que la atención brindada por parte de Distrieléctricos Central es idónea o adecuada, debido a, que el trato es con la mayor amabilidad, respeto y experiencia en este tipo de productos por parte del dueño o representante legal del negocio, por

su larga experiencia en la atención de ventas según las repuestas dados por las personas o clientes.

Tabla 4

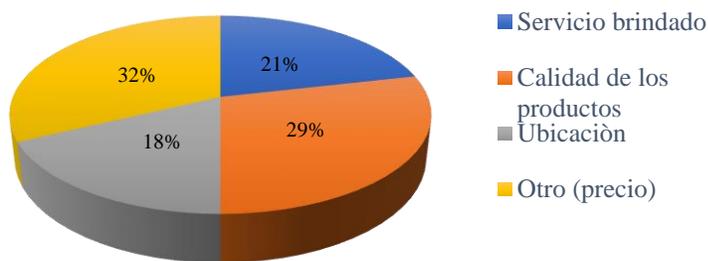
Atracción de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Servicio brindado	6	21%
Calidad de los productos	8	29%
Ubicación	5	18%
Otro (precio)	9	32%
Total	28	100%

Nota. Autora

Figura 4

Atracción de la empresa



Nota. Autora

Como se puede observar en la gráfica los clientes o personas encuestadas (32%) prefieren o les llama la atención de la ferretería los precios que se ofrecen, debido a, que se maneja estos de acuerdo al precio estándar del mercado o incluso más económicos. La calidad en los productos también influye en que se acerquen a este sitio (29%), siendo estos de marcas

reconocidas y confiables. Por último, y sin menos importancia el servicio o la atención brindada es de agrado para los interesados en un 21% pues se les trata de manera respetuosa. También la ubicación de este negocio, varios manifiestan que si se encontrara más cerca de la central donde es más transitado se diera a conocer y tendría más ventas.

Preguntas abiertas realizadas en la encuesta a los clientes de la Ferretería

Distrieléctricos Central

Con el propósito de conocer información más clara y precisa de que por qué los clientes prefieren a Distrieléctricos Central y cuáles son sus sugerencias para mejorar o cambiar se vio en la necesidad de realizar preguntas abiertas para constar con estas experiencias u opiniones.

Pregunta No. 2 ¿Por qué prefiere usted a la ferretería Distrieléctricos Central de otras?

De acuerdo a las respuestas dadas por la población o clientes de la ferretería, dan a conocer que la principal razón por la que la prefieren son sus accesibles precios, sin embargo, la calidad de sus productos y la atención brindada, la cual es con mucha amabilidad y respeto por parte de su dueño o propietario también contribuye.

La experiencia del propietario ha sido un aspecto importante pues es conocedor de los productos de los cuales los clientes no lo son, este los asesora y les recomienda la mejor opción para que así las personas se vayan satisfechos y agradecidos.

Pregunta No. 6 ¿Qué sugerencias u opiniones ofrece para mejorar la ferretería?

Respecto a esta pregunta la sugerencia u opinión que más se destacó de las respuestas de las personas o clientes fue la tener el servicio de domicilio para que de esta manera, se haga más fácil llevar los productos o elementos hasta su lugar de destino y que no se presenten inconvenientes que afecten la compra o los productos.

Por otro lado, la ubicación de esta es de ayuda para las personas que necesitan los productos, pue ellos no tienen la necesidad de ir hasta el centro de la ciudad para conseguirlos. Sin embargo, el negocio no se encuentra en la vía central y por esto, los clientes sugieren que en la posibilidad se trasladen donde sea más visible y así, atraer más atención.

Capítulo 4. Resultados

Este capítulo se encuentra organizado conforme a la descripción de los resultados conseguidos para cada objetivo propuesto.

4.1 Diagnostico situacional de la Ferretería Distrieléctricos Central.

Para llevar a cabo, o inicio del proceso estratégico se realizó la entrevista al propietario quien es el mismo representante legal de la ferretería y las encuestas aplicadas a los clientes o población, que permitió una vista previa de la situación en la que se encuentra Distrieléctricos Central. Con la puesta en marcha de estas técnicas de recolección de datos e información se dio a conocer aspectos importantes que serán dados a conocer en adelante, dando así, a conocer un diagnóstico de la ferretería.

Distrieléctricos Central, se dedica a la venta de elementos o productos de ferretería y eléctricos, como lo son las llaves de agua, tubos, cintas, paneles, bombillos, plafones, tomas, interruptores, etc. Siendo elegida o preferida por sus clientes por la calidad de sus productos, por el buen servicio al cliente, por los precios que manejan y por su ubicación.

Siendo su ubicación estratégica, gracias a que, está ubicada en la zona norte de la ciudad donde el comercio o transeúntes son más fluidos y así estos no tienen que trasladarse hacia el centro de esta y no hay tantos negocios o ferreterías. Sin embargo, no se encuentra localizada en la vía central y esto causa poca visibilidad por parte de las personas que transitan por esta calle.

También, aunque su infraestructura no es mala, se identificó mejorarla por un espacio más amplio e iluminado.

La experiencia del propietario y representante legal es de ventaja, pues conoce ampliamente los productos, los cuales los clientes no, este les informa, aconseja y sugiere la mejor opción para que así las personas se vayan satisfechos y agradecidos.

Distrieléctricos Central, cuenta con varias formas de pago, como lo son en efectivo, por plataformas digitales como Nequi, Daviplata y Bancolombia a la mano; para que de esta manera les quede más fácil a las personas o clientes a la hora del pago. También maneja varias redes sociales, como Facebook, WhatsApp e Instagram, donde se dan a conocer los productos ofrecidos y que fueron de gran ayuda durante el tiempo de la pandemia (cuarentena).

Con el fin de que el traslado de los productos comprados por los clientes, sean llevados de manera adecuada y para que estos no tengan que pagar demás, se idéntico necesario la puesta en marcha de tener un servicio a domicilio para de este modo, no tener problemas o inconvenientes con las mercancías.

De acuerdo con el anterior análisis, sobre la situación actual de Distrieléctricos Central, se hace necesario llevar a cabo un apropiado diseño del plan estratégico, con el fin de crear estrategias que permitan mejorar el desempeño organizacional y duración o permanencia en el mercado.

Tabla 5*Matriz DOFA*

MATRIZ DOFA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Amplio conocimiento y experiencia en el sector ferretero.	1. No cuenta con un marco axiológico
2. Calidad y variedad en los productos ofrecidos.	2. Su infraestructura y ubicación no es la adecuada.
3. Idónea atención a los clientes.	3. No tiene servicio a domicilio.
4. Variedad en las formas de pago y redes sociales.	4. Carencia de personal.
5. Precios accesibles.	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Abarcar nuevas áreas o líneas.	1. Mayor o aumento de la competencia.
2. Mayor reconocimiento.	2. Disminución de la demanda.
3. Mejorar la infraestructura y ubicación.	3. Inflación de los precios.
4. Nuevos proveedores.	4. Incremento del dólar.

Nota. Autora

4.1.1 Reseña histórica de la ferretería Distrieléctricos Central

Distrieléctricos Central es una empresa o negocio colombiano, que se dedica a la comercialización de una variedad de productos de iluminación como lo son los bombillos, paneles, interruptores, breaker, tubos, entre otros y ferretería como llaves de agua, teflón, codos y te de agua, etc.

La Ferretería como emprendimiento, se fue gestando mediante el conocimiento adquirido a través de la labor realizada por el dueño o representante legal en los diferentes establecimientos comerciales relacionados con el tema ferre-eléctrico y la compra y distribución de estos productos, que generalmente se comercializaban en la zona centro de Ocaña por lo cual nace el deseo de acercar a la comunidad norte la facilidad de adquirir estos productos con el mismo valor

que obtendrían con los demás distribuidores más distantes a través de la creación de Distrieléctricos central.

Por consiguiente, se crea o inicia el negocio a partir de enero de 2020 y se constituye legalmente ante cámara de comercio de Ocaña a la fecha de marzo del año 2020 y aún continúa prestando sus servicios para beneficio de la comunidad.

Al principio, atendía al público en la vía central del puente de la sal, de la zona norte. Pero como esta empezó a funcionar en plena pandemia se vio bastante afectada, pues como es de conocimiento general trajo consigo la cuarentena y medidas de precaución importantes. Por tal motivo, después de laborar unos meses allí se vio en la necesidad de dejar este local y ubicarse en la misma zona, pero aislada de la vía central.

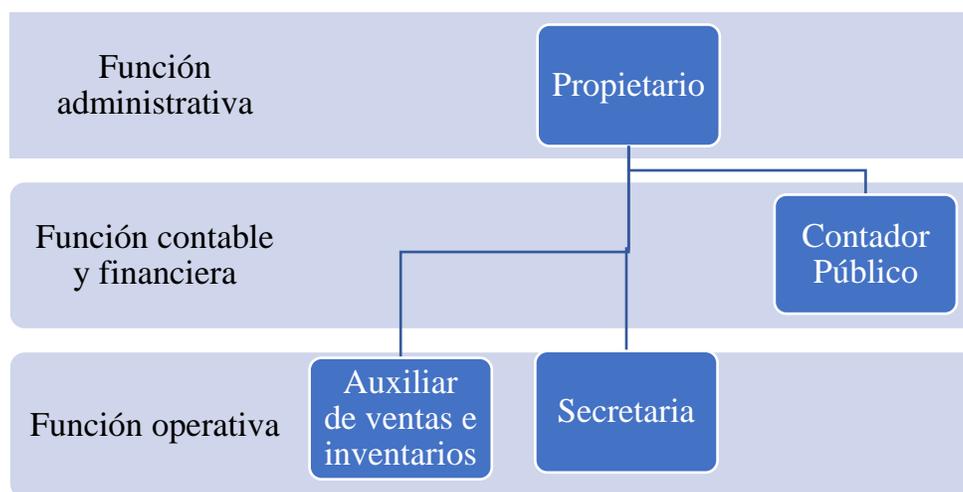
4.2 Establecimiento de la estructura orgánica, administrativa y la matriz axiológica de la ferretería Distrieléctricos Central.

Distrieléctricos Central no cuenta con una estructura orgánica, administrativa ni matriz axiológica que sea de ayuda a su mejoramiento, credibilidad y desarrollo, los cuales son variantes de importancia para la gestión de manera correcta o estratégica del negocio. En consecuencia, se ha diseñado una forma de organización interna, a partir de los procesos identificados en el trabajo de campo, así como también se ha creado aspectos axiológicos de la siguiente manera:

4.2.1 Organigrama

Se realizó un organigrama de tipo general, en donde se muestra información representativa de la ferretería Distrieléctricos Central, resaltando cierto nivel jerárquico.

Figura 5
Organigrama



Nota. Autora

Según la Figura 5, se establece una jerarquía conforme a los procesos de función administrativa, contable, financiera y operativa, que podría adoptar el negocio dada la complejidad de sus operaciones en la actualidad. Esto permitirá un mejor análisis tanto interno como externo de la organización conforme los roles de cada participante en el logro de la misión y visión.

4.2.2 Visión

Ferretería Distrieléctricos Central espera convertirse en una empresa reconocida en Ocaña y su zona de influencia por la oferta variada de elementos y artículos de ferretería a costos cómodos, de fácil pago y de calidad, acompañada de asesoría personalizada ajustada a las necesidades de cada cliente.

4.2.3 Misión

La Ferretería Distrieléctricos Central es una empresa que se distingue por su excelente atención al público, horarios flexibles de atención y muy buenos precios, contando con una vasta experiencia en la rama eléctrica y ferretera en la cual se enfoca, basados en la versatilidad del consumidor buscando brindar confianza y afinidad.

4.2.4 Valores y principios de la Ferretería Distrieléctricos Central

En toda organización o empresa tanto los valores como los principios corporativos son base fundamental para estas puesto que dan a conocer la identidad, ayudan a generar confianza posicionarse en el mercado. En ausencia de estos elementos en la Ferretería Distrieléctricos Central, se realizó una matriz axiológica para identificar los valores y principios junto con sus grupos de referencia de la siguiente manera:

Tabla 6
Matriz axiológica

Valor/Principio	Estado	Sociedad	Familia	Clientes	Proveedores	Inversionistas
Transparencia		x		x	x	x
Confianza en el Servicio	x	x	x	x		
Calidad		x		x		
Honestidad	x	x	x	x	x	x
Respeto		x	x	x	x	x
Ética	x	x	x	x	x	x
Cumplimiento		x		x	x	x

Nota. Autora

Como se observa en la tabla anterior, los valores y principios que más se destacan en Distrieléctricos Central y que definen su actuar son:

a) Valores

Transparencia. La información que se brinde a los clientes debe ser clara, siempre con la verdad, para que así, puedan comprenderla.

Confianza en el servicio. Ofrecer un servicio idóneo a las personas o clientes que genere su confianza y de esta manera, las partes interesadas terminen satisfechas con el resultado.

Calidad. Brindar productos que garanticen los parámetros de calidad y garantía a los clientes, para que, de este modo, en ellos se genere esa seguridad de que lo que se llevan cumple con los requisitos solicitados.

b) Principios

Honestidad. Ser personas que actúen de manera coherente, hablando con la verdad, que lo que se piensa se hable y haga para que no haya malos entendidos o consecuencias.

Respeto. Tratar a todos los involucrados de manera prudente y con el respeto que se merecen cada uno. Reconociendo y aceptando que todos tienen diferentes maneras de pensar.

Ética. Conducirse o proceder de manera o bajo conductas morales, para no afectar e involucrar a los demás o a uno mismo.

Cumplimiento. Cumplir con las obligaciones llevadas a cabo de manera adecuada para que los clientes o personas se sientan satisfechos con la atención.

4.3 Elaboración de las matrices estratégicas para la selección de estrategias adecuadas para la Ferretería Distrieléctricos Central

Teniendo en cuenta la información recolectada en la encuesta a los clientes, contratistas y la entrevista al representante legal de Distrieléctricos Central, se logró identificar variables

internas y externas que impactan la empresa con las cuales se consiguió elaborar un juego matricial para la Ferretería.

En los factores tanto internos como externos, se darán a conocer las debilidades y fortalezas, las oportunidades y amenazas, con las que cuenta, la Ferretería buscando crear estrategias que se ajusten al negocio y que, por tal motivo, la empresa avance.

4.3.1 EFI (Evaluación del Factor Interno)

Es una matriz utilizada como ayuda por las empresas para analizar las influencias tanto negativas o positivas en el crecimiento y durabilidad en el mercado. Asimismo, permite realizar una auditoría interna para tener una visión en general, y, por tanto, dar a conocer las fortalezas y debilidades de las empresas o de las áreas en que estén divididas. Lo cual es fundamental hacer antes de planear estrategias y así, ser direccionadas de la mejor manera para que las empresas logren sus objetivos y perduren en el mercado.

Los puntos a tener en cuenta para su realización son: primero se debe hacer un cuadro con cuatro columnas, una para las fortalezas y debilidades de la empresa, en la siguiente se pondrá una nota que varíe entre 0,00 y 1,00 a cada uno de los factores a tener en cuenta. Donde 0 es un factor sin importancia y 1,00 es un factor muy importante para el éxito de la empresa. Al final la suma debe dar en total de 1,00. En la tercera columna, se colocan los valores entre 1 y 4 que representan: 1 Debilidad Mayor, 2 Debilidad Menor, 3 Fortaleza Menor, y 4 Fortaleza Mayor. Y, por último, se multiplica la segunda con la tercera columna dando así, la cuarta columna.

Una vez realizado lo descrito anteriormente, se suman la cuarta columna y el valor de esta debe ser entre 1,00 y 4,00, siendo que el valor promedio de la calificación total ponderada es 2,5. Si esta suma da como resultado menos a esta media, da a entender o muestra que la empresa se encuentra débil, pero si por el contrario el resultado es mayor a 2,5 quiere decir que es sólida o fuerte (Munte, 2019).

Las siguientes son las **fortalezas** encontradas mediante la entrevista aplicada al representante legal o propietario de Distrieléctricos Central:

- Amplio conocimiento y experiencia en el sector ferretero.
- Calidad y variedad en los productos ofrecidos.
- Idónea y atenta atención a los clientes.
- Variedad en las formas de pago y redes sociales.

Del mismo modo, se presentan las **debilidades** vistas de acuerdo a la entrevista realizada al representante legal de la ferretería:

- No cuenta con un marco axiológico que le ayude a mejorar competitivamente.
- Su infraestructura no es la adecuada.
- No tiene servicio a domicilio.
- Su ubicación no es tan visible para los transeúntes.

Tabla 7*Matriz EFI*

FACTORES CLAVES INTERNOS	PESO	CALIFICACION	VALOR PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Amplio conocimiento y experiencia en el sector ferretero.	0,14	4	0,56
2. Calidad y variedad en los productos ofrecidos.	0,1	4	0,4
3. Idónea y atenta atención a los clientes.	0,11	4	0,44
4. Variedad en las formas de pago.	0,06	3	0,18
5. Precios accesibles.	0,1	4	0,4
6. Variedad en las redes sociales.	0,06	3	0,18
DEBILIDADES			
1. No cuenta con un marco axiológico	0,1	1	0,1
2. Su infraestructura no es la adecuada.	0,07	2	0,14
3. No tiene servicio a domicilio.	0,08	2	0,16
4. Su ubicación no es tan visible para los transeúntes.	0,1	1	0,1
5. Carencia de personal.	0,08	2	0,16
TOTAL	1		2,82

Nota. Autora

Para Distrieléctricos Central la matriz de evaluación del Factor interno EFI dio un resultado de 2,82, el cual está por encima de la media que es 2,5. Demostrando así, que la ferretería tiene fortalezas fuertes y de este modo, las debilidades van siendo mitigadas o disminuidas. Como se ha venido observando, las fortalezas más notorias son las del conocimiento y experiencia por parte del representante legal, la idónea atención al cliente, la calidad, variedad y precio en los productos, las cuales ayudaran al fortalecimiento y mejoramiento de la parte interna de la ferretería.

4.3.2 EFE (Evaluación del Factor Externo)

Con esta matriz se identifica y evalúa los factores externos (tecnológicos, legales, ambientales, etc.) que influyen en el crecimiento y desarrollo de las empresas. Y de esta manera,

se formulan estrategias que permitan dar frente o mitigar las amenazas y aprovechar las oportunidades presentadas. Los siguientes son los pasos para la elaboración de la matriz EFE:

Hacer una lista de oportunidades y amenazas más importantes y asignarle un valor a cada una entre 0.0, que es menos importante a 1.0 que es muy importante; al final la sumatoria debe dar uno. Cabe resaltar que, el peso da a entender la importancia del factor y lo que influye para alcanzar el éxito en el entorno. Luego se le asigna una calificación a cada ítem, entre 1 y 4 a cada uno, para indicar si el factor representa una debilidad mayor (1), una debilidad menor (2), una fuerza menor (3) y una fuerza mayor (4).

Por último, se hace la calificación ponderada, se multiplica cada valor asignado por cada factor y luego se realiza el valor ponderado que es la sumatoria de las calificaciones ponderadas. (Min Shum, 2018).

Oportunidades encontradas en la ferretería Distrieléctricos Central.

- Abarcar nuevas áreas o líneas de productos.
- Mayor reconocimiento.
- Mejorar la infraestructura y ubicación.
- Aplicar mayor publicidad.
- Generar alianzas con nuevos proveedores.

Según la entrevista y encuesta aplicadas estas fueron las **amenazas** relevantes encontradas de la ferretería Distrieléctricos Central.

- Mayor o aumento de la competencia.
- Disminución de la demanda.
- Inflación de los precios.
- Incremento del dólar.

Tabla 8*Matriz EFE*

FACTORES CLAVES INTERNOS	PESO	CALIFICACION	VALOR PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. Abarcar nuevas áreas o líneas de productos.	0,12	4	0,48
2. Mayor reconocimiento.	0,1	4	0,4
3. Mejorar la infraestructura y ubicación.	0,15	4	0,6
4. Aplicar mayor publicidad.	0,09	3	0,27
5. Generar alianzas con nuevos proveedores.	0,14	4	0,56
AMENAZAS			
1. Mayor o aumento de la competencia.	0,12	1	0,12
2. Disminución de la demanda.	0,09	2	0,18
3. Inflación de los precios.	0,08	2	0,16
4. Incremento del dólar.	0,11	1	0,11
TOTAL	1		2.88

Nota. Autora

En esta matriz como se puede evidenciar el resultado es favorable para la ferretería, puesto que, su entorno externo es el adecuado ya que, dio por encima de la media. Siendo que tiene mejores oportunidades como las de abarcar nuevas líneas de productos o mejorar la infraestructura y ubicación. Sin embargo, las amenazas que se encuentran son de relevancia, por lo cual es importante prestar atención a estas y buscar las estrategias adecuadas para aminorar las consecuencias que puedan traer.

4.3.3 Matriz del Perfil Competitivo

Aquí se da a conocer los principales competidores de una empresa, los cuales se comparan con los factores críticos de éxito del mercado y así, se reconoce mejor la parte externa como su competencia. Al realizar este análisis salen a relucir aquellas fortalezas y debilidades que se tiene frente a la competencia y gracias a esto, la empresa reconocería que áreas podría perfeccionar y cuáles defender o proteger (Riquelme, 2022).

Para la realización de esta matriz, lo primero que debe buscar son aquellos factores críticos que son clave para el éxito de la empresa. Se les coloca un peso entre 0,0 mínima importancia a 1.0 mayor importancia y esta sumatoria debe dar uno. Luego se le da una calificación de 4 a 1, donde 4 es una gran fortaleza, 3 es una fuerza menor, 2 es una debilidad menor y 1 es una gran debilidad referente a cada ítem mirando la importancia que tienen.

Por último, se multiplica el peso por la calificación para cada empresa y se suman para un total. Por consiguiente, la empresa que obtenga un mayor puntaje al final es razonablemente mejor que los competidores que tenga.

Con esta matriz del perfil competitivo, se indaga como se encuentra la ferretería con respecto a sus competidores, por tal motivo, se busca empresas o negocios que se dediquen a lo mismo para así, hallar los factores críticos de éxito. Estas se hallaron por observación directa, las cuales se encontraron la ferretería TOTO, que se ubica de 3 a 4 cuadras arriba de Distrieléctricos Central y la ferretería LEON a una cuadra.

Tabla 9*Matriz del perfil competitivo*

Factores críticos de éxito	Peso	Distrielectricos Central		Ferreteria Toto		Ferreteria Leòn	
		Calificaciòn	Resultado	Calificacion	Resultado	Calificaion	Resultado
1. Experiencia del personal.	0,12	4	0,48	4	0,48	3	0,36
2. Calidad y variedad de productos.	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45
3. Ubicaciòn geogràfica.	0,16	3	0,48	4	0,64	4	0,64
4. Infraestructura fisica.	0,12	3	0,36	4	0,48	4	0,48
5. Uso de publicidad.	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36
6. Atenciòn al cliente.	0,14	4	0,56	3	0,42	3	0,42
7. Competitividad en los precios.	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3
8. Personal suficiente e idoneo.	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27
TOTAL	1		3,41		3,5		3,28

Nota. Autora

En la matriz del perfil competitivo como se observa en la anterior tabla, Distrieléctricos Central obtuvo un segundo lugar, con respecto a, su competencia más fuerte como lo es Ferretería Toto. Cabe resaltar, que esto resulta que, la ferretería se encuentra un poco débil en estos factores críticos de éxito; principalmente su ubicación poco visible para los transeúntes, su infraestructura pequeña y la competitividad con respecto a los precios, pues estando la ferretería Toto más tiempo en el mercado y comprando en mayores cantidades este puede ofrecer un mejor precio a los clientes.

4.3.4 Matriz DOFA

Es una matriz que ayuda a conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa o negocio. Recalcando las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas que hayan, para que

de este modo las estrategias a planear sean las adecuadas y se tomen las mejores decisiones (Da Silva, 2021). De acuerdo a esto, se tiene:

Tabla 10

DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ DOFA	1. Amplio conocimiento y experiencia en el sector ferretero. 2. Calidad y variedad en los productos ofrecidos. 3. Idónea atención a los clientes. 4. Variedad en las formas de pago y redes sociales. 5. Precios accesibles.	1. No cuenta con un marco axiológico 2. Su infraestructura y ubicación no es la adecuada. 3. No tiene servicio a domicilio. 4. Carencia de personal.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Abarcar nuevas áreas o líneas de productos. 2. Mayor reconocimiento. 3. Mejorar la infraestructura y ubicación. 4. Aplicar mayor publicidad. 5. Nuevos proveedores.	Aprovechar la experiencia y el conocimiento en el sector, la variedad en productos y formas de pago para generar un incremento en el reconocimiento del mercado (F1 F2 F4 O2). Actualizar mas seguido las redes sociales para aumentar la publicidad (F4 O4). Cambiar la ubicación de la ferretería para de este modo seguir prestando la mejor atención a los clientes (F3 O3). Conseguir mejores proveedores para poder ampliar la gama de productos y mantener o equilibrar los precios (F5 O1 O5).	Realizar el marco axiológico para generar confianza con los clientes y proveedores y ganar reconocimiento (D1 O2 O5) Ampliar la infraestructura y así, poder ubicar nuevos productos y mejorar la publicidad de la ferretería (D2 O1 O3 O4) Contratar personal adecuado para que de esta forma se llegue a más clientes e ir ganando reconocimiento (D3 D4 O2).
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Mayor o aumento de la competencia. 2. Disminución de la demanda. 3. Inflación de los precios. 4. Incremento del dólar.	La experiencia y conocimientos adquiridos junto con los precios accesibles se deben valer hacerle frente a los nuevos competidores (F1 F5 A1). Aprovechar la variedad en formas de pago, de productos y la adecuada atención al cliente para contrarrestar la debil demanda (F2 F3 F4 A 2).	Poner en practica el marco axilógico para consolidar imagen y confianza (D1 A1 A2). Adecuar la infraestructura y contratacion de personal para disminuir la competencia y aumentar clientela (D2 D3 D4 A1 A2).

Nota. Autora

Con el resultado obtenido de la matriz DOFA, son muchas las estrategias que se pueden implementar para contrarrestar las debilidades y amenazas que la ferretería Distrieléctricos Central tiene en estos momentos y de esta manera, pueda seguir en el mercado, siga creciendo y que pueda cumplir con todos sus propósitos.

Cabe destacar, que las estrategias más factibles a un corto plazo para que estas sean llevadas a cabo, y sin restarle importancia a las demás, son las de aprovechar la experiencia y conocimiento del propietario, la variedad de producto y formas de pago para un mayor reconocimiento y estar más involucrado en las redes sociales para mayor publicidad.

4.3.5 Matriz de la Posición Estratégica y la Evaluación de la Acción (PEEA)

Permite establecer las estrategias más adecuadas una vez definida la posición externa o interna. De la misma forma, se utiliza para conocer el desempeño competitivo que tiene actualmente la empresa y su futuro, también es una herramienta de utilidad para realizar su respectivo análisis.

Comprende cuatro cuadrantes, en los cuales se indica si la estrategia es agresiva, conservadora, defensiva o competitiva para el negocio o empresa. Tiene una parte interna dividida en fuerza financiera FF y ventaja competitiva VC y otra externa dividida en fuerza de la industria FI y estabilidad del ambiente EA.

Las cuales incluyen unos factores como lo son en la parte interna: TIR, Apalancamiento, liquidez, capital de trabajo, flujo de caja, utilidad, desplazamiento del producto, participación en el mercado, calidad del producto, ciclo de vida del producto, lealtad del consumidor, entre otros. Y en la parte externa: Cambios tecnológicos, tasas de inflación, variabilidad de la demanda, precios de los productos, obstáculos al ingresar al mercado, presión competitiva, devaluación, aumento de materia prima, oportunidad de crecimiento, entre otros (Sánchez, 2015).

En cuanto a la elaboración de esta matriz, se tienen los siguientes pasos:

-Se selecciona los anteriores factores divididos en cuatro cuadrantes definidos para cada cual, (FF), (VC), (EA), (FI).

-En la parte de la FF y FI, se le asigna un valor numérico de +1 (peor) a +6 (mejor) y a la parte de la VC y EA -1 (mejor) y -6 (peor).

-Se calcula la calificación promedio de la suma de los valores y luego se divide entre la cantidad de variables en cada dimensión o parte, seguido se apuntan en cada cuadrante. Se suman los ejes X y Y, y se anota los resultados y la intersección que haya dado. Como último paso, se realiza la intersección con el punto encontrado. Con esto se mostrará la estrategia más favorable que la empresa podrá llevar a cabo para su mejoramiento.

Tabla 11

Matriz PEEA

POSICION ESTRATEGICA INTERNA		POSICION ESTRATEGICA EXTERNA	
Fuerza Financiera (FF)		Estabilidad Ambiental (EA)	
Liquidez	3	Cambios tecnológicos	-5
Capital de trabajo	3	Tasa de inflación	-5
Apalancamiento	3	Variabilidad en la demanda	-3
Tasa retorno de inversión	4	Precio del producto	-2
Flujo de caja	3	Barreras para entrar al mercado	-4
		Presión competitiva	-4
	16/5= 3,2		-23/6=-3,83
Fuerza Industrial (FI)		Ventaja Competitiva (VC)	
Oportunidad de crecimiento	4	Participación en el mercado	-3
Tecnología disponible	3	Calidad del producto	-1
Capital en movimiento	3	Ciclo de vida el producto	-2
Oportunidad de expansión	5	Lealtad del consumidor	-3
Acceso a nuevas tecnologías	3	Conocimiento tecnológico	-3
		Control sobre proveedores y distribuidores	-3
	18/5= 3,6		-15/6= -2,5

Nota. Autora

Resultados de acuerdo a la tabla:

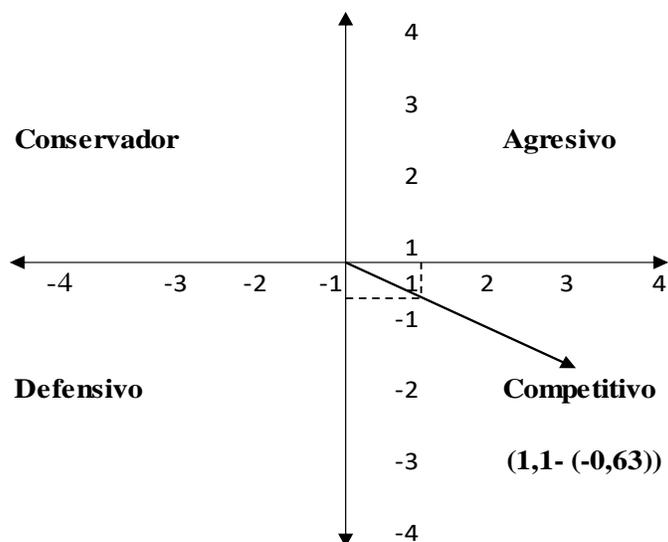
Eje vertical (Y)= FF + EA = 3,2 + (-3,83) = -0,63

Eje horizontal (X)= FI + VC = 3,6 + (-2,5) = 1,1

La ubicación gráfica de los puntos obtenidos es la siguiente:

Figura 6

Matriz PEEA



Nota. Autora

Con respecto a la PEEA, la ferretería Distrieléctricos Central se encuentra en una posición competitiva, lo cual indica que sus estrategias deben ser competitivas, como lo son la integración hacia adelante, horizontal y hacia atrás, la penetración en el mercado y desarrollo del producto.

4.3.6 Matriz de la estrategia principal (MEP)

En esta matriz las organizaciones se colocan en uno de los cuatro cuadrantes estratégicos de la cual está formada. La MEP se basa en dos dimensiones evaluativas, como lo son la posición competitiva y el crecimiento del mercado. En la matriz las estrategias a considerar la empresa se ubican o se clasifican por orden atractivo en los cuadrantes, divididos así:

-Cuadrante I. Posición estratégica óptima. Seguir concentrándose en los mercados y los productos. Las estrategias integración hacia atrás, adelante u horizontal podrían ser recomendables cuando la empresa tiene abundantes recursos. También, si se está enfocada

en un solo producto, la diversificación concéntrica puede disminuir riesgos de los productos que tienen una línea estrecha; estas se dan el lujo de aprovechar oportunidades externas y pueden correr riesgos cuando sea necesario.

-Cuadrante II. Deben evaluar el enfoque actual del mercado. Aunque su industria este creciendo, no serán capaces de competir y deben determinar por qué está pasando eso y buscar la mejor manera para cambiar y mejorar su competitividad. Las organizaciones ubicadas en este cuadrante son de la industria cuyo mercado crece velozmente, se considera una estrategia intensiva, sin embargo, si no tiene una competencia distintiva, la integración horizontal es recomendable en estos casos.

-Cuadrante III. Crecimiento lento y posiciones competitivas débiles. Las empresas deben actuar rápidamente y hacer cambios radicales para evitar su hundimiento y liquidez. Considerar disminución de costos y activos, una estrategia podría ser sacar recursos de los actuales negocios y enfocarlos a otras áreas. Como última opción de estas empresas es el despojo o liquidación.

-Cuadrante IV. Competitividad fuerte, pero en una industria que crece con lentitud. Aquí las empresas tienen abundante flujo de dinero y poca necesidad de crecimiento interno, en ocasiones, persiguen con éxito la diversificación concéntrica, horizontal o de conglomerados y pueden constituir empresas de riesgo competitivo (Canto Laurante & Dávila Zarate, 2004).

Para el análisis de este estudio se tiene:

Tabla 12
Matriz MEP

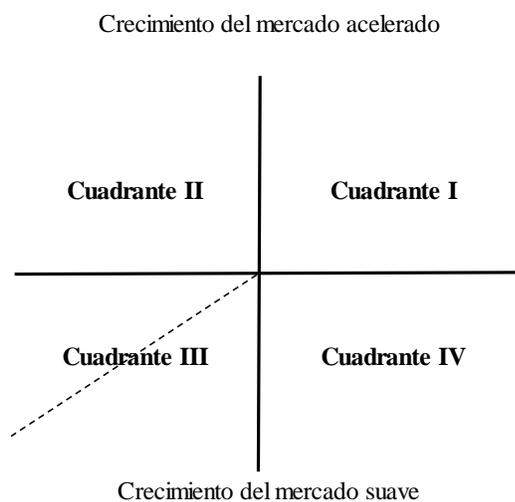


Nota. Autora con base en (Canto Laurante & Dávila Zarate, 2004).

De acuerdo a la Tabla 12, la posición para la Ferretería Distrieléctricos Central sería la siguiente:

Figura 7

Matriz MEP



Nota. Autora

Según los resultados de esta matriz la ferretería Distrieléctricos Central, pertenece en este caso al cuadrante tres (3); el cual no es muy alentador debido al crecimiento lento en el que encuentra respecto al mercado.

Para darle veracidad a estos parámetros encontrados en las matrices de estudio, contamos entonces con resultados que nos indican una forma eficaz a la cual dirigirnos para dar solución a las falencias que están presentes.

De esta forma, se llega a la conclusión que los principales resultados obtenidos por estas matrices se direccionan al mejoramiento de la infraestructura con una ubicación delimitada a la zona comercial más apropiada con la cual ampliar el rango de alcance de futuros clientes y la facilidad para los que ya viene siendo atendidos, se requiere obtener de igual manera una excelente presentación de los productos ofrecidos contando con visibilidad de fácil contacto visual, esto se lograría con espacio dentro de la infraestructura que permitan dejar visible los productos o servicios que se ofrecen y por ultimo y no menos importante la amplitud de los proveedores que surten la empresa que puedan brindar mejores precios que lleguen al consumidor final y dejando un porcentaje más grande para la empresa.

4.4 Elaboración de un plan de acción para la ferretería Distrieléctricos Central.

De acuerdo a los resultados anteriores, se propone el siguiente plan de acción para la Ferretería Distrieléctricos Central

Tabla 13

Plan de acción

PLAN DE ACCION							
Estrategia	Objetivos	Tareas o Metas	Responsable	Recursos necesarios	Financiación	Indicadores de seguimiento	Responsable del seguimiento
Competitiva	1. Mejorar la infraestructura física de la ferretería Distrielectricos Central.	Buscar un local que se encuentre lo mas cerca a la vía central. Que tenga buena iluminación tanto solar como artificial, parqueadero o donde estacionarse y amplio.	Administrador o representante de la ferretería.	Información de locales disponibles.	Presupuesto de la ferretería.	Conseguir que se cumpla lo mejor posible con los requerimientos.	Administrador o representante de la ferretería.
	2. Impulsar la publicidad de la ferretería Distrielectricos Central.	Actualizar las redes sociales y realizar promociones más seguidas. Hacer propaganda por medio de la radio o las redes sociales.	Administrador o representante de la ferretería.	Información actualizado sobre los productos, tener acceso a las redes sociales	Presupuesto de la ferretería.	Conseguir que se cumpla lo mejor posible con los requerimientos.	Administrador o representante de la ferretería.
Diversificación horizontal	3. Establecer convenios con otras ferreterías.	Contactar otras ferreterías y hacer convenios que ayuden a mejorar precios y aumentar la demanda.	Administrador o representante de la ferretería.	Información de ferreterías que quieran hacer convenios.	Presupuesto de la ferretería.	Conseguir que se cumpla lo mejor posible con los requerimientos.	Administrador o representante de la ferretería.
	4. Tener mas variedad en los productos de la ferretería Distrielectricos Central.	Contactar proveedores que ofrezcan productos de mejor calidad y mas variados y sin tantos canales de distribución.	Administrador o representante de la ferretería.	Información de nuevas empresas o proveedores.	Presupuesto de la ferretería.	Conseguir que se cumpla lo mejor posible con los requerimientos.	Administrador o representante de la ferretería.

Nota. Autora

Al establecer este plan de acción para Distrielectricos central se procedió a hacer un detallado ejercicio de todas estas acciones con las cuales se pretende no solo establecerse como una empresa fuerte de la ciudad, sino que también cuente con la capacidad de desarrollarse y por medio de este estudio forjar una visión de lo que se quiere lograr.

De esta forma, se buscó toda la información posible y se visitó por parte del dueño los lugares disponibles y que cumplieran con los requisitos, al final, no se halló por el momento un local adecuado y acorde a las necesidades. También se actualizo tanto productos viejos como nuevos en las redes sociales y se dio a conocer que abran promociones. Igualmente, se contactó nuevos proveedores que dieron a conocer sus servicios y beneficios. De los cuales, dos de estos proveedores fueron escogidos por el dueño de Distrielectricos Central por su variedad y calidad de los productos. Por último, se contactaron varias ferreterías en las cuales se está en

negociaciones para realizar los convenios y con todo esto se espera aumentar la demanda y que el negocio siga creciendo.

Capítulo 5. Conclusiones

Al dar por finalizado este plan estratégico para mejorar el desempeño organizacional de Distrieléctricos Central, se puede concluir que la ferretería tiene varios puntos que son favorables y que le ayudan para que su clientela permanezca y potenciales se acerquen. Esto se ve apoyado en la experiencia y conocimiento del propietario, por el cual la atención al cliente es de la forma más adecuada posible, la variedad y calidad en los productos que se manejan. Sin embargo, también gracias a, el diagnostico situacional realizado, se encontraron falencias que deben tener en cuenta para su mejor funcionamiento.

En el trascurso del desarrollo de este plan estratégico se logró evidenciar que no cuenta con un marco axiológico, una estructura orgánica y administrativa, por el cual se ve en la necesidad de realizarlos, para dar mayor confiabilidad y una mejor imagen tanto a sus clientes como a todo su entorno y que de esta manera Distrieléctricos Central se fortalezca y tenga mejor reconocimiento.

Con la realización del juego matricial se detectó todas aquellas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta la ferretería y con esto se realizaron estrategias competitivas y que mejoren la imagen de la ferretería, enfocadas al cuadrante III y competitivo con las cuales se pueden tomar las decesiones de una manera más acertada, que le permitan ser líder y permanecer en el mercado.

Por último, con la elaboración del plan de acción se plantean objetivos que son un camino trazado para que la empresa tenga una guía o ruta para que logren las metas propuestas y que, de esta forma, vayan en una dirección adecuada.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda al propietario de Distrieléctricos Central llevar a cabo este plan estratégico como referencia pues la información obtenida fue producto de un análisis exhaustivo que provino de fuentes confiables y actualizadas del negocio.

Poner en marcha las respectivas estrategias plasmadas en el anterior proyecto para que así, Distrieléctricos Central pueda mejorar y dar cumplimiento a la misión y visión organizacional.

Apropiarse y plasmar lo respectivo a la estructura orgánica y administrativa y marco axiológico, para que de esta manera la clientela se fidelice y la empresa se vea mejor en imagen y confiabilidad.

Tener como un camino a seguir el plan de acción para no tener que estar tomando decisiones equivocadas y que perjudican a la ferretería. Pues este ayuda a saber que debo hacer para que en un corto o largo plazo la empresa pueda evolucionar haciendo continua mejora.

Referencias

- Lozano Navarro, V., & Trujillo Vergara, J. C. (2020). *Plan Estratégico Para La Ferretería La Tienda Del Constructor AÑOS 2020 - 2022*. Plan Estratégico Para La Ferretería La Tienda Del Constructor AÑOS 2020 - 2022:
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/33027/1/2020_Plan_ferreteria_constructor.pdf
- Academia. (2003). *Academia*. Planeacion estratégica- teorías:
https://www.academia.edu/34316478/Planeacion_estrategica-_teorias
- Agudelo Gutierrez, J. I. (4 de Noviembre de 2009). *SCRID*. Matriz axiológica:
<https://es.scribd.com/doc/22070319/MATRIZ-AXIOLOGICA>
- Aguilera Castro, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. *Scielo*,
<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n28/n28a05.pdf>.
- Álvarez, A., & Melo, A. (4 de octubre de 2011). *SALCOL S.A*. Matriz Axiológica:
<http://wwwsalcolsa.blogspot.com/2011/10/matriz-axiologica.html>
- Calderon, A. (1 de Agosto de 2018). *CENINCAL*. Formulación de la estrategia:
<https://cenincal.com/formulacion-de-la-estrategia/>
- Camacho Olarte, E. L. (2017). *DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARALA FERRETERIA FERROMERO 2017 - 2019*. DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARALA FERRETERIA FERROMERO 2017 - 2019:
<https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/602/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20PLAN%20ESTRAT%C3%89GICO%20PARA%20LA%20FERRETER%C3%8DA%20FERROMERO%202017%20-%202019.pdf?sequence=1>
- Ccanto Laurante, J., & Dávila Zarate, F. (9 de noviembre de 2004). *Matrices de estrategia empresarial y BCG*. Estrategias Empresariales: <https://www.gestiopolis.com/matrices-de-estrategia-empresarial-y-bcg/>
- Conexionesan. (27 de Octubre de 2016). *¿Qué es la administración estratégica? ¿Qué es la administración estratégica?:* <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-la-administracion-estrategica/>
- Da Silva, D. (13 de julio de 2021). *Blog de zendesk*. Cómo hacer análisis FODA y planificar estrategias exitosas para tu negocio: <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-analisis-foda/>
- Diaz, J. R. (13 de Mayo de 2020). *MinSalud*. Resolución No. 739 de 2020:
https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Forms/DispForm.aspx?ID=6038
- Documento Conpes. (23 de Junio de 2008). *Documento Conpes*. POLÍTICA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD:
<http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sneci/Documents/Conpes-3527-2008.pdf>
- encolombia. (27 de Enero de 2020). *Codigo de Comercio Colombiano*. Obligaciones de los comerciantes: <https://encolombia.com/derecho/codigos/comercio-colombiano/codcomerciolibro1/>

- Fano, F. J. (06 de Junio de 2012). *Mejora Competitiva*. Resucitando a H. Igor Ansoff. Estrategias de innovación: <https://www.mejoracompetitiva.es/2012/06/resucitando-a-igor-ansoff-tres-claves-para-decidir-como-innovar/>
- Fernandez Leòn, M. S., & Sinchi Padilla, E. C. (2010). *ELABORACION DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA “TECNI FERRETERIA RICAURTE”*. ELABORACION DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA “TECNI FERRETERIA RICAURTE”:
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1107/1/tad963.pdf>
- Garcia Aguilera, J. (4 de Agosto de 2011). *UNIVA*. MATRIZ DE POSICIÓN ESTRATÉGICA Y EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN (PEEA):
<http://planestrategy.blogspot.com/2011/08/matriz-peeaa-matriz-de-la-gran.html>
- Gonzales, J., Salazar, F., Ortíz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 16.
- González, J., Salazar, F., Ortíz, R., & Verdugo, D. (Octubre de 2021). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 247. Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones:
<http://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/3002/3877#:~:text=La%20gerencia%20es%20trat%C3%A9gica%20en%20las,al%20frente%20de%20los%20negocios.>
- GOV.CO. (18 de Septiembre de 2019). *Noticia de industria*. Gobierno expide Decreto 1651 que reglamenta el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación:
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-decreto-1651-que-reglamenta-snci>
- Grupo ATICO34. (31 de Octubre de 2020). *Grupo ATICO34*. Qué es un Plan de acción y cómo diseñarlo en 5 pasos: <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/plan-de-accion/>
- ISOToolsExcellence. (16 de Marzo de 2015). *Blog Corporativo*. ISO 9001: La MPC de un Sistema de Gestión de la Calidad: <https://www.isotools.com.co/iso-9001-matriz-perfil-competitivo-sistema-gestion-calidad/>
- López Eraso, N. L. (21 de Octubre de 2011). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE FERRETERÍA SU CASA CONSTRUCTORA 2012 – 2015*. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE FERRETERÍA SU CASA CONSTRUCTORA 2012 – 2015:
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76628/1/planeacion_estrategica_casa.pdf
- Marrero, E. (s.f.). *Estructura administrativa y desarrollo organizacional*.
<https://www.monografias.com/trabajos73/estructura-administrativa-desarrollo-organizacional/estructura-administrativa-desarrollo-organizacional.shtml>
- Mejia Jervis, T. (27 de Agosto de 2020). *Lifeder*. Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Min Shum, Y. (18 de Junio de 2018). *Ssocial media, Marketing, SEO, Marca Personal*. Matriz de evaluación de factores externos (Matriz EFE – MEFE): <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>
- Miranda Castillo, R. (2008). *Teoria Organizacional*. Teoria Organizacional:
<http://www.institutodrsallares.com.ar/sites/default/files/documentos/Bibliograf%C3%ADa%20Sugerida-%20Teoria-Org-%20Pend-Acreditacion-Equivalencias.pdf>

- Morales Madera, E. (9 de Junio de 2014). *SCRID*. Aplicación de las matrices en la administración: <https://es.scribd.com/doc/228735231/Aplicacion-de-Las-Matrices-en-La-Administracion>
- Muente, G. (10 de abril de 2019). *¿Qué es la matriz de evaluación de factores internos o Matriz EFI y para qué sirve? ¿Qué es la matriz de evaluación de factores internos o Matriz EFI y para qué sirve?:* <https://rockcontent.com/es/blog/matriz-efi/>
- Ocaña Región Turística. (febrero de 2015). *Ocaña Región Turística*. Municipio de Ocaña: <https://www.ocanaturistica.com/ocana/>
- Ortega, J. (16 de Febrero de 2019). *El Plan Estratégico de una Empresa, la herramienta que te conduce al éxito*. Marketing Management: <https://josmarketing.es/plan-estrategico-de-una-empresa/>
- Ortegòn, C. (6 de mayo de 2019). *inmarketing*. Planeación estratégica: qué es y cómo hacerla para tu empresa: <https://blog.inmarketing.co/blog/planeacion-estrategica-que-es-como-se-hace>
- Paredes, E. (12 de Octubre de 2010). *Gestionando empresas*. Evaluación estratégica: <http://gestionando-empresas.blogspot.com/2010/10/evaluacion-estrategica.html>
- Parra, J. M. (29 de Junio de 2013). *La investigación o enfoque cualitativo*. La investigación o enfoque cualitativo: <http://yamilesmith.blogspot.com/2012/06/la-investigacion-o-enfoque-cualitativo.html>
- Pérez, A. (26 de Abril de 2021). *OBS Business School*. Análisis externo de una empresa: formas de plantearlo: <https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo#:~:text=Un%20an%C3%A1lisis%20externo%20es%20una,tanto%20amenazas%20potenciales%20como%20oportunidades>.
- Pmentel Villalaz, L. (Septiembre de 1999). *Planificación Estratégica*. Introducción al concepto de planificación estratégica: http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf
- Popular Impulsa. (1 de Noviembre de 2018). *Popular Impulsa*. IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA : <https://www.impulsapopular.com/gerencia/estrategia-gerencia/importancia-de-la-planificacion-estrategica/>
- Quezada Torres, J. R. (06 de Abril de 2017). *“PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA FERRETERÍA “SAN ANTONIO” DE LA CIUDAD DE ZUMBI CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”*. “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA FERRETERÍA “SAN ANTONIO” DE LA CIUDAD DE ZUMBI CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18683/1/Tesis%20Lista%20Jenny.pdf>
- Raffino, M. E. (15 de Julio de 2021). *Concepto.de*. Estructura organizacional: <https://concepto.de/estructura-organizacional/>

- Riquelme, M. (11 de mayo de 2022). *WED y empresas*. La matriz del Perfil Competitivo: <https://www.webyempresas.com/la-matriz-del-perfil-competitivo/>
- Ruiz Barroeta, M. (3 de Abril de 2021). *Milagros Ruiz Barroeta*. MEFÉ y MEFI, herramientas para análisis estratégico: <https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis-estrategico/>
- Ruiz Barroeta, M. (11 de abril de 2019). *Milagros Ruiz Barroeta*. Plan estratégico de una empresa PyME : ¿Qué es,cómo se hace?,paso a paso: https://milagrosruizbarroeta.com/plan-estrategico-empresa-pyme-que-es-como-se-hace/#Parte_2_Situacion_actual,_Analisis_Interno_y_Analisis_Externo,_herramientas
- Sánchez, F. (14 de FEBRERO de 2015). *Sliderashe*. Matriz PEEA: <https://es.slideshare.net/MatrizPEYEA/presentacin-de-la-matriz-peyea>
- Servientrega. (26 de Octubre de 2020). *Servientrega*. MATRIZ DOFA DE UNA EMPRESA: ASPECTOS QUE SE DEBEN INCLUIR: <https://www.servientrega.com/wps/portal/Colombia/empresas/noticias-promociones/noticias/matriz-dofa>
- Vives, W. (19 de Septiembre de 2019). *UCI Universidad para la Cooperacion Internacional*. Evaluación Interna FCE: <https://uci.ac.cr/gspm/evaluacion-interna/>

Apéndices



Entrevista dirigida al dueño o representante legal de la ferretería Distrieléctricos Central de Ocaña, Norte de Santander.

Objetivo. Obtener información relevante e importante para lograr analizar la situación de la ferretería actualmente.

- 1 ¿De dónde surgió la idea de negocio?
2. ¿Cuántos años de constitución lleva?
- 3 ¿La empresa cuenta con una estructura orgánica y administrativa (misión, visión, etc.)?
- 4 ¿Cuál considera que es la ventaja competitiva que tiene la empresa?
- 5 ¿Cuál cree que es la mayor amenaza para su empresa?
- 6 ¿Cuáles son sus principales clientes?
- 7 ¿Los precios que tienen sus productos son competitivos en el mercado respecto a los de su competencia?
- 8 ¿Qué aspectos o razones cree que tengan sus clientes para preferir su negocio que a la competencia?
- 9 ¿Qué metas u objetivos tiene para el futuro en la ferretería?
- 10 ¿Cuáles tipos de pago brinda a sus clientes?
- 11 ¿Cuáles son sus principales proveedores?
- 12 ¿Respecto a la pandemia o COVID -19 como ha enfrentado a esta situación?

Encuesta dirigida a los clientes de la ferretería Distrieléctricos Central de Ocaña, Norte de Santander.

Objetivo. Adquirir información sobre las opiniones y sugerencias de los clientes sobre la ferretería.

1. ¿Con que frecuencia va a la ferretería Distrieléctricos Central?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Algunas veces
- d. Pocas veces

2. ¿Por qué prefiere usted a la ferretería Distrieléctricos Central de otras?

3. Con qué frecuencia compra usted los siguientes elementos/productos:

Producto Siempre Casi siempre Algunas veces Pocas veces Nunca

Bombillos

Paneles

Lámparas

Tornillos

Alambres

Cables

Tubos

Curvas

Tomas

Interruptores

Otros ¿Cuáles? _____

4. ¿Cree usted que la atención brindada es idónea o adecuada?

Sí No

¿Por qué? _____

5. ¿Qué le llama la atención o que cambiaría de la empresa?

a. El servicio brindado

b. La calidad de los productos

c. Ubicación

d. Otro, ¿Cuál? _____

6. ¿Qué sugerencias u opiniones ofrece para mejorar la ferretería?
