



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**NOVIEMBRE 2021 – ABRIL 2022**

**EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**LICENCIATURA EN COMERCIO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO**

**TEMA:**

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA FERRETERIA "CENTRO COLOR" EN LA CIUDAD DE  
BABAHOYO**

**EGRESADO:**

**VERONICA ELIZABETH QUIROZ CALERO**

**TUTOR:**

**ING. GALO TERRANOVA BORJA**

**AÑO 2022**

# INDICE

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
2. JUSTIFICACIÓN .....	5
3. OBJETIVOS .....	6
3.1. Objetivo General        6	
3.2. Objetivos Específicos  6	
4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	7
5. MARCO CONCEPTUAL .....	8
6. MARCO METODOLÓGICO.....	18
7. RESULTADOS.....	19
8. DISCUSION DE RESULTADOS .....	21
9. CONCLUSIONES.....	24
10. RECOMENDACIONES.....	25
BIBLIOGRAFÍA.....	26
ANEXOS.....	27

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ferretería “Centro Color” con RUC #1203822653001, es una empresa que se dedica a la venta de implementos para la construcción y ferretería en general, el negocio está ubicado en la ciudad de Babahoyo, parroquia Clemente Baquerizo. En el año 2001 la Ingeniera Olga Guerrero Benavides, quien es la persona encargada de administrar este negocio decidió crear la microempresa con el fin de poder generar ingresos y a su vez que las personas tengan a su disposición productos de ferretería, así como herramientas y accesorios para vehículos, materiales para la construcción, reparación, bricolaje, carpintería, albañilería, entre otros trabajos.

El problema que presenta dicho negocio es que no se lleva una correcta gestión administrativa en cada una de las funciones que se desarrollan dentro de la misma. En dicho negocio existen diversos motivos que han ocasionado que este establecimiento no tenga los mismos niveles de ventas que desde sus inicios, tales motivos son; falta de competitividad en el mercado, poca dirección y supervisión de las actividades por parte de su propietaria, espacio reducido del local, falta de estrategias para mejorar sus ventas, perchas y productos aglomerados en el lugar, pues no existe una bodega en el establecimiento comercial, ausencia de publicidad empleada en el negocio y pérdida de ventas por falta de varios productos.

En dicha ferretería no existe una adecuada supervisión por parte de la administradora para constatar la eficiencia de las actividades que se realizan en el establecimiento por tal razón en muchas ocasiones se han presentado inconvenientes sobre todo con los empleados debido a que no realizan sus funciones de manera adecuada porque la propietaria suele ausentarse del negocio y por ende no hay quien los controle a su vez los empleados no se

sienten motivados y por tal razón su desempeño en muchas ocasiones es deficiente, pues no están siendo direccionados de la manera adecuada y esto afecta en la productividad del local.

Por otro lado, no existe un control de todos los productos con los que cuenta la ferretería, es decir no hay una correcta gestión con su inventario y esto ha ocasionado que se presenten ciertas anomalías con los productos que se ofertan debido a que muchas veces suele existir faltantes de ciertos artículos de ferretería y en otras ocasiones suelen haber demasiados productos con poca salida (sobrantes), lo cual genera un mayor costo para el local porque tiene productos que no se logran vender, ocupando espacio sin que se pueda invertir en productos nuevos. Tales inconvenientes han causado que los ingresos del negocio se vean afectados.

A su vez la ferretería carece de estrategias que le permitan lograr captar más clientes para así mejorar sus ventas, no ha implementado ningún tipo de publicidad para que nuevas personas conozcan el negocio, lo que se oferta. Tampoco cuenta con una página web para que las personas mediante las redes sociales puedan conocer sus productos, donde se encuentra ubicado el local. Es importante tener en cuenta que mediante las plataformas digitales las pequeñas empresas pueden darle publicidad a su negocio sin ningún tipo de costo alto. Estos son algunos de los factores que han provocado que la ferretería “Centro Color” no pueda lograr un mayor crecimiento en el mercado.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Dentro de cualquier empresa es muy importante llevar una correcta gestión administrativa porque mediante esta se busca implementar estrategias que le permita al negocio lograr un adecuado crecimiento y desarrollo y a su vez posesionarse dentro del mercado, llevar a cabo una buena gestión le permitirá a la empresa alcanzar el éxito deseado porque esta es la base para realizar y promover las tareas con el fin de lograr los objetivos trazados. Sin embargo, cabe recalcar que por el contrario tener una gestión deficiente puede reducir la productividad y las ventas del negocio, por lo que es necesario tener en cuenta que la gestión administrativa es esencial desde el comienzo.

Por tal razón teniendo en cuenta la importancia de dicha gestión se ha tomado como referencia el caso de la Ferretería “Centro Color” para analizar las causas que generan que dentro de esta no se realice una adecuada gestión administrativa trayendo consigo otras problemáticas más relevantes las cuales inciden en la ejecución de las funciones que se desarrollan dentro del establecimiento.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1.Objetivo General**

Analizar los factores que ocasionan que dentro de la ferretería “Centro Color” no se lleve una correcta gestión administrativa.

#### **3.2.Objetivos Específicos**

- Examinar la situación actual de la ferretería con el objeto de identificar las principales falencias en su gestión administrativa.
- Describir las problemáticas que se presentan dentro de la Ferretería “Centro Color”
- Plantear alternativas que permitan mejorar los procesos administrativos dentro del negocio.

#### **4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Este caso de estudio se sustenta bajo la línea de investigación de la carrera la cual es; Gestión financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control porque se está analizando los procesos administrativos de la Ferretería “Centro Color”, mientras que la sublínea es; Empresas e instituciones públicas y privadas.

## 5. MARCO CONCEPTUAL

La ferretería "Centro Color" se encarga de comercializar implementos para la construcción y productos de ferretería, estas herramientas por lo general son requeridas por profesionales que realizan trabajos de construcción, electricidad, carpintería, albañilería, herrería, etcétera. Pero a su vez también son utilizados a diario por personas normales. Este local tiene a su disposición una variedad de productos que van desde los más pequeños como son; tuercas, pernos, tornillos, clavos, hasta productos de mayor tamaño como varillas, cemento, carretillas, palas, entre otros.

Sin embargo, en este negocio no se lleva a cabo una buena gestión administrativa que le permita mejorar su participación en el mercado y ser más competitiva, es así que como en toda empresa existen problemas, en el caso de la Ferretería "Centro Color" "corresponde a su gestión administrativa, lo cual ha interferido en sus niveles de venta pues actualmente han disminuido afectando así la rentabilidad del negocio. Por tal razón el propósito del análisis de este caso de estudio es detectar las anomalías que se dan en la ferretería en cuanto a su gestión administrativa.

Según Batet (2020) "En cualquier organización se desarrolla un volumen importante de tareas y gestiones de carácter administrativo. Un correcto desarrollo de esta gestión administrativa contribuirá en la mejora de la eficacia y la eficiencia en el seno de la organización".

La gestión administrativa dentro de una organización, es importante porque sirve de base para que las tareas que se llevan a cabo dentro de la misma se ejecuten con mayor eficiencia y de esta manera poder cumplir con los objetivos fijados contribuyendo de esta manera con el crecimiento y supervivencia del negocio. De Acuerdo con Gutiérrez (2021)

“La gestión administrativa es fundamental en todas las empresas. Para las PYMES, una buena gestión contable será suficiente. Además de su importancia para el control del negocio, ayudará a preparar los expedientes necesarios para tramitar las subvenciones”.

La persona encargada de la gestión administrativa tiene como fin asegurar que el negocio tenga un correcto funcionamiento y como se logra aquello, a través de una adecuada planificación y ejecución de las tareas. Pero para lograr dicho objetivo el responsable de la administración debe contar con las habilidades y capacidades requeridas, una de ellas es el liderazgo el cual es un punto muy importante dentro de una empresa.

Para Cruz (2021) Liderazgo solía significar una posición o un papel en una jerarquía. Hoy en día, el liderazgo es más una habilidad que un papel. Usted puede estar en un papel de liderazgo y no tener experiencia en el liderazgo. Por otro lado, puedes estar en un rol no protagónico, pero demostrar mucho liderazgo e inspirar a los que te rodean.

De acuerdo con la cita anterior para ser un buen líder muchas veces no se requiere de tanta experiencia, basta con tener la habilidad de motivar a su equipo de trabajo mediante sus capacidades comunicativas, el líder no solo se encarga de dar órdenes, a su vez organiza sus recursos y direcciona y a todo su personal para que las funciones se realicen de manera eficiente y de esta manera lograr los objetivos trazados en la organización. Sin embargo, en la ferretería Centro Color no existe un buen liderazgo, ni una buena dirección por parte de su propietaria que en este caso es la encargada de administrar el local.

Actualmente la dirección de un negocio es indispensable para su desarrollo y crecimiento en el mercado, sobre todo en el ferretero que es muy competitivo y es importante saber administrar un establecimiento de manera eficiente por más pequeño que este pueda ser porque de otra manera va a perder su lugar en el mercado.

De acuerdo con Acosta (2018) “Se dirige un equipo para alcanzar objetivos. De ellos depende no solo de rumbo, sino también la actitud, incluso la entrega de las personas. por eso, definir acertadamente los objetivos es una cualidad de los buenos jefes.”

Adicional a la cita mencionada, se puede acotar que la dirección dentro de una empresa es uno de los procesos administrativos claves para poder alcanzar las metas fijadas porque mediante esta se puede tomar decisiones acertadas que beneficien a la empresa. Sin embargo, direccionar un negocio por el camino adecuado en muchos casos se torna un poco complicado debido a que si no se hace bien esta gestión se pueden generar varios problemas, entre ellos que las funciones del local no se realicen de la manera en que se espera y esto surge porque la propietaria no supervisa las actividades que realizan sus colaboradores para constatar que el negocio marcha bien.

El supervisor es un elemento clave dentro de cualquier organización. De él depende la calidad del trabajo, el rendimiento, la moral y el desarrollo de buenas actitudes por parte de los trabajadores. El supervisor dirige, evalúa el trabajo y conoce a todos los trabajadores. (Arguello, Llumiguano, Gávilanez, & Torres, 2020, pág. 9)

Sin embargo, en la ferretería no se realiza la supervisión adecuada de sus trabajadores por tal razón esto ha influido en la productividad del negocio debido a que las tareas no se están llevando a cabo de una manera eficiente, solo tratan de cumplir con su trabajo, pero no se esmeran en ser mejor cada día. Para Valenciano (2017) La productividad no debe confundirse con el rendimiento, que es la relación entre lo realizado y lo previsto, ya sea en relación con la producción o con el tiempo destinado a realizar una actividad. El rendimiento contribuye a aumentar o disminuir la productividad sin modificar los medios de producción, sino su eficiencia.

Al no ser el negocio lo suficientemente productivo afecta en gran manera la competitividad del mismo dentro del mercado en el cual participa debido a que los competidores van a aprovechar las debilidades de la ferretería para tratar de sobresalir con la demanda. Es necesario siempre tener en cuenta que la competitividad es indispensable para el crecimiento de cualquier negocio.

“Dicha competitividad se convierte, por tanto, en una búsqueda constante de la excelencia del desarrollo de estrategias, que permitan ofrecer valor al mercado. Y tanto las naciones como las empresas, son capaces de ganarla, a través de nuevas creaciones”. (Soto, 2019)

La Ferretería “Centro Color” se enfrenta al desafío de la competencia constantemente, ya que existen otras Ferreterías cercanas al establecimiento comercial, que ofrecen productos iguales este problema afecta su volumen de ventas, aunque la empresa no tiene un volumen bajo de las mismas, de una u otra forma estas se ven afectadas por la competencia, sin embargo, dicho negocio trata de luchar continuamente para seguir manteniéndose en el mercado.

Otra de las problemáticas que se presenta en este local es en base a su inventario, el cual no es controlado de la manera adecuada, hay que tener en cuenta que el inventario es imprescindible en todo negocio comercial porque a través de este se puede verificar las existencias con las que dispone el local es decir los productos con los que cuenta la empresa para satisfacer a la demanda, por medio de un recuento físico de dichos productos.

Meana (2017) define al inventario como “verificación y control de los materiales o bienes patrimoniales de la empresa, que realizamos para regularizar la cuenta de existencias contables con las que contamos en nuestros registros, para calcular si hemos tenido pérdidas o beneficios.”

Controlar el inventario es necesario desde cualquier punto de vista porque estos son un factor clave para generar los beneficios económicos para todo negocio. No obstante, en la ferretería no se ejecuta un correcto control de los productos que tienen a su disposición, lo cual ha generado que se den faltantes y sobrantes de determinados artículos. De acuerdo con (Ladrón de Guevara, 2020) Es necesario que las empresas lleven algún control de sus inventarios para asegurar la continuidad del proceso de productivo, pero un control excesivo de todos y cada uno de los artículos tendría un coste excesivo, por lo que es necesario determinar qué control se establece para evitar este sobrecoste.

A su vez el local comercial no cuenta con un espacio favorable para organizar sus productos, el espacio es algo limitado lo cual esto dificulta la movilidad de los empleados en el mismo, ya que no hay facilidad para buscar productos, lo que impide tener los artículos que busca el consumidor de manera rápida causando así mucha pérdida de tiempo en los empleados y a su vez causa que el cliente tenga una mala visión de los artículos y herramientas que se ofrece en el establecimiento.

Para lograr un buen funcionamiento de un negocio, además de la importancia de la imagen de marca, el producto y el emplazamiento, la distribución del espacio en el local es un factor a tener en cuenta para optimizar el tránsito del público hacia las zonas de expositores. (García, 2019, pág. 105)

Al no disponer de un espacio amplio, en la Ferretería se ha tenido que optar por tener los productos aglomerados lo cual impide tener un fácil acceso a ellos al momento de que los clientes lo solicitan, generando muchas veces pérdida de tiempo y dinero. Este es un problema que se debe tratar de solucionar porque el local al ser un negocio que comercializa implementos de ferretería y construcción requiere de un mayor espacio para ubicar todos sus

artículos y herramientas en sus respectivos lugares, en base a sus categorías porque hay que resaltar que en una ferretería existen un sin número de productos los cuales deben ser correctamente clasificados no solo por la imagen del negocio sino también para tener una mejor organización de los mismos.

“Los productos pueden clasificarse de tantas formas como criterios se utilicen. Desde el punto de vista del marketing es importante una clasificación que ayude a definir el tipo de promoción que se hará, el precio y el punto de venta.” (Munte, 2019)

Sin embargo, en el local las perchas permanecen totalmente llenas y se encuentran muy juntas, esto ocurre porque dicho negocio no cuenta con una bodega para almacenar los productos, herramientas y artículos con los que dispone para la venta, esto ha causado algunos inconvenientes porque la mayor parte de los implementos están almacenados en la casa de la propietaria de la ferretería, lo que ha causado un retraso de tiempo al momento de necesitar de un producto que no se encuentra dentro del local.

Para Flamarique (2017) El almacenaje de productos o materiales es una necesidad para la mayoría de las empresas industriales, comerciales o de servicios. En su actividad, estas organizaciones necesitan compensar los desequilibrios entre la oferta y la demanda. la demanda de un producto (inducida o real) normalmente no coincide en cantidad y tiempo con la oferta del mismo, ya sea por la demora en su producción, la distancia con respecto al cliente o la estacionalidad, entre otros motivos. De esta manera, el almacenamiento constituye un recurso para equilibrar las compras y las ventas mediante la regulación de los flujos de adquisiciones y entregas.

Tener demasiados productos mezclados, que estén amontonados y desordenados generan una sensación de caos para los clientes. El no contar con una bodega ha impedido que se puedan realizar las respectivas ventas de forma inmediata, al contrario, esto ha generado que dichas ventas se realicen con un retraso porque despachar un producto toma más tiempo del que debería y eso es algo que no debería existir en ningún negocio porque por lo general a la mayoría de los clientes no les gusta esperar tanto tiempo.

Otro de los problemas presentados en la ferretería es que no cuenta con la planificación bien definida, es decir su ideología empresarial no está plasmada en la misión, visión, valores o principios organizacionales que de un rumbo específico el cual seguir para alcanzar los objetivos de la empresa, si no se cuenta con estos elementos de planificación solo se trabajaría a diario desarrollando actividades sin saber hacia dónde se debe seguir, por lo tanto el negocio seguiría en el mismo lugar sin tener un crecimiento constante.

De acuerdo con González & Rodríguez (2020) “La planeación se caracteriza por involucrar el futuro, es decir que permite de manera prospectiva anticiparse a aquellos posibles eventos empresariales que puedan suceder, pero teniendo en cuenta aspectos propios como los de la retrospectiva (pasado).”

En base a lo mencionado se puede acotar que es importante que todo negocio cuente con una planeación estratégica pues esta es una herramienta muy importante para la toma de decisiones de las mismas, especialmente sobre la forma de como se está actuando y el camino que se debe seguir en el futuro para lograr alcanzar los objetivos establecidos.

Por otro lado, la Ferretería “Centro Color” no posee ningún tipo de estrategias que les permita aumentar sus ventas, (Munuera Alemán & Rodríguez Escudero, 2020) definen las estrategias como; Un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja

competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos, las capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, y a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella.

No obstante, este local no ha implementado estrategias de marketing que le permitan mejorar sus ingresos y a su vez puedan darse a conocer a más personas a nivel local por ejemplo mediante páginas web o por medio de redes sociales como Facebook o Instagram ya que actualmente estos son los medios mayormente utilizados por las empresas para dar a conocer sus productos no solo a nivel nacional sino también internacional porque ya se trabaja con las compras en líneas y de la misma manera mediante estas plataformas se realiza publicidad del negocio la cual no es costosa y esto es beneficioso para la empresa.

La publicidad es el puente entre el producto, o el servicio, y el consumidor. Y tiene infinitas versiones. Puede ser un puente de piedra o de hierro, románico o de diseño ultramoderno, seguro o arriesgado, ancho o estrecho, y así sucesivamente. La publicidad no es un camino a recorrer, sino un camino a trazar. (Bassat, 2017)

Si la Ferretería no incluye en su gestión empresarial estrategias de marketing provocará que la empresa sufra una pérdida masiva de clientes, a su vez que no exista rotación de la mercadería que posee, pues quedaran en percha o en almacenamiento y esto generaría costos mayores para el local porque no se podrá invertir en nueva mercadería y además ocasionaría que exista una falta de interés por la captación de nuevos clientes, esto provocará que lógicamente que la utilidad no cumpla con las expectativas deseadas en el tiempo determinado.

Es necesario que el negocio logre un desarrollo y crecimiento constante porque si no es así ocasionaría que su competitividad no sea la esperada dentro del mercado en el que participa. Por el contrario, si la Ferretería implementa estrategias de marketing podrá mejorar el nivel de ingresos por ventas, aumentar sus utilidades y mejorar sus procesos, mediante todos estos aspectos, el negocio será más competitivo y no tendrá temor de enfrentarse a sus rivales pues tendrá un buen posicionamiento en el mercado.

No obstante la Ferretería desde su creación, se ha mantenido con la misma modalidad de trabajo, y es necesario tener en cuenta que el mundo está en constantes cambios sobre todo las empresas comerciales buscan adaptarse a lo que la demanda solicita sin embargo este local no se ha acoplado a los cambios que han surgido en el mercado, ni han aplicado algún servicio adicional, como por ejemplo la implementación de entregas a domicilio que es una nueva modalidad de trabajo que en la actualidad se está aplicando para fidelizar a los clientes y a su vez captar más de ellos.

De acuerdo con Villaseca & González (2017) los clientes cada vez son más << desleales >> y cambiar de marca se ha vuelto relativamente fácil si no logramos enamorarlos, lo que hace que invertir en la gestión de esa experiencia se haya vuelto una actividad esencial y estratégica. Debemos tener en cuenta que las empresas cada vez son más conscientes de la importancia de fidelizar, ya que captar clientes es un proceso mucho más costoso en tiempo y dinero que mantenerlos satisfechos.

En relación a la cita anterior, desde mi perspectiva tratar de fidelizar a los clientes se ha vuelto una tarea un poco difícil pues sus necesidades ahora se han vuelto exigencias a lo que la empresa debe tratar de satisfacer, por tal razón el mercado actualmente es más competitivo porque buscan innovar en sus productos o servicios para lograr captar a los

clientes y así poder fidelizarlos por ello es más complicado poder destacarse entre la competencia.

Otra de las problemáticas que se ha evidenciado en la ferretería es que esta no cuenta con todos los artículos que la demanda solicita, esto ha ocasionado la pérdida de muchas ventas y la posibilidad de tener nuevos clientes. Existen productos que el establecimiento comercial dejó de vender, porque su volumen de demanda no era tan alto, sin embargo, existen clientes que, si requieren de dichos productos y la empresa ya no los tiene disponible en su inventario, al tener este problema ocasiona que el negocio pierda clientes provocando así un menor número de ventas, y por ende esto afecta en la rentabilidad del establecimiento.

Lo que se debe tratar de hacer en el local es evaluar cuales son los productos con mayor salida, los que tienen poca salida y los que simplemente ya no se venden, se los debe clasificar para así determinar en qué productos es que se debe invertir más y los que ya no se debería seguir solicitando a los proveedores, de esta manera el local no va a tener inconvenientes con los productos que la clientela suele solicitar con frecuencia.

A su vez la propietaria de la ferretería debería buscar la manera de mejorar su gestión administrativa porque de lo contrario su negocio se seguirá viendo afectado por todas las problemáticas presentadas en el desarrollo de este estudio de caso y esto a la larga podría ocasionar que cierre sus puertas a los clientes porque el local no va a generar la rentabilidad esperada.

## **6. MARCO METODOLÓGICO**

### **Métodos**

La metodología aplicada para este estudio fue a través de diversos métodos con son; el deductivo debido a que se basó en revisiones teóricas para profundizar los hechos y de esa manera poner emitir comentarios pertinentes, a su vez se usó el método descriptivo debido a que permitió observar y obtener datos teniendo en cuenta sus características y de esa manera analizarlos y clasificarlos de forma clara y precisa, y por ultimo está el método estadístico, el cual permitió recopilar, procesar e interpretar los datos obtenidos para determinar los procesos y descubrir la correlación de la variable.

### **Tipos de investigación**

En cuanto al tipo de investigación se utilizó la cualitativa debido a que se basó en la observación directa del fenómeno que se estudia, esto permitirá analizar e identificar donde se evidencia el problema sus posibles causas y efectos. También se utilizó la investigación cuantitativa porque se hizo uso se datos estadísticos

### **Técnicas e Instrumento**

Una de las técnicas de investigación utilizada fue mediante la encuesta que estuvo dirigida a los clientes para conocer desde su perspectiva como ven la gestión que se lleva en la ferretería, a su vez se hizo uso de la entrevista la cual se aplicó a la dueña de la ferretería. Por último, como instrumentos se usó la ficha para la entrevista y el cuestionario que permitió recolectar la información pertinente para llevar a cabo el desarrollo de este estudio.

## 7. RESULTADOS

Tabla 1

Resultados de la entrevista aplicada a la propietaria de la Ferretería "Centro Color"

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Cuáles son las principales funciones que usted desempeña dentro del negocio?	Me encargo de todo el proceso administrativo del negocio
2	¿Cómo considera usted que es su gestión administrativa?	Siento que sí hago bien mi trabajo, es cierto que en ocasiones pienso que aún me falta mejorar en muchas cosas con respecto a la administración del negocio
3	¿Cree usted que la forma de llevar el negocio está dando los resultados esperados?	En ocasiones si tenemos buenos resultados, pero otras veces no tenemos muchas ventas.
4	¿Considera que su negocio ha crecido en los últimos años?, de ser posible, ¿cómo lo ha hecho?	Si ha crecido, pero no de la manera en que he esperado, las ventas se han mantenido en un nivel regular
5	¿Qué compromiso tiene con la empresa para lograr una gestión administrativa eficiente?	Realizar los cambios que sean necesarios y aplicar nuevas estrategias, para satisfacer las nuevas necesidades de los clientes.
6	¿Por qué no ha implementado Publicidad en el negocio?	En los inicios del negocio no había sido necesaria y no estaba familiarizada con la misma.

Fuente: Entrevista aplicada a la propietaria de la Ferretería "Centro Color"

Elaborado por: Verónica Elizabeth Quiroz Calero

Resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la Ferretería “Centro Color”

*Tabla 2*

*Surtido de productos*

Opciones	Frecuencia	%
Muy Satisfecho	10	67%
Satisfecho	3	20%
Medianamente Satisfecho	2	13%
Algo Satisfecho	0	0%
Insatisfecho		0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Ferretería “Centro Color”*

*Elaborado por: Verónica Elizabeth Quiroz Calero*

*Tabla 3*

*Precios de los productos*

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	13	86%
De Acuerdo	1	7%
Neutral	1	7%
Algo de Acuerdo	0	0%
En Desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Ferretería “Centro Color”*

*Elaborado por: Verónica Elizabeth Quiroz Calero*

*Tabla 4*

*Implementación del servicio de entregas a domicilio*

Opciones	Frecuencia	%
Muy Necesario	8	53%
Necesario	3	20%
Neutral	4	27%
Algo Necesario	0	0%
Innecesario	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Ferretería “Centro Color”*

*Elaborado por: Verónica Elizabeth Quiroz Calero*

Tabla 5

*Recomendación de los productos de la ferretería*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	4	13%
Usualmente	6	40%
A veces	4	27%
Rara Vez	3	20%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Ferretería "Centro Color"*

*Elaborado por: Verónica Elizabeth Quiroz Calero*

## 8. DISCUSION DE RESULTADOS

Al analizar las respuestas de la entrevista que se aplicó a la propietaria de la ferretería quien es la encargada de administrarla se puede indicar que está totalmente comprometida en conseguir el crecimiento y desarrollo para su empresa, está dispuesta junto a su equipo de trabajo a realizar los cambios o modificaciones pertinentes, para así lograr satisfacer las necesidades de sus clientes, ya que constantemente se vuelven más exigentes. Para cumplir con estos objetivos la gerente está dispuesta a realizar un préstamo bancario que le permitirá tener un mejor surtido del producto y alquilar una bodega cercana al establecimiento comercial para ya no almacenar la mercadería en su domicilio y de ser posible más adelante poder ampliar su negocio para tener allí mismo la bodega.

Con la identificación de las problemáticas que se presentan en la empresa, tales como la competencia, el mercado cambiante y las nuevas necesidades del cliente, la propietaria piensa implementar estrategias que le otorgue una ventaja competitiva, como mejorar su control de inventario, ejercer mejor su papel de líder, mejorar la calidad de atención de sus clientes, adquirir los productos que mayormente solicita la demanda, todo esto con el fin de

lograr un crecimiento en su empresa y la fidelización de los clientes. La propietaria del local manifiesta que entre los cambios a realizar esta poner en práctica la publicidad online, ya que actualmente no cuenta con esta, y había subestimado los beneficios que le otorga este tipo de publicidad a la empresa, ya que esta fomentaría una mayor venta de los productos e impulsaría el ascenso de la empresa y también tiene pensado implementar las ventas con servicio a domicilio.

Con relación a las encuestas realizadas a los clientes de la Ferretería “Centro Color” se obtuvo la siguiente información:

Según los resultados obtenidos en la tabla número dos, la mayoría de los clientes de la ferretería está conforme con el surtido actual de productos que le ofrece la empresa, sin embargo, también existen clientes que no están del todo satisfechos, debido a que en ocasiones no han encontrado los productos que desean comprar y es por ello que el cliente expresa que la empresa debe darle importancia a los productos que este demanda y los cuales la ferretería no posee, ya que un surtido adecuado de productos será esencial para la captación y retención de clientes, impulsando así el crecimiento de las ventas.

En base a los resultados obtenidos en la tabla tres, se puede evidenciar que los clientes de la ferretería “Centro Color” están de acuerdo con los precios que se manejan actualmente. Con esta información la ferretería está satisfecha, ya que queda demostrado que se trabaja con precios justos que garantizan la calidad de los productos, que no solo benefician a los consumidores sino a la empresa misma, ya que tener precios demasiados altos afectaría su posición competitiva. Actualmente el consumidor se mantiene fiel a la empresa, ya que esta satisfechos con la calidad y precio de los productos.

Al analizar los resultados de la tabla cuatro se demuestra la necesidad que tienen los clientes de que la ferretería implemente el servicio que les entregue sus productos a domicilio, ya que consideran que esta es una buena alternativa cuando no disponen del tiempo necesario para realizar su respectiva compra. Este servicio le ahorra al cliente tiempo y la empresa se estaría adecuando a las necesidades reales que tienen los consumidores.

Respecto a la tabla cinco, se obtiene información referente a la decisión de los consumidores de recomendar la ferretería “Centro Color a posibles nuevos clientes, cuyos resultados son algo favorables, sin embargo, no son tan alentadores como desearía la empresa, ya que esta busca poder llegar a más personas, para que así crezca su clientela y los ingresos, y la recomendación de los clientes se ha convertido en una herramienta de crecimiento para la empresa, ya que algunos de los clientes actuales han contribuido trayendo más clientes al negocio.

## 9. CONCLUSIONES

Después de haber estudiado cada uno de los problemas que se presentan en la ferretería Centro Color, que influyen en su gestión administrativa y a su vez con la ayuda de fuentes bibliográficas, se pudo plantear las respectivas conclusiones del caso de estudio:

Al haberse aplicado las diversas técnicas de recolección de datos como la encuesta realizada a los clientes frecuentes del negocio y la entrevista aplicada a la propietaria de dicho local se pudo analizar cada uno de los factores que ocasionan que dentro de la ferretería no se lleve una correcta gestión administrativa, teniendo como resultado que una de las principales problemáticas está relacionada con la propietaria del negocio porque ella es la encargada de administrarlo, sin embargo los procesos administrativos no son ejecutados de la manera correcta porque en dicho negocio no existe una dirección, supervisión y control tanto de sus colaboradores como de los productos que tienen para la venta.

Dicho negocio tampoco aplica estrategias para captar nuevos clientes ni para fidelizar a los que ya tiene a su disposición, como por ejemplo estrategias de marketing, donde puede hacer uso de la publicidad mediante plataformas digitales y a su vez mediante páginas web para que nuevas personas conozcan del negocio y así puedan mejorar su participación en el mercado y tener un mejor posicionamiento en él.

La ferretería no cuenta con una bodega para almacenar su mercadería, el establecimiento es pequeño y por ende no se puede almacenar todos los productos los cuales debe ser guardados en casa de la propietaria que se encuentra ubicado a algunas cuerdas del negocio, esto genera inconvenientes al momento en que un cliente necesita de un producto que se encuentra almacenado en casa de la propietaria, el empleado debe ir rápidamente a buscarlo, sin embargo esto genera pérdida de tiempo para el colaborador como para el cliente.

## **10. RECOMENDACIONES**

Finalmente, después de haber emitido las debidas conclusiones del estudio de este caso de la Ferretería Centro color, se procede a dar las siguientes recomendaciones:

La propietaria de la ferretería debería capacitarse en temas respecto a la administración para que de esta manera pueda tener mayores conocimientos y pueda ponerlos en práctica en su negocio, de esta manera podrá ejecutar los procesos administrativos de manera eficiente en conjunto con su equipo de trabajo y así podrán lograr los objetivos planteados. La supervisión, dirección y control son factores claves para que un negocio avance de la manera correcta.

En el negocio se deben implementar estrategias que le permita estar un paso más adelante de la competencia, dichas estrategias deben estar relacionadas a tratar de fidelizar a los clientes y de captar más de ellos, para que de esta manera el local genere más ventas, se puede implementar la creación de páginas web o redes sociales para que así la ferretería tenga la publicidad que necesita, estos medios son gratuitos y lo más importante es que actualmente las personas solo pasan conectados a sus redes sociales por ende podrán conocer la existencia del negocio y de lo que dispone para la venta.

Por otro parte, la propietaria de la ferretería debe buscar la manera de alquilar una bodega para poder almacenar todos sus productos sobre todo lo que son de mayor tamaño, los cuales necesitan de un espacio más amplio o también podría ampliar un poco más su local para que tenga la bodega más cerca, de esta manera no tendría que perder tiempo en ir a buscar los productos hasta la casa de la administradora.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, J. (2018). *Dirigir. Liderar, motivar, comunicar, delegar, dirigir reuniones*. Madrid: ESIC.
- Arguello, A., Llumiguano, M., Gávilanez, C., & Torres, L. (2020). *Administración De Empresas. Elementos Básicos*. Belgica: Pons Publishing House.
- Bassat, L. (2017). *El libro rojo de la publicidad: (Ideas que mueven montañas)*. España: Penguin Random House Grupo.
- Batet, M. (2020). *Gestión Administrativa*. Independently Published.
- Cruz, C. (2021). *Elija liderar: Habilidades de liderazgo para todos los aspectos de su vida*. Independently.
- Flamarique, S. (2017). *Gestión de operaciones de almacenaje*. Marge Books.
- García, E. (2019). *Lanzamiento de productos y servicios*. Madrid: Paraninfo.
- González, J., & Rodríguez, M. (2020). *Manual práctico de planeación estratégica*. Colombia: Díaz de Santos.
- Gutiérrez Gordillo, J. (2021). *Gestión Financiera*. España: Editex.
- Ladrón de Guevara, M. (2020). *Gestión de inventarios. UF0476*. San Millán: Tutor Formacion.
- Meana Coalla, P. (2017). *Gestión de inventarios*. Madrid: Paraninfo, S.A.
- Muente, G. (29 de septiembre de 2019). *rockcontent*. Obtenido de Aprende cómo puede ayudarte saber cuales son los tipos de productos para tus estrategias de marketing:  
<https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-productos/>
- Munuera Alemán, J., & Rodríguez Escudero, A. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: Esic.
- Soto, M. (2019). *Sucesión Empresarial: Empresas familiares*. Ciudad de México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Valenciano, J. d. (2017). *Cuestiones prácticas de fundamentos de economía*. Edeal.
- Villaseca, D., & González, S. (2017). *De Silicon Valley a tu negocio: Innovación, data e inteligencia artificial*. Madrid: Esic.

## ANEXOS

### Anexo #1



#### Entrevista Aplicada Al Propietaria De La Ferretería “Centro Color”



- 1) ¿Cuáles son las principales funciones que usted desempeña dentro del negocio?

---

---

- 2) ¿Cómo considera usted que es su gestión administrativa?

---

---

- 3) ¿Cree usted que la forma de llevar el negocio está dando los resultados esperados?

---

---

- 4) ¿Considera que su negocio ha crecido en los últimos años?, de ser posible, ¿cómo lo ha hecho?

---

---

- 5) ¿De qué manera lleva usted el control de su mercadería? ¿A través de un sistema o de manera manual?

---

---

6) ¿Por qué no ha implementado Publicidad en el negocio?

---

---

7) ¿Cree usted que sería importante incorporar nuevos productos a su portafolio?

---

---

8) ¿Necesita más capital para realizar cambios? ¿Como obtendrá este capital?

---

---

9) ¿Qué compromiso tiene con la empresa para lograr una gestión administrativa eficiente?

---

---

10) ¿Cómo observa usted el desempeño de sus colaboradores?

---

---



## Anexo #2

### Encuesta Aplicada A Los Clientes De La Ferretería “Centro Color”



1. ¿Con que frecuencia compra en la ferretería Centro Color?

Siempre	<input type="text"/>
Usualmente	<input type="text"/>
A veces	<input type="text"/>
Rara vez	<input type="text"/>
nunca	<input type="text"/>

2. ¿Está usted satisfecho con el surtido de productos que ofrece la ferretería?

Muy satisfecho	<input type="text"/>
Satisfecho	<input type="text"/>
Medianamente satisfecho	<input type="text"/>
Algo satisfecho	<input type="text"/>
Insatisfecho	<input type="text"/>

3. ¿Está de acuerdo con los precios de los productos que oferta el negocio?

Totalmente de acuerdo.	<input type="text"/>
De acuerdo	<input type="text"/>
Neutral	<input type="text"/>
Algo de acuerdo.	<input type="text"/>
En desacuerdo	<input type="text"/>

4. ¿Qué tan necesario considera que es la implementación del servicio con entregas a domicilio?

Muy necesario	<input type="text"/>
Necesario	<input type="text"/>
Neutral	<input type="text"/>
Algo necesario	<input type="text"/>
Innecesario	<input type="text"/>

5. ¿Qué tan satisfecho está con la atención que le brindan en la ferretería?

Muy satisfecho	<input type="checkbox"/>
Satisfecho	<input type="checkbox"/>
Medianamente satisfecho	<input type="checkbox"/>
Algo satisfecho	<input type="checkbox"/>
Insatisfecho	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cree usted que es necesario para la ferretería la creación de páginas web?

Muy necesario	<input type="checkbox"/>
Necesario	<input type="checkbox"/>
Neutral	<input type="checkbox"/>
Algo necesario	<input type="checkbox"/>
Innecesario	<input type="checkbox"/>

7. ¿Desde su perspectiva que tan adecuado considera que es el espacio físico del local?

Totalmente adecuado	<input type="checkbox"/>
Bastante adecuado	<input type="checkbox"/>
Adecuado	<input type="checkbox"/>
Poco adecuado	<input type="checkbox"/>
En absoluto adecuado	<input type="checkbox"/>

8. ¿Con que frecuencia usted recomienda los productos de la ferretería??

Siempre	<input type="checkbox"/>
Usualmente	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Rara vez	<input type="checkbox"/>
nunca	<input type="checkbox"/>

9. Desde su perspectiva como considera la administración de la ferretería

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>

10. ¿Qué tan importante considera que sería la ampliación del local?

Muy importante	<input type="checkbox"/>
importante	<input type="checkbox"/>
Neutral	<input type="checkbox"/>
Algo necesario	<input type="checkbox"/>
Innecesario	<input type="checkbox"/>

Babahoyo, 15 de Marzo del 2022

Ing. Olga Marcela Guerrero Benavidez

**GERENTE DE LA FERRETERIA CENTRO COLOR**

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **QUIROZ CALERO VERONICA ELIZABETH**, con cédula de identidad 0202300513, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Comercio, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo noviembre 2021 – abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado **GESTION ADMINISTRATIVA EN LA FERRETERIA CENTRO COLOR EN LA CIUDAD DE BABAHOYO** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente



Verónica Elizabeth Quiroz Calero  
020230051-3



Ing. Olga Guerrero Benavidez  
email: olga\_guebe@hotmail.com  
Teléfono: 0997225877

## Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	Caso de Estudio...Gestion Administrativa-11.docx (D130709733)
<b>Submitted</b>	2022-03-17T22:05:00.0000000
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	vquiroz513@fafi.utb.edu.ec
<b>Similarity</b>	2%
<b>Analysis address</b>	gtterranovado.utb@analysis.orkund.com

## Sources included in the report

---

<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Maquilón_Falconi_Jeisy_Karina_Ingenieria_Comercial_2020.docx</b> Document Maquilón_Falconi_Jeisy_Karina_Ingenieria_Comercial_2020.docx (D62794992) Submitted by: Jeikar_@hotmail.com Receiver: unidaddetitulacionfafi.utb@analysis.orkund.com		<b>1</b>
<b>W</b>	URL: <a href="https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1517/1/184%20Ing.pdf">https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1517/1/184%20Ing.pdf</a> Fetched: 2020-01-27T04:50:35.3430000		<b>4</b>
<b>SA</b>	<b>JIMÉNEZ_MAILDE_GESTIÓN DE PUBLICIDAD DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.pdf</b> Document JIMÉNEZ_MAILDE_GESTIÓN DE PUBLICIDAD DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.pdf (D106717998)		<b>1</b>
<b>SA</b>	<b>Perfil 1.docx</b> Document Perfil 1.docx (D13849715)		<b>1</b>