



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

**Diagnóstico sectorial de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas
en establecimientos especializados (G4773.21), del cantón Loja**

**Trabajo de Titulación para la
obtención del título de
Licenciado en Finanzas**

AUTOR:

Michelle de los Angeles Ortega Pardo

DIRECTOR:

Ing. Andrea Neira Paredes Mg. Sc

Loja - Ecuador

2024

Certificación



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Neira Paredes Andrea Judith**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Diagnóstico sectorial de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados (G4773.21)**, del cantón Loja, perteneciente al estudiante **MICHELLE DE LOS ANGELES ORTEGA PARDO**, con cédula de identidad N° **1150461836**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 29 de Febrero de 2024



SANDREA JUDITH NEIRA
PAREDES

F)

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000442

1/1
Educamos para Transformar

Autoría

Yo, **Michelle de los Angeles Ortega Pardo**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firma:

Cédula de identidad: 1150461836

Fecha: junio del 2024

Correo electrónico: michelle.a.ortega@unl.edu.ec

Teléfono: 0988897294

Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o ubicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación

Yo, **Michelle de los Angeles Ortega Pardo**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Diagnóstico sectorial de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados (G4773.21), del cantón Loja**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Finanzas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los días 9 del mes de mayo del dos mil veinte y cuatro



Firma:

Cédula de identidad: 1150461836

Fecha: junio del 2024

Correo electrónico: michelle.a.ortega@unl.edu.ec

Teléfono: 0988897294

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del trabajo de Integración Curricular

Ing. Andrea Neira Paredes Mg. Sc

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación primeramente a mi amado Señor, fuente infinita de sabiduría y guía, quien ha sido mi fortaleza y luz durante todo este viaje académico. A mi querida madre, mi pilar inagotable de amor, apoyo y sabiduría.

A mi hija Emily que con su amor y compañía me da coraje para nunca decaer y a mi compañero de vida agradezco su constante apoyo, paciencia y estímulo a lo largo de las extensas horas de estudio y los desafíos que enfrentamos juntos.

Michelle de los Angeles Ortega Pardo

Agradecimiento

Mediante este trabajo de investigación, deseo expresar mi profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, así como a la Facultad Jurídica Social y Administrativa. Asimismo, extiendo mi reconocimiento a los educadores y compañeros de la carrera de Finanzas por brindarme su respaldo de manera constante en este proceso de investigación y elaboración de mi tesis. Quisiera destacar de manera especial la colaboración, dedicación, orientación y sabiduría de la Ingeniera Andrea Neira Paredes, Mg. Sc., quien ejerció como mi orientadora y asesora a lo largo de la elaboración del proyecto que han sido fundamentales para el desarrollo de este proyecto. Además, agradezco de manera especial a la Ingeniera Johanna Maribel Ochoa Herrera, Mg. Sc., por su notable paciencia, valiosas enseñanzas y pertinentes recomendaciones en el desarrollo de este proyecto.

Michelle de los Angeles Ortega Pardo

Tabla de contenidos

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Tabla de contenidos.....	vii
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Figuras	xii
Índice de Anexos	xiii
1. Título	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	7
4.1. Antecedentes	7
4.2. Fundamentación teórica	11
4.2.1. Teoría de administración.....	11
4.2.2. Teorías de desarrollo económico.....	13
4.2.2.1. Teoría de la modernización.....	13
4.2.2.2. Teoría de la dependencia.....	13
4.2.2.3. Teoría del sistema mundo.....	13
4.2.2.4. Teoría neoinstitucional	13
4.2.2.5. Teoría de la globalización.	13
4.3. Fundamentación conceptual.....	14
4.3.1. Diagnóstico.....	14
4.3.2. Diagnóstico sectorial	15
4.3.2.1. Proceso para efectuar un diagnóstico.....	15

4.3.3. Herramientas del diagnóstico sectorial.....	16
4.3.3.1. Las cinco fuerzas de Michael Porter.....	16
4.3.4. Competitividad en la agricultura.....	17
4.3.5. Análisis FODA.....	17
4.3.6. Análisis PESTEL.....	19
4.3.6.1. Factores políticos.....	20
4.3.6.2. Factores económicos.....	20
4.3.6.3. Factores sociales.....	20
4.3.6.4. Factores tecnológicos.....	20
4.3.6.5. Factores ecológicos o ambientales.....	20
4.3.6.6. Factores legales.....	21
4.3.7. Indicadores financieros.....	21
4.3.7.1. Indicadores de liquidez.....	21
4.3.7.2. Índice de rentabilidad.....	21
4.3.7.3. Índice de endeudamiento.....	21
4.3.7.4. Índice de capital de trabajo.....	21
4.3.8. Indicadores de desempeño no financieros.....	21
4.3.9. Sectores económicos.....	22
4.3.10. Clasificación de secciones económicas.....	22
4.3.10.1. Sector primario.....	22
4.3.10.2. Sector secundario.....	22
4.3.10.3. Sector terciario o servicios.....	22
4.3.10.4. Sector cuaternario.....	23
4.3.11. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).....	23
4.3.12. Descripción de la clasificación industrial internacional uniforme.....	24
4.3.13. Sector.....	24
4.3.14. Sector comercial.....	24

4.3.15. Sector agrícola	25
4.3.16. Actividad floricultura	25
4.3.17. Características del sector.....	26
4.3.17.1. Comercialización al por menor.....	26
4.3.18. Factores clave de éxito del sector comercial.....	26
4.4. Fundamentación legal.....	26
4.4.1. Reglamentos y resoluciones.....	26
4.4.1.1. Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares.....	26
4.4.1.2. Reglamento que rige la obligatoriedad de llevar contabilidad.....	27
4.4.1.3. Resolución para clasificación de las empresas por su tamaño.....	27
4.5. Organismos de control.....	28
4.5.1. Servicio de Rentas Internas.....	28
4.5.2. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.....	28
4.5.3. Ministerio del Ambiente.....	28
4.6. Marco histórico.....	28
4.6.1. Inicios del intercambio de bienes y servicios.....	28
4.6.2. Inicios de la actividad florícola	29
5. Metodología	30
5.1. Localización.....	30
5.2. Enfoque de la investigación.....	30
5.3. Tipos de investigación:	30
5.3.1. Exploratoria	30
5.3.2. De campo	30
5.3.3. Descriptiva.....	30
5.4. Diseño de investigación	31
5.5. Métodos de investigación	31
5.5.1. Descriptivo.....	31

5.5.2. Deductivo.....	31
5.5.3. Inductivo	31
5.5.4. Analítico.....	31
5.5.5. Sintético.....	32
5.6. Técnicas y herramientas.....	32
5.6.1. Encuesta.....	32
5.6.2. Observación	32
5.6.3. Investigación documental.....	32
5.6.4. Población y muestra.....	32
5.6.5. Proceso y análisis de datos	33
6. Resultados	35
6.1. Objetivo1. Caracterizar la venta al por menor de flores, plantas y semillas del cantón Loja, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial.	35
6.1.1. Particularidades de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas	35
6.1.1.1. Razón social.	35
6.1.2. Información general de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas.....	35
6.1.3. Codificación CIU nacional.....	35
6.1.4. Actividad económica.	36
6.1.5. Participación del sector en el mercado.....	36
6.1.6. Servicios principales que brindan las actividades de flores, plantas y semillas.	37
6.1.7. Barreras de entrada para ingresar al sector de las actividades de flores, plantas y semillas.....	37
6.1.8. Estadística de la actividad de venta de flores, plantas y semillas	38
6.1.9. Clasificación de los participantes determinados por el tamaño de la empresa.	38
6.1.10. Número de actores activos identificados.....	39
6.1.11. Cuantificación del cliente	39

6.2. Objetivo 2. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la actividad de venta.....	40
6.2.1. Factores claves de éxito de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas.....	40
6.2.2. Indicadores de rendimiento para factores clave de éxito.....	42
6.2.3. Indicadores financieros.....	42
6.2.3.1. Indicadores de rentabilidad..	42
6.2.3.2. Indicadores de liquidez.....	42
6.2.3.3. Indicadores de solvencia..	43
6.2.4. Indicadores de desempeño no financieros.....	43
6.2.4.1. Indicadores de eficiencia.....	43
6.3. Objetivo 3: Determinar las estadísticas y los promedios de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas del cantón Loja con información primaria y secundaria..	44
6.3.1. Tabulación de resultados.....	44
6.3.1.1. Indicadores financieros.....	46
6.3.1.2. Indicadores no financieros.....	49
6.3.2. Indicadores de desempeño por factor clave de éxito.....	52
6.3.2.1. Indicadores financieros.....	52
6.3.2.2. Indicadores de desempeño no financieros.....	55
7. Discusión.....	58
8. Conclusiones.....	59
9. Recomendaciones.....	60
10. Bibliografía.....	61
11. Anexos.....	66

Índice de Tablas

Tabla 1. Teorías básicas de gestión.....	12
Tabla 2. Elementos a evaluar en un diagnóstico.....	15
Tabla 3. Componentes del FODA.....	18
Tabla 4. Clasificación de los componentes económicos.....	23
Tabla 5. Estructura de la clasificación nacional de actividades económicas de la sección G ...	24

Tabla 6. Subcategorías de las microempresas	27
Tabla 7. Participación del sector en la provincia de Loja	36
Tabla 8. Barreras de entrada	38
Tabla 9. Clasificación de las florerías	38
Tabla 10. Número de empresas identificadas en el cantón Loja	39
Tabla 11. Cuantificación de los clientes en el cantón Loja.....	39
Tabla 12. Factores para el éxito.....	40
Tabla 13. Resultado de encuesta factores claves de éxito	41
Tabla 14. Indicadores de rentabilidad.....	42
Tabla 15. Indicadores de liquidez	43
Tabla 16. Indicadores de endeudamiento del activo	43
Tabla 17. Indicadores de eficiencia	43
Tabla 18. Datos generales de los locales de flores, plantas y semillas.....	45
Tabla 19. Producto con mayor demanda.....	46
Tabla 20. Perspectiva financiera de la venta de flores, plantas y semillas.....	47
Tabla 21. Resultados financieros de la venta de flores, plantas y semillas.....	48
Tabla 22. Perspectiva capacidad.....	49
Tabla 23. Meses de menor demanda en ventas	50
Tabla 24. Meses de mayor demanda en ventas	51
Tabla 25. Resumen de estadísticas y promedios de la industria.....	51
Tabla 26. Resumen de las estadísticas y promedios de indicadores financieros y no financieros	57

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	16
Figura 2. Margen de utilidad neta	52
Figura 3. Rendimiento sobre activos	53
Figura 4. Rendimiento sobre patrimonio	53
Figura 5. Razón corriente	54
Figura 6. Capital de trabajo	54
Figura 7. Endeudamiento sobre activo.....	55
Figura 8. Rendimiento por empleado	56
Figura 9. Rendimiento por tiempo de atención	56
Figura 10. Rendimiento en publicidad.....	57

Índice de Anexos

Anexo 1. Afiche de sensibilización	66
Anexo 2. Matriz factores claves de éxito	67
Anexo 3. Modelo de encuesta.....	68
Anexo 4. Tabulación preguntas de la encuesta.....	70
Anexo 5. Datos generales de los locales de flores, plantas y semillas	71
Anexo 6. Resultados de los aspectos no financieros de la encuesta	72
Anexo 7. Resultados originales de los aspectos financieros de la encuesta	73
Anexo 8. Volante de difusión de resultados.....	74
Anexo 9. Registro de entrega de volante de difusión de resultados	75
Anexo 10. Evidencias fotográficas	76
Anexo 11. Traducción del abstract.....	77

1. Título

Diagnóstico sectorial de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados (G4773.21), del cantón Loja.

2. Resumen

El diagnóstico sectorial es un proceso de análisis que se realiza en un sector específico de la economía, con el objetivo de comprender y evaluar su situación actual. El propósito de la investigación es analizar la actividad de la venta al por menor de flores, plantas y semillas del cantón Loja; para la recopilación de la información necesaria, se llevaron a cabo la observación directa en los locales, revisión bibliográfica y encuestas dirigidas a 40 establecimientos clasificados con el código CIIU G4773.21 que ofrecen sus productos en el cantón Loja. Se realizó, bajo un enfoque mixto de tipo exploratorio, descriptivo y de campo por la ausencia de antecedentes en investigaciones similares.

Posteriormente, la información fue meticulosamente analizada, organizada y sintetizada con el propósito de definir las características, estadísticas y promedios del sector. Para la tabulación y el cálculo de las estadísticas y promedios de la industria se aplicó la técnica de Winsorizing, con la finalidad de normalizar el conjunto de datos y de minimizar la influencia de datos atípicos. Los resultados relevantes señalaron que los factores claves de éxito que incluyen la demanda, el mejoramiento continuo, la innovación, la calidad del servicio, los empleados y los recursos financieros. En el análisis de los resultados financieros arrojó promedios significativos, entre las cuales se destaca que el promedio del capital de trabajo asciende a \$6 426,16; endeudamiento sobre activo 4%; margen de utilidad neta 27%; ROA 54% y ROE 56%; además de indicadores no financieros: rendimiento por empleado \$4,32 dólares; rendimiento por tiempo de atención \$1,16; rendimiento en publicidad \$0,015, capacitación a los empleados 1%. Se concluye que el 50% de los locales están por debajo de los promedios de la industria, esto evidencia un bajo nivel general de competitividad; además que los establecimientos no cuentan con una estructura financiera específica o sistemática.

Palabras clave: factores claves de éxito, comportamiento del mercado, indicadores financieros e indicadores no financieros.

2.1. Abstract

The sectoral diagnosis is a process of analysis carried out in a specific sector of the economy, with the objective of understanding and evaluating its current situation. The purpose of the research is to analyze the activity of the retail sale of flowers, plants and seeds in the canton of Loja; for the collection of the necessary information, direct observation in the premises, bibliographic review and surveys directed to 40 establishments classified with ISIC code G4773.21 that offer their products in the canton of Loja were carried out. It was carried out under a mixed exploratory, descriptive and field approach due to the absence of precedents in similar research. Subsequently, the information was meticulously analyzed, organized and synthesized in order to define the characteristics, statistics and averages of the sector. For the tabulation and calculation of industry statistics and averages, the Winsorizing technique was applied in order to normalize the data set and minimize the influence of atypical data. The relevant results indicated that the key success factors include demand, continuous improvement, innovation, service quality, employees and financial resources. The analysis of the financial results yielded significant averages, including working capital averaging \$6 426.16; debt to assets 4%; net profit margin 27%; ROA 54% and ROE 56%; as well as non-financial indicators: return per employee \$4,32; return per service time \$1,16; return on advertising \$0,015; employee training 1%. It is concluded that 50% of the stores are below industry averages, which is evidence of a low general level of competitiveness; in addition, the establishments do not have a specific or systematic financial structure.

Key words: key success factors, market performance, financial indicators and non-financial indicators.

3. Introducción

Los diagnósticos nos permiten comprender mejor la naturaleza y el comportamiento de la industria; identificar fortalezas y debilidades; y además evaluar oportunidades y limitaciones competitivas desarrollado a través del análisis de datos y la síntesis de investigaciones existentes para, en última instancia, crear los planes de desarrollo adecuados contribuyendo a la mejora continua de las industrias (López et al., 2021).

La botánica sigue siendo un campo fascinante en el que, más que nunca, la gente tiene grandes esperanzas de mejorar para la salud humana. El rápido crecimiento demográfico ejerce una enorme presión sobre el potencial productivo del ecosistema global, las personas deben responder a esas presiones creando sistemas agrícolas y forestales eficientes y sostenibles en el tiempo para sostener sus medios de vida (Raven et al., 1992).

La jardinería es la parte dedicada al cultivo de flores y plantas que son principalmente decorativas; además se trata de un amplio campo de conocimiento que incluye diversas actividades como la producción de plantas ornamentales, la producción y comercialización de flores cortadas, el diseño de paisajes, la decoración de interiores, entre otros (Ruiz, 2017).

Sin embargo, no se registran investigaciones con enfoque específico en las condiciones en las que se encuentran las empresas de flores, plantas y semillas, lo que induce a establecimientos a tomar decisiones y formular estrategias erróneas.

Por lo tanto, la necesidad de realizar investigaciones surge de la falta de información que permita comparar a la hora de evaluar el desempeño de su empresa con otras empresas del mismo sector, por lo que lleva a que muchas decisiones estratégicas mal formuladas puedan afectar la actividad y la persistencia en el mercado; por tanto, la pregunta de investigación será: ¿En qué condiciones se encuentran los locales de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados del cantón Loja, que permitan determinar el desempeño organizacional de dicho sector?

Son diversos los beneficios derivados de llevar a cabo un análisis sectorial en los locales de flores, plantas y semillas del cantón Loja. Uno de los aspectos pertinentes es la capacidad y aportación que brindan estos estudios para que las empresas evalúen su desempeño financiero y no financiero en relación con la competencia. No obstante, la ausencia de datos sectoriales despliega un obstáculo significativo para llevar a cabo esta relación, lo que destaca la importancia crítica del diagnóstico para superar esta limitación.

Aunque este tipo de estudios sea nuevo en Ecuador, no es un tema inexplorado a nivel mundial. En naciones como Colombia, España, empresas especialistas se dedican exclusivamente a llevar a cabo este tipo de investigaciones, emitiendo continuamente sus

resultados de manera mensual y anual que abarcan todos los sectores de la economía, además clasificándolos de acuerdo con el código CIIU. Aunque la recopilación de dicha información implica un costo elevado, su obtención contribuye considerablemente a mejorar la competitividad de las empresas.

El uso de diagnósticos sectoriales se ha observado en América Latina, donde Colombia es un ejemplo de país donde Arango et al. (2015) diagnosticaron la innovación en la empresa empresarial de calzado, mientras que Perú desarrolló una investigación dirigida al sector pesquero, utilizando factores internos y externos para su análisis y evaluación para determinar posibles estrategias para mejorarlo.

La falta de datos estadísticos y promedios publicados en las áreas de estudio del Ecuador, ha hecho que los diagnósticos sectoriales sean un raro tema de interés, puesto que esto permite a las organizaciones evaluar las limitaciones de la competencia, evaluar oportunidades y desarrollar estrategias para mejorar las directrices y aumentar la productividad (Villa, 2023).

En este contexto, los objetivos específicos de la investigación son caracterizar la actividad de venta de flores, plantas y semillas; definir los factores claves de éxito en el sector, establecer indicadores de desempeño empresarial financieros y no financieros y, finalmente determinar estadísticas y promedios de la actividad de los locales en el cantón Loja, utilizando tanto información primaria como secundaria.

La presente investigación abarca una contribución significativa en la inteligencia de mercados al proporcionar promedios de la industria de los locales de flores, plantas y semillas del cantón Loja; esta herramienta se presenta como útil para que las empresas del mismo sector comprendan su entorno, comparen su rendimiento y puedan identificar oportunidades y amenazas. Con ello, se facilita la toma de decisiones mediante estrategias que refuercen su posición competitiva, lo que a su vez genera un mejor rendimiento y favorece el crecimiento de cada local. Sin embargo, no se han identificado limitaciones en el desarrollo de la investigación; además la suficiente información sobre el tema y la abundante información financiera por parte de los establecimientos constituyen importantes. Además, la presencia de considerables locales de flores, plantas y semillas del cantón Loja contribuye a la facilidad y suficiente información para obtener los datos suficientes para la exploración.

En cumplimiento al Reglamento de Régimen Académico se divide de la siguiente manera: **Título**, aborda el tema central de la investigación; **Resumen**, una corta descripción concisa del estudio; **Introducción**, en él se destaca la relevancia, objetivos, contribuciones y estructura del proyecto; **Marco Teórico**, donde se exponen las teorías y conceptos fundamentales del proyecto; **Metodología**, se describe las técnicas y procesos utilizados para alcanzar los objetivos;

Resultados, derivados del logro de los objetivos establecidos; **Discusión**, que establece relaciones entre los resultados obtenidos y otras investigaciones similares; **Conclusiones**, que se derivan de los resultados; **Recomendaciones**, formuladas al finalizar la investigación; y la **Bibliografía**, que refleja las fuentes físicas y virtuales utilizadas como soporte en la investigación; por último, **Anexos**, que comprenden, fotografías, tablas, volantes, etc., mismos que sostienen a la investigación.

4. Marco teórico

4.1. Antecedentes

Malerba y Nelson (2004), llevaron a cabo un análisis de varios países, como China, India, Brasil, Corea y Taiwán, utilizando la metodología de los sistemas sectoriales. En su estudio examinaron a varios sectores: el sector automotriz, de telecomunicaciones, farmacéutico, de semiconductores, de software y el agroalimentario.

Estos sectores fueron seleccionados debido a la importancia del diseño del producto y la maquinaria en su funcionamiento. Concluyeron que dichos sectores han sido con frecuencia los principales impulsores del crecimiento económico de un país, debido a aspectos como la generación de empleo, la cantidad de capital invertido y la difusión de conocimientos. Sin embargo, existen diferencias notables entre diferentes tipos de sectores en algunas variables clave, tales como: actores, bases de conocimiento, instituciones, programas y políticas gubernamentales; y en los mecanismos involucrados en esta área, como la capacitación y el desarrollo de capacidades, el acceso al conocimiento extranjero y el desarrollo de capital humano avanzado.

Por otro lado, Cajilema (2006), a través de la investigación titulada “Diagnóstico Internacional de flores frescas de corte y proyecto de factibilidad de Lisianthus como alternativa de producción en la provincia de Córdoba (Argentina)”, con el objetivo de estudiar el mercado internacional de flores cortadas y, luego realizar un estudio de factibilidad para la producción de flores cortadas del mismo. Se empleó la metodología Cadenas y Dialogo para la Acción, recomendada por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, para identificar los actores clave en el mercado de flores de corte, incluyendo importadores, exportadores y productores.

Como parte de la investigación, se realizaron visitas a productores para identificar los diferentes productos presentes en la región y comprender la cadena de flujos desde el productor hasta el consumidor final. El análisis económico financiero concluyó que el proyecto Lisianthus es una buena alternativa de producción y por lo tanto es rentable al ser evaluado mediante indicadores financieros, que son las principales herramientas para calcular la rentabilidad.

Así mismo Malerba (2004), realizó un estudio de los sistemas sectoriales de innovación y el cambio tecnológico según el sector en el que se desarrollan, fueron seis sectores principales de Europa: productos farmacéuticos y biotecnología, equipos y servicios de telecomunicaciones, productos químicos, software, máquinas, herramientas y servicios; con el fin de analizar el proceso de innovación, los factores que afectan, la relación entre la innovación y la dinámica de la industria, los límites cambiantes del desempeño en innovación de empresas y países en

diferentes sectores, con base en la investigación sobre los vínculos de estos seis sectores específicos, se deduce que este elemento adicional tiene efectos en varios de ellos.

En el sector del software, se ha identificado conexiones entre la capacidad de desarrollo, la formación del capital humano y el acceso al conocimiento extranjero, sin embargo, estos impactos parecen ser más considerables para ciertas variables, como la estructura de la industria, el tipo de acceso al conocimiento extranjero, las relaciones con las multinacionales y las políticas gubernamentales en diversos sectores, así como en la interacción entre los componentes nacionales y los sistemas sectoriales durante el proceso de desarrollo económico.

Arango et al. (2015) efectuaron un estudio sobre la implementación de herramientas para evaluar la innovación en una empresa dedicada al sector del calzado en Colombia, su objetivo era realizar un análisis y medición actual de sus recursos tecnológicos, utilizando herramientas de diagnóstico de innovación para exponer el estado actual de la empresa en términos de perfil tecnológico e innovador, además evaluaron su posición competitiva, gestión y capacidades de innovación. Posteriormente se procedió a analizar los resultados obtenidos mediante estas herramientas, identificando las fortalezas y oportunidades que la empresa podría aprovechar para mejorar en términos tecnológicos e innovadores. Buscaban crear un diferenciador en estos aspectos para potenciar el desempeño de la empresa y lograr una mayor competitividad en el mercado.

La aplicación de las herramientas Test Catalán y Albacete señaló que es imperativo que todos los actores involucrados con la innovación en la empresa presten mayor atención y prioricen soluciones en áreas donde existen deficiencias. Además, en el perfil tecnológico de la empresa se indica enfocarse en prioridades como la vigilancia tecnológica y la capacidad del personal, aspecto que representa una de las mayores debilidades. Igualmente, se destaca la necesidad de implementar software que añada valor no solo a los procesos internos sino también a los productos ofrecidos por la empresa.

Por su parte Álvarez et al. (2014) desarrollaron una investigación dirigida al sector pesquero peruano; con la finalidad de realizar un análisis y evaluación destinado a analizar la situación, tanto en el ámbito interno como externo; y las estrategias para potenciarlo; además de abordar la conservación de la biomasa pesquera, la cual ha sido objeto de explotación en los últimos años, poniendo en peligro la sostenibilidad de esta actividad económica y afectando el equilibrio ecológico.

En conclusión, se determinó que, en el sector pesquero en relación con el entorno interno, existe una solidez evidente, ya que las fortalezas superan a las debilidades de manera significativa; de igual manera, en el entorno externo, se pueden aprovechar las oportunidades y

hacer frente a las amenazas. Esto implica la implementación de estrategias como la expansión en el mercado internacional y mejora de nuevos productos para lograr una consolidación exitosa.

Así mismo, Pérez et al. (2013) realizaron un estudio sobre la gestión del conocimiento en las pymes del sector de restaurantes para identificar áreas para mejorar su proceso de producción; descubrir que la situación actual de estos procesos en estas organizaciones y determinar las posibilidades de mejora; así como la definición de la persona de apoyo y las barreras que pueden beneficiar u obstaculizar la implementación de iniciativas de gestión del conocimiento; está realizado por doce empresas y aplicaron dos tipos de entrevistas con administradores y empleados utilizados para recopilar información, analizar la identificación/ubicación, el proceso de capacitación/adquisición, la creación, el uso, el almacenamiento/mantenimiento, así como la medición y la evaluación del conocimiento/medición.

En los ingresos/resultados, declararon que los encuestados acordaron que los empresarios tenían cinco procesos de gestión del conocimiento; los empleados son sensibles a las necesidades de la empresa; e individual dispuesto para compartir su conocimiento. Las barreras claves incluyen la resistencia al cambio; bajo nivel de conocimiento en el uso de la tecnología por parte de algunos miembros de la organización; dificultad para aplicar una planificación estratégica que tenga en cuenta la gestión del conocimiento y resistirse a documentar las mejores prácticas.

En ese mismo sentido, Medina (2020) efectuó un estudio de diagnóstico y propuesta de mejoras en los procesos productivos de las microempresas productoras de productos de Quito; desarrollar diagnósticos de la industria plástica nacional a través del análisis PESTEL para comprender la situación actual y determinar cuáles son los factores y problemas más comunes que afectan el desarrollo de la industria.

Además diagnosticar las microempresas pertenecientes a este sector, a través de entrevistas a propietarios y posterior el análisis FODA para identificar factores internos y externos que permiten conocer la situación actual e identificar los factores y dificultades más comunes que afectan el desarrollo de la industria del plástico; esto dificulta que el sector financiero genere ingresos porque el mercado no tiene tanta demanda de productos como en años anteriores debido a la situación económica interna; mientras que a nivel administrativo no existe un sistema de planificación y gestión estratégica que le permita gestionar su negocio para cumplir con los requisitos de los clientes y tener objetivos claros de desarrollo de la empresa.

Asimismo, Miño (2013) en su trabajo de investigación en la empresa florícola “Rosalquez S.A”, ubicada en la provincia de Cotopaxi con el objetivo de aplicar el Modelo de Productividad

Total, permitió ayudar a medir la productividad a través de los recursos utilizados y los ingresos, este modelo permite realizar comparaciones de los periodos con un año base y el Modelo DEA (Data Envelopment Analysis) que dio a conocer las variables más eficientes y rentables de la plantación dando como resultado beneficios económicos futuros a través de una mejor utilización de los recursos, reducción de costos, oportunidades de planificación y mayor productividad, contribuyendo al crecimiento de la empresa y al desarrollo del sector.

Dando como resultado que los tiempos perdidos de los procesos productivos se deben a la falta de capacitación del personal de postcosecha, estas demoras afectan de manera directa y elevada a la productividad de la empresa; además que, por la información generada en la plantación carece de exactitud y detalle, esto afecta a la investigación manejada en la oficina, por lo que no pudieron obtener información clara y precisa.

Según Corrales (2016) en su investigación de diagnóstico del entorno nacional de la industria florícola ecuatoriana para evaluar el impacto de las políticas comerciales del Ecuador en la producción de flores, afectando con ella la competencia de la industria; permitió identificar factores que fortalecen o debilitan la competencia de esta actividad; en el cual se utiliza el método Diamond de Michael Porter para comprender como un conjunto de procesos de internacionalización confirma las características de la actividad económica en un territorio determinado, con el fin de comprender las políticas, leyes y barreras aduaneras que se han aplicado a esta actividad agrícola.

El estudio utiliza una clasificación de instrumentos de política gubernamental para comprender las políticas, regulaciones y barreras arancelarias utilizadas en este sector. Finalmente, se analizaron factores externos que pueden influir en el nivel de exportaciones de flores como la demanda internacional, los tipos de cambio y las exportaciones. Los resultados de la investigación muestran que Cayambe, por estar ubicado en Ecuador, tiene características que ayudan a producir flores únicas y de alta calidad a escala global. Con el 61% de la producción proveniente de actividades agrícolas, es el tercer cantón con mayor valor de producción en la provincia de Pichincha.

Asimismo, Expoflores (2023) expone que en el Ecuador el 76% de la producción presentó cerca de \$ 92 000,00 millones de dólares al año obteniendo una rentabilidad del 3% en comparación al 2022 para el día de los enamorados y en el día de la mujer, por lo que, en el primer quimestre de 2023 se exportaría alrededor de \$ 440 000 millones de dólares siendo el de mayor concentración las rosas, causando un incremento leve del 2% en relación con el periodo en 2022.

Cuichán y Mata (2022) llevaron a cabo un estudio de investigación titulado “Análisis de exportación de la industria de las flores en Ecuador y su impacto en Florícolas de la parroquia Mulalo, del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, durante el período 2015 – 2020”. El objetivo principal de esta investigación fue emplear la correlación de Pearson y la regresión lineal para evaluar la relación entre las variables pertinentes. Específicamente, buscaron comparar el ingreso de las compañías de perfumes de Mulalo con las exportaciones de la industria de las flores, así como analizar la relación entre ambos aspectos.

El primer enfoque estratégico consistió en establecer alianzas estratégicas con el fin de incrementar las ventas de flores. Esto lograron mediante la introducción de una nueva colección en el mercado internacional y el fortalecimiento del marketing directo. Este enfoque tenía como objetivo reducir la dependencia de las empresas floricultoras de los intermediarios en la venta de sus productos. Como resultado, la mayoría de las empresas adquirieron la capacidad de resolver problemas, gestionar sus recursos de manera más eficiente y aumentar su liquidez y rentabilidad, contribuyendo así a un crecimiento económico positivo. Sin embargo, es importante destacar que algunas empresas aún no han alcanzado los estándares aceptables, lo que indica una posición menos favorable en el mercado.

4.2. Fundamentación teórica

En este apartado se apreciará ideas y métodos teóricos existentes que respaldan y orientan la investigación. Permitiendo indagar y proporcionar una base firme de conocimientos y comprensión.

4.2.1. Teoría de administración

La administración se refiere a una variedad de cosas, como la comunicación, el liderazgo, la toma de decisiones, la optimización de los recursos, la implantación y el logro de objetivos, la resolución de problemas la creación de ambientes propios de trabajo, la definición de responsabilidades, la evaluación del desempeño y la satisfacción de los clientes. También se relaciona con todas las acciones afines a la planificación, organización, dirección y control para adaptarse a un mundo (Palacios y Chemali, 2013).

De igual manera, Mora y Lozano (2011), señalan que es una disciplina reciente que ha evolucionado un rápido progreso desde la revolución industrial hasta la formación actual de las tendencias administrativas. Asimismo, se ha alcanzado un notable crecimiento económico y una mejora sustancial en el desarrollo social debido a la aplicación y comprensión de esta disciplina, superando cualquier otra etapa en la historia de la humanidad.

En la Tabla 1, proporciona un resumen de las teorías relacionadas con la gestión.

Tabla 1*Teorías básicas de gestión*

Teorías de la administración	
Tipos	Descripción
Teoría de la administración científica	Esta teoría dejó una huella significativa en la construcción teórica de la ciencia administrativa. Las teorías existentes hasta el momento evolucionan y se enriquecen a partir de sus fundamentos. Fue un desafío en la historia humana y fue el lugar donde se encontraron y se inspiraron los creadores de otras teorías.
Teoría clásica	La práctica de la administración como una disciplina científica, la percepción de la organización como una estructura, y la implementación de la división del trabajo y la especialización. La coordinación son los conceptos relevantes que sustentan esta teoría.
Teoría de las relaciones humanas	Es imprescindible mitigar ciertos impactos que el enfoque clásico ha tenido en la sociedad, especialmente a la luz de los avances en psicología y sociología. Diversos escritores han desempeñado un papel destacado en la consolidación de esta teoría, siendo Elton Mayo el más destacado. Después del experimento de Hawthorne, Elton realizó contribuciones significativas en áreas como la productividad resultante de la integración, el comportamiento, las relaciones humanas, las recompensas y sanciones sociales, así como la formación de grupos informales dentro de las organizaciones.
Teoría neoclásica	Se fundamenta considerablemente en la perspectiva clásica y se centra en la aplicación práctica de la administración, orientada hacia la consecución de objetivos y resultados. Se fortalecen conceptos como estructura, autoridad y responsabilidad, además de incorporar elementos como liderazgo, dinámica de grupos y comunicación interpersonal.
Teoría de la burocracia	Es necesario un modelo de organización racional que oriente el trabajo del administrador para maximizar la eficiencia.
Teoría del comportamiento	La teoría del comportamiento ha sido de muchas discusiones y debates, ya que ha resumido numerosas premisas planteadas en la teoría de las relaciones humanas. Desde ese enfoque se analizó el funcionamiento y la dinámica de la empresa, así como el comportamiento tanto de individuos como de grupos dentro de la organización. Esto se extiende al proceso de toma de decisiones, ya que se percibe a la organización como un sistema de decisiones en el cual las personas actúan de manera racional fundamentada en la investigación del entorno.
Teoría de sistemas	La introducción se fundamentó en la teoría general de sistemas propuestas por el biólogo alemán Ludwig Von Bertalanfy. En su teoría sostuvo que, en las ciencias sociales, la concepción de la sociedad como un conjunto de individuos similares a átomos sociales ha sido sustituida por la tendencia a considerar la sociedad, la economía y la nación como entidades integrales superiores a sus partes individuales. Esto implica desafíos primordiales en el ámbito económico y en la construcción de la nación y el Estado, al mismo tiempo que abre paso a nuevos enfoques de pensamientos.
Teoría de la contingencia	Las teorías organizacionales no explicaban de manera proactiva y dinámica cómo las organizaciones se ajustaban al entorno y a la tecnología. La conclusión principal es que, en administración, todo depende de las circunstancias que se afrontan o se presenten en cualquier organización, debido a que el ambiente está en constante interacción, se requiere una variedad de enfoques y técnicas administrativas para abordarlo, resistirlo, crecer y desarrollarse en él.

Nota. Adaptado de Mora y Lozano, (2011).

4.2.2. Teorías de desarrollo económico

Según Vargas (2008), la teoría del desarrollo propone la importancia de evaluar el impacto sectorial de la liberalización como parte integral de la diversificación de las políticas, teniendo en cuenta las diferencias entre sectores. Esto garantiza que las políticas sean diseñadas de manera específica para asegurar que los beneficios del cambio de política alcancen a las comunidades más pobres y que los costos no recaigan únicamente en aquellos que tienen menos capacidad para aportar. Se han formulado diversas teorías sobre el desarrollo, y a continuación se presentan algunas de ellas:

4.2.2.1. Teoría de la modernización. Que el desarrollo es un procedimiento sistemático, evolutivo, progresivo, transformador, homogeneizador y de una universalización inminente; también, que es el florecimiento social y político de las comunidades que se manifiesta en la transición de una mentalidad apropiada en los sentimientos hacia una sociedad fundamentada en los logros individuales. Esta teoría ha identificado fases evolutivas de desarrollo de las comunidades.

4.2.2.2. Teoría de la dependencia. Sitúa su enfoque en el progreso dentro de los mercados internos, destacando el papel fundamental del sector industrial nacional y la generación de demanda agregada a través de aumentos salariales que mejoran los niveles de vida. A diferencia de las teorías anteriores, que se centran en el estado nación como su objeto principal de estudio, las dos siguientes adoptan perspectivas alternativas en su análisis.

4.2.2.3. Teoría del sistema mundo. Se enfoca en el análisis del sistema social y sus interrelaciones con el desarrollo del capitalismo a nivel global, actuando como fuerzas determinantes entre las distintas naciones, abarcando incluso a las de menor escala.

4.2.2.4. Teoría neoinstitucional. Estudia las características de las estructuras institucionales económicas que propician el desarrollo de las comunidades. La configuración institucional de un país juega un papel crucial en su avance económico, social y político, influyendo en las dinámicas del sistema político. El nuevo diseño institucional se caracteriza por la adopción de valores y estructuras mentales renovados, así como por la implementación de nuevas reglas y formas de interacción entre los diversos actores. El capital institucional, abarcando todas las instituciones relevantes para el análisis de los procesos de desarrollo económico y, en términos generales, para las actividades económicas, emerge como el punto de referencia clave.

4.2.2.5. Teoría de la globalización. Pone énfasis en las transacciones económicas y sus interconexiones políticas y financieras, facilitadas por el desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación, todo ello desde una perspectiva que considera los elementos

culturales. No obstante, se observa que las naciones que han alcanzado niveles más avanzados de desarrollo económico son aquellas que gestionan sus mercados financieros con regulaciones.

4.3. Fundamentación conceptual

Se han determinado definiciones afines al tema de investigación con el fin de contribuir ideas fundamentales que beneficien y ayuden a comprender el desarrollo del estudio.

4.3.1. Diagnóstico

Según Moreno (2016), el término diagnóstico es una palabra que tiene su origen etimológico en el griego y más aún en la unión de tres expresiones de dicha lengua. Es una expresión que está formada por el prefijo *diag.* que significa “a través de”; la palabra *gnosis* que es un sinónimo de “conocimiento”, y finalmente el sufijo *tico* que se define como “relativo a”.

La concepción del diagnóstico, según Pérez y Carballo (2010), se articula como el análisis profundo de la realidad, abarcando la identificación meticulosa de las oportunidades y amenazas que emanan del entorno, así como la evaluación de los puntos fuertes y débiles internos. Este proceso, complementado con una averiguación minuciosa del futuro factible, se establece como un principio esencial para la toma de decisiones fundamentadas y la formulación estratégica de planes de acción.

Por su parte, Páez (2020) expresó la opinión de que el diagnóstico es una herramienta que permite determinar la situación económica de una empresa mediante la revisión y análisis de la información proporcionada por el campo contable. Al evaluar los estados financieros se pueden establecer criterios para la toma de decisiones, especialmente en tiempos de crisis.

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO,2010) los diagnósticos son herramientas que les permiten tomar decisiones eficaces, encaminadas a generar dinámicas de desarrollo del sector de industrias culturales y creativas, además investigaciones dirigidas a examinar una situación determinada, identificando sus componentes, la conexión entre ellos y el impacto de esta interacción. Las comparaciones no proporcionan una descripción simple de los datos, sino que brindan interpretaciones para resolver problemas que brindan información que permite a los tomadores de decisiones gubernamentales identificar aspectos clave de la dinámica de la industria, la cultura y la creatividad.

Analizando las definiciones propuestas por los autores, se pueden concluir que el diagnóstico permite adquirir los conocimientos necesarios sobre una determinada industria; además es un importante mecanismo de liderazgo y planificación estratégica, que guía la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias que ayudan a la organización a alcanzar logros y beneficios futuros.

4.3.2. Diagnóstico sectorial

López et al. (2021), define el diagnóstico sectorial como una herramienta para construir conocimiento sobre la realidad de un determinado sistema, permitiendo evaluar resultados, desarrollar estrategias y tomar decisiones mediante el análisis de oportunidades e inquietudes, amenazas que tiene el mercado, así como las fortalezas y debilidades típicas de la industria.

Se puede concluir como una herramienta realmente útil en la que se constituye la información obtenida mediante el diagnóstico para la planeación estratégica, la toma de decisiones y la elaboración de planes de acción sostenible a futuro con el grado de certeza mayor o bien, con dirección a lo que se desea lograr, partiendo de lo que es hoy.

4.3.2.1. Proceso para efectuar un diagnóstico. Los cambios fundamentales en el proceso de diagnóstico son los mismos que apuntan: primero, incluir el análisis del entorno y su impacto en la organización, proceso que originó entre los años 1960, cuando aparecieron los primeros registros de análisis FODA; el segundo hecho, que constituye una directriz importante en el proceso de diagnóstico, diseño e intervención organizacional, el análisis de la dirección estratégica es, por su propia naturaleza, esencial para la acción de largo plazo; la tercera realidad es evaluar la cadena de valor utilizando las cinco fuerzas de Porter; la cuarta realidad es la inclusión de los activos intangibles en una perspectiva de análisis financiera; la quinta realidad es la importancia de tener en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes en la gestión moderna; sexto, la importancia relativa de las áreas de gestión de personas y trabajo en equipo y finalmente el séptimo pero no menos importante hecho es la influencia de los sistemas de información y la tecnología tanto dentro de la organización como del comercio (Vidal, 2004).

En la Tabla 2 se detalla el proceso del diagnóstico que se debe desarrollar en seis pasos generales utilizando herramientas de medición adecuadas.

Tabla 2

Elementos a evaluar en un diagnóstico

Aspecto a medir	Instrumentos
1. Ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Analizar las principales fuerzas externas.• Analizar la cadena productiva en la que participa la organización.• Matriz de perfiles competitivos.• Evaluar la matriz de factores externos.
2. Direccionamiento importante	<ul style="list-style-type: none">• Misión, visión, políticas, estrategias, objetivos, metas, cultura.• Matriz de la posicionamiento estratégico y evaluación de desempeño• Cuestionario para evaluar la efectividad organizacional.

Aspecto a medir	Instrumentos
3. Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Balance/estado de pérdidas y ganancias. • Presupuesto. • Tesoro invisible. • Indicadores y bobinas de inducción.
4. Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de investigación de mercados. • Cuestionario de satisfacción del cliente. • Indicadores e instigadores.
5. Procesos internos	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario: ¿Cómo es la logística en su empresa? • Indicadores e inductores de inducción.
6. Formación y crecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación basada en competencias. • Cuestionario sobre el clima organizacional. • Indicadores.

Nota. Adaptado de Vidal (2004).

4.3.3. Herramientas del diagnóstico sectorial.

Las principales herramientas utilizadas para preparar los diagnósticos sectoriales son:

4.3.3.1. Las cinco fuerzas de Michael Porter. Como se muestra en la Figura 1, el modelo de las cinco fuerzas de Porter permite realizar un análisis externo de una empresa analizando la industria o sector al que pertenece la empresa.

Figura 1

Modelo de las cinco fuerzas de Porter



Nota. Adaptado de Hernández, 2011

Hernández (2011), describe a cada una de las fuerzas de Porter:

4.3.3.1.1. Rivalidad entre competidores existentes. Se cree que en un sector donde se sabe que el retorno de la inversión supera los costos, la entrada de empresas interesadas en

ese sector será grande y rápida hasta que aprovechen las oportunidades que trae el mercado. Está claro que los actores del mercado aumentarán la capacidad de producción de la industria y si esta logra ganancias superiores al promedio, atraerá a más inversores, lo que aumentará la competencia y, como resultado, reducirá las ganancias de la industria.

4.3.3.1.2. Amenaza de posibles productos sustitutos. Se trata de productos que realizan las mismas funciones que el producto probado. También son la fuerza impulsora detrás del atractivo de una industria porque pueden reemplazar productos y servicios ofrecidos o proporcionar una alternativa para satisfacer una necesidad. Representan alguna amenaza para la industria si satisfacen las mismas necesidades a un costo menor y con excelente rendimiento y calidad. Las empresas de una industria pueden competir directamente con las empresas de otra industria si ese producto puede ser un sustituto de otro producto.

4.3.3.1.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores. Considera lo difícil que resulta para los competidores entrar en el mercado; cuanto más fácil sea para nuevos competidores ingresar al mercado, mayor será el riesgo de que una empresa establecida subsista en el mercado.

4.3.3.1.4. Poder de negociación de los proveedores. Se trata del poder de negociación de los proveedores, que incide en la posición de una empresa en el mercado al influir en parte sobre aquellos que suministran los recursos necesarios para la producción de productos químicos. Por ejemplo, cuantos menos proveedores haya, mayor será su poder de negociación porque la oferta de materias primas es baja, por lo que pueden subir los precios fácilmente.

4.3.3.1.5. Poder de negociación de los clientes. La rivalidad se ve condicionada, en parte, por la capacidad de negociación que tienen los clientes en relación con las empresas que ofrecen el producto o servicio. En los mercados de productos, la influencia de una empresa en las negociaciones con los clientes se establece a través de dos factores: la sensibilidad al precio y el grado de influencia en la negociación.

4.3.4. Competitividad en la agricultura.

En el intercambio comercial, la agricultura desempeña un papel importante en el producto bruto interno bruto, por lo que es una actividad que puede crear muchos empleos y divisas, gracias a su ubicación para la geografía de los países latinos, estos tienen recursos naturales únicos, tienen la principal ventaja comparativa la tienen sobre los países de América del Norte y Europeos (Corrales, 2016).

4.3.5. Análisis FODA

Tobar (2007), mencionó que el análisis FODA es una herramienta que permite crear una imagen de la situación actual de una empresa u organización, permitiendo así obtener un

diagnóstico certero, a partir del cual permite tomar decisiones consistentes con los objetivos y políticas asumidas.

Las oportunidades se refieren a las fuerzas ambientales externas que escapan al control de una organización pero que representan posibilidades potenciales de crecimiento o mejora. Estas oportunidades, presentes en el entorno, desempeñan un papel crucial al moldear las estrategias de la organización en mayor o menor medida. Contrariamente, las amenazas comprenden las fuerzas ambientales externas que también escapan al control de la organización, pero representan aspectos negativos y posibles problemas.

Las oportunidades y amenazas no solo afectan la atractividad del estado de una organización, sino que también pueden determinar la necesidad de tomar medidas estratégicas. Sin embargo, el aspecto más significativo de este análisis radica en la evaluación de fortalezas y debilidades, así como de oportunidades y amenazas, para llegar a conclusiones estratégicas. En la Tabla 3 muestra los aspectos que deben considerarse al preparar una lista de matriz FODA.

Tabla 3

Componentes del FODA

Recursos competitivos y las fortalezas de la competitividad	Debilidades de recursos y posibles defectos competitivos
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad y competencia de acuerdo con los elementos básicos del éxito de la industria. • Situación financiera sostenible; grandes recursos financieros para el desarrollo. • Imagen fuerte de la marca/reputación de la compañía. • Atractiva base de clientes. • Tener habilidades de tecnología más altas e importantes. • Excelente inteligencia. • Habilidades publicitarias. • Buena ubicación para negociaciones con proveedores o compradores. • Capacidad creativa del producto. • Demuestre las posibilidades de mejorar el proceso de producción. • Buena gestión de la cadena de provisión. • Buen servicio al cliente. • Excelente calidad del producto. • Rango geográfico amplio y/o una fuerte fuerza de distribución global. 	<ul style="list-style-type: none"> • La capacidad no coincide con las cosas básicas sobre los factores básicos del éxito de la industria. • En el grupo estratégico incorrecto. • Pérdida de participación de mercado a causa de varios factores. • Falta de atención a las necesidades de los clientes. • Mal saldo genera, algunos recursos financieros para el crecimiento, alta carga de deuda. • Costo total por unidad relacionado con competidores importantes. • No mostrar la capacidad de innovar en el producto. • Productos/servicios con atributos mediocres o características más bajas de los competidores. • Línea de productos está demasiado cerca de los rivales. • Mala marca o reputación.

<ul style="list-style-type: none"> • Unión/empresas con otras organizaciones que permiten el acceso a tecnología valiosa, una capacidad geográfica atractiva. • Un producto es muy diferente de los competidores. • Ventajas de costos para rivales. • Competencia características en varios aspectos. • Recursos complejos para copiar y no hay buenos productos de reemplazo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los distribuidores de redes son los más débiles en comparación con los competidores o la falta de distribución global completa. • Retraso del producto, conocimiento de judíos o tecnología. • Falta de gestión profunda. • Capital intelectual inferior relacionado con los competidores. • La abundancia de actividades internas u objetos obsoletos. • Tener una energía válida.
<p>Oportunidades comerciales potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar en un mercado competitivo. • Mayor demanda de los compradores de bienes industriales. • Servir grupos de clientes de mercados adicionales. • Ampliar la línea de productos de la empresa para satisfacer las necesidades más amplias de los clientes. • Utilice las habilidades o conocimientos tecnológicos de la empresa para obtener nuevos productos o negocios. • Ventas de internet. • Integrado en la primera o última etapa de producción. • Ferias en mercados atractivos a mercados extranjeros. • Tomar la recepción de empresas competitivas con experiencias o habilidades tecnológicas atractivas. • Crear alianzas o empresas comunes para expandir el alcance comercial o aumentar la competitividad. • Descubrir actividades de nuevas tecnologías. 	<p>Amenazas externas potenciales para la rentabilidad futura de una empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creciente intensidad de la competencia entre los rivales en la industria. • El crecimiento del mercado disminuye. • Puede registrar nuevos competidores fuertes. • Las ventas perdidas en el campo del intercambio de productos. • Crea proveedores de negociación de clientes o proveedores. • Cambiar las necesidades y gustos del comprador para desconectarlo con productos industriales. • Cambios demográficos inadecuados amenazan la demanda de productos de la industria. • Condiciones económicas no sorprendentes amenazan a los proveedores o distribuidores necesarios. • Los cambios tecnológicos debilitan la capacidad especial de la empresa. • Las políticas comerciales son limitadas de acuerdo con las reglas extranjeras. • Nuevos requisitos caros.

Nota. Adaptado de Thompson et al. (1998)

4.3.6. Análisis PESTEL

Quiroa (2020), sostiene que es una herramienta empleada en el análisis estratégico con el propósito de evaluar el entorno de un negocio a través del análisis de un conjunto de factores externos. Además, esta herramienta puede abarcar una descripción del entorno en el cual la

empresa lleva a cabo sus operaciones. Para ello se tendrán en cuenta aspectos importantes del entorno exterior que sean relevantes para las operaciones de la organización, además es necesario en toda empresa porque facilita la toma de decisiones importantes, especialmente a la hora de desarrollar estrategias de corto, mediano y largo plazo.

Según Kotler (2013), existen seis elementos que componen el análisis PESTEL.

4.3.6.1. Factores políticos. Nos permiten identificar y evaluar en qué medida la intervención gubernamental puede afectar el desempeño y la eficiencia de una empresa. Esto sucede a través de regulaciones y reglas aplicadas por una agencia gubernamental. En líneas generales, estos aspectos pueden abarcar políticas fiscales y monetarias gubernamentales, subsidios, acuerdos comerciales y políticas internacionales. Esto implica que engloba todas las regulaciones y políticas que inciden en la esfera empresarial, ya sea a nivel nacional, regional o internacional.

4.3.6.2. Factores económicos. Toman en cuenta todas las variables macroeconómicas, que se consideran a nivel nacional como internacional, teniendo en cuenta si pueden ayudar o dificultar el desempeño de la organización. Las variables económicas más importantes son la dinámica del producto interno bruto (PIB), la tasa de desempeño, el nivel precios y la balanza comercial. Además, es necesario tener en cuenta eventos como las fluctuaciones del ciclo económico, especialmente los períodos de recesión y prosperidad económica, ya que son factores que pueden beneficiar a la empresa o empeorar la situación en la misma que está en riesgo.

4.3.6.3. Factores sociales. Incluyen factores como la religión, las creencias, la cultura, las costumbres, los intereses y las preferencias de una persona, todos estos factores afectan positivamente o negativamente los resultados que la empresa quiere lograr; porque los aspectos sociales cambian e introducen nuevas tendencias.

4.3.6.4. Factores tecnológicos. Son fundamentales para la empresa para la empresa debido al nivel de innovación que impera en el mercado actual; los cambios tecnológicos pueden traer enormes beneficios a las empresas que sepan aprovecharlos y puede causar enormes pérdidas a las empresas que se vuelven obsoletas y no cambian su infraestructura, estos factores podrían ser el uso de nuevos programas informáticos, la adopción de nuevas formas de energía y cualquier modificación en la tecnología empleada.

4.3.6.5. Factores ecológicos o ambientales. Se relacionan directo o indirectamente con el medio ambiente, cualquier cambio en las regulaciones gubernamentales o tendencias sociales relacionadas con la protección del medio ambiente que afecta a la empresa; también se puede

mencionar entre otras regulaciones sobre el consumo de energía, protección del medio ambiente, gestión de residuos y emisiones de gases.

4.3.6.6. Factores legales. Incluyen todas las normativas que debe cumplir la empresa, las regulaciones legales pueden perjudicar o ayudar al negocio de una empresa. La legislación puede afectar la fabricación y comercialización de los productos ofrecidos de la misma; del mismo modo, puede tener un impacto a nivel nacional e internacional, las más importantes incluyen regulaciones sobre propiedad intelectual, seguridad social, salario mínimo y licencias

4.3.7. Indicadores financieros

Sandoval (2014), establece que el uso de ratios financieros permite un análisis financiero apropiado, un control adecuado de los resultados obtenidos por la agencia de gestión y una base adecuada para tomar decisiones razonables para que los administradores puedan realizar análisis financieros adecuados respaldados por ratios financieros, entre dos variables, es decir, comparar dos períodos económicos, permite realizar ciertos juicios, predecir cambios futuros y proporciona criterios confiables para futuro.

4.3.7.1. Indicadores de liquidez. Evalúan la habilidad de una empresa para cubrirse sus obligaciones a corto plazo (pasivos corrientes).

4.3.7.2. Índice de rentabilidad. El índice de eficiencia, también como margen de beneficio, mide la eficiencia de la gestión de una empresa a la hora de controlar los costes y gastos y, por tanto, convertir las ventas en beneficios.

4.3.7.3. Índice de endeudamiento. El ratio de endeudamiento o solvencia se refiere a la capacidad de una empresa para cubrir tanto su deuda a largo plazo a su vencimiento como sus gastos e intereses.

4.3.7.4. Índice de capital de trabajo. El capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo. Se define como activo circulante menos pasivo circulante; esto incluye préstamos bancarios, documentos comerciales, salarios e impuestos.

4.3.8. Indicadores de desempeño no financieros

La empresa debe implementar el uso de indicadores no financieros para garantizar el suministro de datos consistentemente honestos y precisos sobre el desempeño, la eficiencia y la calidad. El logro de la competitividad de una empresa comercial debe basarse en el desarrollo de un plan estratégico que incluya una misión y un plan de negocios, combinados con un sistema de medición que incluya indicadores financieros y no financieros, que ayudará a las empresas a esforzarse por lograr una innovación continua, asegurando su posición en el mercado en el que opera.

León (2021), considera que las organizaciones deben contar con un sistema de valuación,

es decir, los indicadores financieros y no financieros están vinculados a cuatro aspectos que toda organización debe evaluar: recursos humanos (ambiente armonioso, recursos humanos y eficiencia), procesos internos, clientes e informes financieros (beneficios, costos, presupuestos) necesarios para tomar decisiones.

Según Ruiz (1996), los indicadores no financieros abarcan diferentes criterios:

- Dependiendo de los indicadores, la calidad se mide dentro o fuera de la empresa.
- Dependiendo de los indicadores, se aplican a un proceso de negocio específico.
- Depende del propósito para los que sirvan estos indicadores.

Un indicador no financiero es relevante cuando cumple los siguientes criterios, al igual que todos los datos deben ser pertinentes, exactos y oportunos. Los ratios financieros y no financieros deben ser claros e interpretables para la mayoría de los consumidores y relacionables con datos actuales.

4.3.9. Sectores económicos

Los sectores económicos representan las distintas áreas de la actividad financiera. De acuerdo con Keynes (1998), las actividades económicas se componen de labores productivas, que forman parte del trabajo, el capital monetario y los recursos, todos orientados a la generación de recursos económicos.

Según Sánchez (2016), un sector económico es cualquier división creada a partir de la división de las actividades económicas de un país, generalmente teniendo en cuenta diversos factores como el valor agregado de los bienes o servicios producidos.

4.3.10. Clasificación de secciones económicas

Los sectores económicos se refieren a la subdivisión de las actividades económicas en un estado o territorio, abarcando todas las fases del desarrollo de los recursos naturales, desde la extracción hasta la industrialización, la preparación para el consumo, y finalmente, la distribución y comercialización de bienes y servicios.

Sánchez (2016) señala que la actividad económica se divide en tres áreas:

4.3.10.1. Sector primario. Las empresas se establecen para desarrollar sus operaciones mediante la explotación de recursos, esto se aplica a las empresas dedicadas a la ganadería o la agricultura.

4.3.10.2. Sector secundario. Este sector procesa materias primas para convertirlas en productos terminados; un ejemplo es la industria textil o de fabricación de muebles

4.3.10.3. Sector terciario o servicios. Este campo de ocupa de la comercialización de servicios bastante intangibles y personalizados. Por ejemplo, estamos hablando de la industria de las telecomunicaciones o del turismo.

4.3.10.4. Sector cuaternario. Incluye actividades de investigación donde el conocimiento es la clave. Por ejemplo, pensamos en empresas que crean software para empresas de otros sectores y estos puedan utilizar en su negocio, por tanto, se caracteriza por el hecho de que el uso de sus productos puede aumentar la productividad y los beneficios de diversas empresas y de países o mercados enteros.

4.3.11. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) fue concebida por las Naciones Unidas en 1948, con el propósito de establecer una herramienta de referencia global que ofreciera un conjunto de categorías de actividades utilizables para recopilación y divulgación de datos estadísticos asociados a dichas actividades. (Naciones Unidas, 2009). La Tabla 4 muestra las clasificaciones del nivel superior, ordenadas alfabéticamente para facilitar el análisis económico; la CIIU incluye 21 divisiones económicas:

Tabla 4

Clasificación de los componentes económicos

Clasificación	Actividad
A.	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
B.	Explotación de minas y canteras
C.	Industrias manufactureras
D.	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado
E.	Suministro de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento
F.	Construcción
G.	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
H.	Transporte y almacenamiento
I.	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas
J.	Información y Comunicación
K.	Actividades financieras y de seguros
L.	Actividades inmobiliarias
M.	Actividades profesionales, científicas y técnicas
N.	Actividades de servicios administrativos y de apoyo
O.	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
P.	Enseñanza P. E
Q.	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social
R.	Artes, entretenimiento y recreación
S.	Otras actividades de servicios
T.	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio
U.	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales

Nota. Tomado de Naciones Unidas (2009).

4.3.12. Descripción de la clasificación industrial internacional uniforme.

La estructura de la clasificación sigue un formato jerárquico piramidal con seis niveles mutuamente excluyentes, lo que simplifica la tarea de recopilar, presentar y analizar datos correspondientes a los niveles detallados de la economía de manera uniforme y con comparabilidad internacional. Las categorías en el nivel superior de la clasificación son denominadas secciones y se identifican mediante códigos de letras (A - U).

Posteriormente, estas secciones se desglosan en categorías más específicas, identificadas con códigos numéricos: dos dígitos para departamentos, tres dígitos para grupos, cuatro dígitos para clases, cinco dígitos para subclases y seis cifras para describir la actividad económica a un nivel más detallado (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2012).

Posteriormente se detalla la estructura de la clasificación en la Tabla 5.

Tabla 5

Estructura de la clasificación nacional de actividades económicas de la sección G

División	Clasificación	Actividad
Por secciones (literal)	G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
Por división (literal + dos dígitos)	G47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.
Por grupos (literal + tres dígitos)	G477	Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.
Por clases (literal + cuatro dígitos)	G4773	Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados.
Subclase	G47732	Venta al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, mascotas y alimento para mascotas en comercios especializados.
Actividad	G477321	Venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados, incluso arreglos florales.

Nota. Adaptado de Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012.

4.3.13. Sector

Sánchez (2016) define una industria como una de las divisiones que se forman a partir de la división de las actividades económicas de un país, muchas veces tomando en cuenta diversos factores como el valor agregado de los bienes o servicios que se exportan.

4.3.14. Sector comercial

Se refiere al sector terciario de la economía y engloba actividades como el comercio y engloba actividades como el comercio al por mayor y al por menor, centros comerciales, cámaras de comercio, mercados y, todas las áreas relacionadas con las actividades comerciales de diversos productos a nivel nacional e internacional. Este sector consiste en actividades económicas dedicadas a la compra y venta de bienes y servicios (Banrepcultural, 2017).

4.3.15. Sector agrícola

Se define como la producción, procesamiento, comercialización y distribución de productos vegetales y animales. Este es un concepto moderno, ya que anteriormente se creía como un término específico para cultivos de hortalizas que juega un papel decisivo en la economía del país, ya que, esta es la base de nuestro sistema económico; no solo proporciona alimentos y materias primas, sino que también brinda oportunidades de empleo a un gran número de personas (Villarreal y Bonifaz, 2017).

4.3.16. Actividad floricultura

Se trata de una rama de la horticultura que se ocupa del cultivo de flores y plantas ornamentales con fines principalmente atractivos, con un amplio campo de conocimiento que incluye diversas actividades como la producción de plantas ornamentales, la producción y comercialización de flores cortadas, el diseño de paisajes, la decoración de interiores, etc. (Ruiz, 2017).

Según Harari et al. (2011), el primer país latinoamericano en convertir la floricultura en industria fue Colombia, a ellos se sumó después Ecuador y casi simultáneamente con menor intensidad Perú y Bolivia. Así, este sector no sólo se creó gracias al esfuerzo de los empresarios florícolas, sino que en realidad es parte de la influencia, proveniente principalmente de Estados Unidos, para promover los llamados cultivos no tradicionales para la exportación en los modelos neoliberales de regulación y apertura. Los proyectos de exportación agrícola son estimulados desde Estados Unidos, es decir, por un lado, están orientados a la exportación y, por otro, dependen del sector agrícola, además se adoptó una estrategia para reprivatizar la economía.

En el Ecuador las primeras plantaciones de flores comenzaron a aparecer en la década de 1980 y para 1985 solo existían tres plantaciones. Están en fase de pruebas y sus exportaciones no han sido registradas oficialmente. La industria de las flores comenzó a desarrollarse en Ecuador alrededor de 1987, llegando a contar con unas cien empresas en 1990 y más de doscientas empresas en 1995. Hoy en día, existen más de quinientas empresas registradas oficialmente.

La floricultura representa la cuarta industria exportadora más significativa de Ecuador, generando ingresos anuales cercanos a mil millones de dólares. A lo largo de los últimos diecisiete años, las empresas florícolas certificadas por Flor Ecuador han estandarizado sus procesos productivos, contribuyendo a mejorar las condiciones económicas, sociales y laborales de más de veintiocho mil familias. Además, se ha fomentado la igualdad de género y se han promovido buenas prácticas agrícolas y ambientales. (Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica [MATE], 2022).

4.3.17. Características del sector

4.3.17.1. Comercialización al por menor. Se clasifican las unidades de negocios que se dedican principalmente a la compra y venta (no conversión) de bienes de consumo final destinados a la venta a individuos y hogares, así como unidades de negocios que se dedican solo a una parte del proceso (compra o venta). Los negocios minoristas tienen una o más de las siguientes características:

- a) Atraer clientes gracias a la ubicación y diseño del local.
- b) Mostrar una variedad de productos para facilitar la elección de los clientes.
- c) Realizar publicidad intensiva a través de folletos, periódicos, radios y televisión (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática [INEGI], 2004).

4.3.18. Factores clave de éxito del sector comercial

Silva (2018), señala que los factores clave del éxito permiten a las organizaciones realizar sus objetivos, establecer una planificación estratégica. De este modo, las empresas pueden tomar decisiones con mayor precisión, centrándose en la rentabilidad y eficacia de la empresa. En pocas palabras, los factores clave del éxito son ventajas competitivas fundamentales para alcanzar los objetivos corporativos, que se traducen en éxito empresarial. Para encontrarlo, se debe comprender como se mueve nuestro mercado y las dinámicas que hacen que se mueva.

De la misma forma, existen varios aspectos importantes que pueden influir en el éxito comercial. Entre ellos figuran el precio de los productos o servicios, la calidad del diseño, el servicio al cliente, la reputación de la empresa, la calidad de los productos o servicios, la capacidad de innovación y adaptación y la transferencia de conocimientos. Estos elementos pueden contribuir al éxito comercial y a la competitividad.

4.4. Fundamentación legal

En este apartado constan fuentes legales nacionales y normativas vigentes en el Ecuador que son relativo al problema.

4.4.1. Reglamentos y resoluciones

4.4.1.1. Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares. Que mediante Circular Nro. NAC-DGECCGC21-00000006, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial Nro. 593 de 08 de diciembre de 2021, dirigida a los sujetos pasivos de impuestos administrados por el Servicio de Rentas Internas, se aclara que el RIMPE será aplicable desde el 1 de enero de 2022 y que los regímenes impositivos, simplificado y para microempresas, serán aplicables hasta el 31 de diciembre de 2021. Si un negocio popular registra ingresos superiores a los \$ 20 000, permanecerá en el régimen bajo el cumplimiento de las obligaciones simplificadas y dejará de ser parte del esquema de negocio popular desde el ejercicio fiscal siguiente (Servicio

de Rentas Internas [SRI], 2023).

4.4.1.2. Reglamento que rige la obligatoriedad de llevar contabilidad. De acuerdo a la (Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno [LORTI], 2018) art. 19. (Obligación de llevar contabilidad) del título primero (Impuesto a la renta) se alude que:

Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Para efectos tributarios, las asociaciones, comunas y cooperativas sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, con excepción de las entidades del sistema financiero popular y solidario, podrán llevar registros contables de conformidad con normas simplificadas que se establezcan en el reglamento.

4.4.1.3. Resolución para clasificación de las empresas por su tamaño. La Superintendencia de Compañías del Ecuador (2011), mediante resolución Nro.SC.Q.ICI.CPAIRFS.11.01, la que, en su artículo primero, resuelve para efectos del registro y preparación de los estados financieros, que se considere la normativa impuesta por la Comunidad Andina en su resolución 1 260 y la legislación vigente, para lo cual se establecen la siguiente clasificación donde se toma en cuenta dos variables, el de personal ocupado y el valor bruto de las ventas como se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6

Subcategorías de las microempresas

Variable	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Personal ocupado	1 a 9	10 a 49	50 a 199	Superior a 200
Valor bruto de las ventas anuales	Menor a 100 000 dólares	100 001 a 1 000,000	1 000.000 a 5 000,00	Más de 5 000,000
Montos activos	Hasta 100 000 dólares	De 1 000,001 a 1 000,00 hasta 750 000 dólares	De 750 001 hasta 3 999,999 dólares	Más de 4 000,000 dólares

Nota. Adaptado de Superintendencia de Compañías, 2011.

4.5. Organismos de control

Según la (Contraloría General del Estado [CGE], 2020) los organismos de control efectúan auditorías sobre la utilización de los recursos de la deuda pública e inspecciona el desempeño de las obligaciones señaladas en la Constitución y las leyes, por parte de los empleados públicos.

4.5.1. Servicio de Rentas Internas.

El contribuyente tributará aplicando una tarifa que puede ser de hasta el 2% en base a los ingresos provenientes de actividades agropecuarias de origen, agrícola, avícola, pecuario, apícola, canícula y carnes que se mantengan en estado natural (SRI, 2019).

4.5.2. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Las compañías pueden acogerse a las disposiciones que faculta la reinversión de sus utilidades en el país para obtener una reducción de diez puntos porcentuales de la tarifa del Impuesto a la Renta sobre el monto reinvertido en activos productivos, siempre y cuando lo destinen a la adquisición de maquinarias nuevas o equipos nuevos, activos para riego, material vegetativo, plántulas y todo insumo vegetal para la producción agrícola, forestal, ganadera y de floricultura, que se utilicen para su actividad productiva, así como para la adquisición de bienes relacionados con investigación y tecnología que mejoren la productividad, generen diversificación productiva e incremento de empleo, para lo cual deberán efectuar el correspondiente aumento de capital y cumplir con los requisitos del Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno (Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros [SCVS], 2011).

4.5.3. Ministerio del Ambiente.

Reduce el impacto ambiental adverso, igualmente perjudicial para los empleados, al reemplazar palabras.

4.6. Marco histórico

4.6.1. Inicios del intercambio de bienes y servicios

Los orígenes del comercio se remontan a los inicios de la agricultura, esta actividad se realiza como medio de subsistencia, es decir, el consumo se limita a lo que se produce localmente, sin embargo, a medida que mejoraron las técnicas agrícolas y aumentó la productividad y se fomentó el intercambio de bienes excedentes, cada región enumera los productos en los que se especializa. Asimismo, el comercio entre países no sólo involucra el suministro de productos que no se producen localmente, sino que también implica el intercambio de innovaciones tecnológicas y científicas. Con el tiempo, los sistemas de trueque evolucionaron hasta incluir el intercambio de productos por dinero. La iniciación del tráfico fluvial crea condiciones favorables para la transformación del intercambio intrarregional al intercambio super

regional, desarrollando así el comercio exterior (Solís, 2011).

Smith (1776), justificó su posición a favor del libre comercio mutuamente beneficioso entre naciones por la teoría de la ventaja absoluta, entendida como el bajo costo de producir un bien determinado, según su valor en relación con los costos dominantes de otros países. Es pauta de todo empresario de residencia inteligente nunca intentar tomar nada de la casa que le cueste más de lo que pagó por ello.

4.6.2. Inicios de la actividad florícola

En la historia de la floricultura en el Ecuador hay que mencionar a Mauricio Dávalos, exportador de productos florales, exministro de Agricultura y Ganadería, uno de los pioneros de la floricultura en el Ecuador, fundador de la empresa Agroflora, iniciando con ello una nueva actividad empresarial, también es presidente de la Asociación Nacional de Floricultura.

El cultivo de flores para exportaciones se inició en 1983 con dos hectáreas de rosas, en 2001 era de tres mil doscientos y ocho hectáreas, actualmente la superficie de cultivo de flores es de cinco mil ochocientos cincuenta y dos hectáreas.

Las primeras plantaciones de flores en 1985 fueron solo tres, que se encontraban en fase de prueba y aún no están registradas oficialmente para la exportación. La industria florícola comenzó a desarrollarse en Ecuador en 1987, contando con unas cien empresas en 1990 y más de doscientas empresas en 1995. Actualmente hay más de 500 empresas formalizadas.

Ecuador es uno de los principales exportadores de flores y ocupa el tercer lugar a nivel mundial en exportación de estos productos (Garzón y Quevedo 2012).

5. Metodología

5.1. Localización

La presente investigación se llevó a cabo en el cantón Loja, ubicado en la provincia del mismo nombre, situado al Sur del Ecuador. Este cantón limita al norte con el Cantón Saraguro, al sur y este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al oeste con los Cantones de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga. Con una extensión de 1 893 Km², el cantón Loja está conformado por 13 parroquias rurales y 6 urbanas (Municipio de Loja, 2022). La población objeto de estudio está ubicada en la ciudad de Loja, distribuida en 6 distritos urbanos: Carigán, Punzara, El Sagrario, San Sebastián, Sucre y El Valle.

5.2. Enfoque de la investigación

Esta investigación adopta un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Según los métodos mixtos, implica una serie de pruebas sistemáticas y experimentales, que incluyen la recolección y análisis de datos cuantitativos como cualitativos, así como su integración para discutir y llegar a conclusiones basadas en toda la información recopilada, con el fin de lograr una comprensión más profunda de los fenómenos de la investigación actual (Sampieri y Mendoza, 2008).

Se ha empleado un enfoque cualitativo para caracterizar la actividad de flores, plantas y semillas, determinar los factores claves de éxito y establecer indicadores de eficiencia empresarial. Asimismo, se han utilizado enfoques cuantitativos para analizar estadísticas y promedios a través de los datos recopilados por las fuentes principales y secundarias.

5.3. Tipos de investigación:

5.3.1. Exploratoria

Arias (2020), señala que busca enfoques para abordar temas pocos explorados; aunque sus descubrimientos pueden no ser aplicables universalmente, proporcionan un punto de partida para otros investigadores. Dado esto, la investigación es de tipo exploratoria debido a que no existen investigaciones, estudios o antecedentes previos realizados al sector de flores, plantas y semillas.

5.3.2. De campo

La investigación se llevó a cabo mediante trabajo de campo, durante el cual se recopiló información primaria con un enfoque cualitativo a través de la observación, así como datos cuantitativos mediante encuestas. La recopilación de datos abordó aspectos tanto financieros como no financieros de las empresas objeto de estudio.

5.3.3. Descriptiva

Se realizó un análisis de los indicadores, tanto financieros como no financieros, utilizando

ciertos parámetros como referencia. Este estudio se enfoca en describir qué sucede, sin indagar en las causas de los fenómenos observados.

5.4. Diseño de investigación

El estudio tuvo un diseño transversal, ya que se analizó de manera conjunta a las empresas de un sector específico durante un período de tiempo determinado. Además, es un estudio observacional que requiere visitas in situ a los establecimientos; y descriptivo, ya que se utilizarán fuentes bibliográficas descriptivas como respaldo para el desarrollo de la metodología.

5.5. Métodos de investigación

Los métodos que se aplicó en la investigación son: descriptivo, analítico, inductivo, deductivo, y sintético, lo cual contribuyó al cumplimiento de los objetivos específicos planteados en el proyecto.

5.5.1. Descriptivo

Neuman (2014) afirma que este método tiene como objetivo describir las características de una población o fenómeno sin manipular variables, centrándose en la recopilación y presentación de datos.

Para dar cumplimiento al primer objetivo se utilizó el método descriptivo, lo que permitió caracterizar la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas, y definir los factores claves de éxito e indicadores de desempeño empresarial del sector.

5.5.2. Deductivo

Comienza con premisas básicas que deben verificarse y termina con conceptos, teoremas o leyes, este método va de lo general a lo específico.

Dando cumplimiento al segundo objetivo, se empleará el método deductivo, lo que permitirá establecer los indicadores de desempeño empresarial de la actividad de estudio, tanto financieros como no financieros.

5.5.3. Inductivo

Se observó fenómenos a partir de los cuales se derivaron teorías generales.

El método inductivo permitió la recolección de información primaria y secundaria de cada empresa, lo que contribuyó al cumplimiento del tercer objetivo.

5.5.4. Analítico

Es el estudio que establece y evalúa una supuesta relación causa – efecto; se lleva a cabo mediante el uso del método analítico.

Para cumplir con el tercer objetivo, se empleó este método, lo cual facilitó el análisis e interpretación de la información recopilada de las empresas, que permitió estudiar su comportamiento tanto financiero y no financiero.

5.5.5. Sintético

Con el método sintético se determinó las estadísticas y los promedios de la industria del sector objeto de estudio y obtener conclusiones generales y específicas basadas en los resultados derivados de la información primaria y secundaria recopilada en el segundo objetivo.

5.6. Técnicas y herramientas

5.6.1. Encuesta

Mejía (2005) señala que es una técnica de obtención de información de interés sociológico, por medio de un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto designado en una muestra sobre un asunto dado.

Esta herramienta sirvió para la recolección de datos primarios que incluían información financiera (nivel de activos, nivel de pasivos, ingresos, costo, etc.) y no financiera (años en el mercado, número de empleados, capacitación, rendimiento por empleado, rendimiento por cliente, etc.) de las empresas objeto de estudio. Posteriormente, tabular los resultados para realizar análisis estadísticos y calcular promedios de la industria.

5.6.2. Observación

Abril (2003) menciona que la observación incluye la percepción sistemática y tiene como objetivo tener en cuenta la mayor cantidad de información posible sobre objetos importantes, eventos, verdades en la sociedad y las personas, en el contexto en el que se desarrollan con frecuencia.

La técnica de la observación directa se aplicó a través del uso de fichas de observación que permitirán recolectar información general mediante la vía visual, auditiva e intuitiva para reconocer factores no financieros importantes en las empresas objeto de estudio.

5.6.3. Investigación documental

A través de la investigación bibliográfica se obtuvo información bibliográfica de fuentes secundarias como libros, sitios web, portales institucionales, Scielo, CIIU de la provincia de Loja, disertaciones y otros. Estos recursos ayudaron a caracterizar la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas, así como a identificar los factores claves de éxito e indicadores de desempeño empresarial.

5.6.4. Población y muestra

La población objeto de estudio se utilizó la base de datos CIIU de la provincia de Loja, la cual se encuentra publicada en la página web del SRI. Mediante esta base de datos, se estableció que en el cantón Loja existen 94 empresas clasificadas con el código G47732, dedicadas a la venta de flores, plantas y semillas, todas ellas activas en la actividad antes mencionada, y de las cuales todas son personas naturales (SRI, 2023).

Se optó por un muestreo por conveniencia que abarcó 40 establecimientos dedicados a la actividad G47732, seleccionados en función de su ubicación geográfica y por qué se encuentra la mayor concentración de empresas en las zonas nororiental y céntrica de la ciudad de Loja.

Westreicher (2022), alude que la población de estudio se trata de seleccionar a las personas más dispuestas a participar en una muestra de encuesta estadística. Esto hace que la recopilación de datos sea más barata y requiera menos esfuerzo, es importante señalar que el muestreo por conveniencia es un tipo de muestreo improbable, lo que significa que no todos los miembros de la población objeto del estudio tienen la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra.

5.6.5. Proceso y análisis de datos

Para el desarrollo de investigación y cumplimiento de los objetivos, se realizó una serie de actividades mencionadas más adelante.

Para el desarrollo del primer objetivo, se ejecutó una hoja de sensibilización para proporcionar información clave a cerca del proyecto de investigación, con la finalidad de recolectar la información financiera y no financiera; asimismo, se procedió a la revisión bibliográfica de la caracterización de la actividad de venta de flores, plantas y semillas; la participación de las empresas, los servicios brindados, las barreras de entrada al sector, la clasificación de los actores, entre otros.

Para obtener la cuantificación de los clientes del cantón Loja de las empresas de flores, plantas y semillas se consideró de la base del censo poblacional y vivienda del año 2022 a la población que se encuentra en la edad de 12 a 64 años, tanto mujeres como hombres.

De manera similar, para lograr el segundo objetivo, el enfoque sistemático identificó los factores clave de éxito de los establecimientos de flores, plantas y semillas, luego se estableció indicadores financieros y no financieros para medir la eficiencia y las ganancias de los establecimientos encuestadas.

Finalmente, para lograr el tercer objetivo, la presente investigación realizó una encuesta en 40 establecimientos de flores, plantas y semillas, este cuestionario fue procesado mediante entrevistas in situ. Las respuestas se clasifican por perspectivas: datos generales, datos financieros y no financieros, luego se realiza un valor promedio real del total de cada pregunta y se analizan las empresas que se encuentran por debajo y encima del promedio de la rama.

De la información obtenida durante el estudio se identificó datos atípicos, es decir que no correspondían con la información restante, por lo que se utilizó una técnica utilizada en algunos estudios anteriores llamada Winsoring, que implica el reemplazo de datos atípicos, se utilizó el

P90 y P80 hacia la derecha que se utilizan para ordenar los valores establecidos. La función es la siguiente =PERCENTIL.INC.

Por último, se procedió a elaborar el material de resultados, para ser entregados a los administradores o dueños de los locales de flores, plantas y semillas con el propósito de que tenga una visión clara y acertada de los resultados logrados mediante la investigación.

6. Resultados

6.1. Objetivo 1. Caracterizar la venta al por menor de flores, plantas y semillas del cantón Loja, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial.

En el desarrollo del objetivo 1 se buscó explicar las características generales de la actividad en estudio; también proporciona estadísticas nacionales sobre el sector de flores, plantas y semillas; cuantificar el número de participaciones a nivel estatal e identificar y cuantificar perfiles de clientes.

6.1.1. Particularidades de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas

6.1.1.1. Razón social. Esta actividad se refiere a los servicios que se ofertan en los locales floristas, plantas, semillas y arreglos florales; ya que se prestan a una diversidad de servicios que ayudan a la presentación (cumpleaños, presentes, tipos de arreglos, etc.) y mejora del medio ambiente.

6.1.2. Información general de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas.

La floricultura se destaca como un acto del desarrollo emprendedor en pequeña y mediana magnitud; además es una actividad importante para el mercado mundial; puede posicionarse una persona física o jurídica; el objetivo de su existencia es comercializar (comprar y vender) muchos tipos de flores, plantas y semillas de diferentes tipos; a través de los cuales se satisfacen necesidades para diferentes tipos de presentes (eventos, cumpleaños, etc.) y se entregan soluciones inmediatas a individuos, hogares y empresas.

Los principales métodos internos que caracterizan a este tipo de negocios son: procesos de compras, importación, almacenamiento, venta y distribución. Con base en lo anterior, se puede concluir que las principales actividades de las empresas incluyen la logística de entrada, comercio y la logística de salida de carga, resumidas en actividades de compras; mientras que las actividades secundarias incluyen: administración, finanzas, gestión de recursos humanos, marketing y auditoría; durante esta actividad cabe destacar que en estas salas se realiza la contabilidad comercial.

6.1.3. Codificación CIIU nacional

Según la CIIU el comercio minorista nacional de flores, plantas y semillas; en el cual los productos de arreglos florales están representados por el código G4773.21 en la industria, G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de coches y motos; como se muestra a continuación con el respectivo código y actividad:

- **G** Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.

- **G47** Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.
- **G477** Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.
- **G4773** Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados.
- **G47732** Venta al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, mascotas y alimento para mascotas en comercios especializados.
- **G477321** Venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados, incluso arreglos florales (INEC, 2012).

De esta manera, la estructura jerárquica de la CIIU consta de 21 secciones de clasificación, estructurándose en códigos numéricos de seis dígitos que se emplean para identificar cada actividad financiera; se desglosan de la siguiente manera: el primer dígito representa la sección, segundo la división, tercero el grupo, cuarto la clase, quinto la subclase y sexto la actividad que se va a desarrollar.

6.1.4. Actividad económica.

La principal actividad a la que se dedica el sector en estudio es realizar arreglos florales y realizar diferentes tipos de plantas en macetas; es una actividad tradicional que necesita estar en constante innovación por lo que es un arreglo muy común entre parejas, familiares o seres queridos en general, estos locales ofrecen diferentes tipos de servicios según sea la necesidad del cliente. Además, se requiere de una ardua habilidad, capacidad y técnicas, que ayuden a la comprensión que requiera el cliente. Asimismo, se debe poner en marcha algunas funciones para que estos establecimientos mejoren sus ingresos económicos, tales como: asesorar a los usuarios de estos servicios para una buena decisión, mantener el local en óptimas condiciones para un buen funcionamiento y finalmente se debe identificar las demandas y necesidades que presenta el cliente.

6.1.5. Participación del sector en el mercado

Se va a establecer la participación del sector de las actividades de flores, plantas y semillas, incluidos los arreglos florales en la provincia de Loja y el total de estas empresas que se encuentran en estado activo específicamente en la provincia antes mencionada, como se detalla en la Tabla 7.

Tabla 7

Participación del sector en la provincia de Loja

Cantón	Nro. de empresas	Participación %
Calvas	8	4,84
Catamayo	11	6,67
Chaguarpamba	2	1,21
Gonzanamá	4	2,42

Cantón	Nro. de empresas	Participación %
Loja	94	56,97
Macara	12	7,27
Olmedo	3	1,82
Paltas	6	3,64
Pindal	2	1,21
Puyango	2	1,21
Saraguro	19	11,52
Zapotillo	2	1,21
Total	165	100

Nota. Adaptado de Servicio de Rentas Internas, (2023).

6.1.6. Servicios principales que brindan las actividades de flores, plantas y semillas.

Las plantas y flores nos proporcionan un ambiente ameno, ya que con su creatividad y el conocimiento para diseñar y crear diferentes tipos de arreglos florales al público en general, en el que memorizan cada evento o situación que se presente.

Dentro de los productos que prestan estos establecimientos son:

- Flores frescas.
- Arreglos florales.
- Decoración de espacios.
- Servicios exequiales (funerarias).
- Diferentes tipos de plantas y semillas.
- Organización de arreglos en conferencias y exhibiciones.
- Distribución de arreglos a hogares, oficinas y escenarios de eventos.

6.1.7. Barreras de entrada para ingresar al sector de las actividades de flores, plantas y semillas

Una de las principales barreras de entrada en el sector de flores, plantas y semillas radica en la presencia de nuevos competidores, dado que la falta de barreras significativas facilita la replicación y equiparación de las ideas comerciales. En este sentido, la estrategia más efectiva para implementar un establecimiento en este campo sería la diversificación y originalidad de los productos y servicios ofrecidos adaptándolos a diversas ocasiones, como entregas a domicilio variedad de tamaños de ramos, catálogos y servicios financieros, entre otros.

Es importante resaltar que una de las barreras más influyentes para estos negocios son los costos asociados a la materia prima, especialmente las flores, cuyos precios fluctúan constantemente según la temporada, las condiciones climáticas y otros factores.

Además, la constante diferenciación de productos y servicios también ejerce un impacto significativo, ya que, aunque exista una amplia variedad de arreglos florales y plantas, su proceso de producción es similar y simplificado, lo que puede representar una desventaja al ser fácilmente

imitados por la competencia. La Tabla 8 detalla las principales barreras de entrada que enfrentan las empresas en este sector.

Tabla 8

Barreras de entrada

Factores	Detalle
Falta de experiencia e innovación	Al estar inmerso en la industria de flores, se debe conocer los nuevos estilos, innovaciones, servicios, etc., que presenta el sector. La innovación continua le brinda a los locales seguridad y confianza sobre los servicios que brinda a la sociedad. Así mismo, al estar en constante capacitación permite estar actualizado para así poder atraer a una clientela actualizada y moderna.
Inversión inicial	Para iniciar un emprendimiento, el monto de la inversión inicial se utilizará principalmente para comprar activos fijos para establecer la empresa como son las flores, plantas, macetas, semillas, entre otros.
Licencias y regulaciones	Se debe conseguir las licencias y permisos como Registro único de contribuyentes, permisos de funcionamiento, patente municipal, permiso de cuerpo de bomberos, entre otros que necesarios para operar una floristería o invernadero. Asimismo, tienen que cumplir con las medidas y regulaciones de higiene y seguridad que son establecidas por las autoridades locales.
Relación con los proveedores	Las florerías que están correctamente determinadas pueden tener relaciones concretas con proveedores que les brindan productos de calidad, a diferencia de los nuevos competidores pueden encontrar dificultades para crear alianzas similares.
Fidelización y descuentos	Estos establecimientos pueden ofrecer programas de fidelización, descuentos y ofertas especiales en ciertas fechas importantes con el propósito de retener a los clientes.

6.1.8. Estadística de la actividad de venta de flores, plantas y semillas

Expoflores (2023) expone que en el Ecuador el 76% de la producción conformó cerca de \$ 92 000 millones de dólares al año obteniendo una rentabilidad del 3% mayor en comparación de 2022 para el día de los enamorados y en el día de la mujer, por lo que en el primer trimestre de 2023 se exportó alrededor de \$ 440 000 millones de dólares siendo el de mayor concentración las rosas, causando un incremento leve del 2% con relación al período en 2022.

6.1.9. Clasificación de los participantes determinados por el tamaño de la empresa.

En este apartado se analizará el tamaño de las florerías, ya que pueden variar según sus criterios, como el número de empleados y el valor anual que facturan. A continuación, en la Tabla 9 se demuestra la respectiva clasificación:

Tabla 9

Clasificación de las florerías

Clasificación	Detalle
Florerías unipersonales	El propietario es el único responsable de tomar decisiones y ofrecer varios servicios de arreglos florales.

Clasificación	Detalle
Florerías medianas	Conforman con un pequeño grupo de profesionales y a su vez, atiende un cliente a la vez, tiene de 1 a 6 empleados.
Florerías de tamaño grande e invernaderos	Son establecimientos más amplios con un porcentaje de 6 a 12 empleados y atienden un número moderado de clientes.

Nota. Adaptado de Guaipatín, 2003.

6.1.10. Número de actores activos identificados.

En el cantón Loja se ha identificado 94 locales que están registrados en el Servicio de Rentas Internas dedicados a la venta de flores, plantas y semillas; los mismo que están distribuidos en las siguientes parroquias urbanas, tal como se lo detalla en la Tabla 10 locales dedicados a la venta de flores, plantas y semillas.

Tabla 10

Número de empresas identificadas en el cantón Loja

Parroquias urbanas	Nro. de empresas	Porcentaje %
Carigán	3	3,19
El Sagrario	24	25,53
Punzara	1	1,06
San Sebastián	14	14,89
El Valle	38	40,43
Sucre	14	14,89
Total	94	100

Lo que podemos destacar de la Tabla 10, es que la mayoría de los locales de florerías están ubicadas en la parte nororiental y céntrica de la ciudad de Loja, lo cual consideraríamos que es un factor clave de éxito a tomar en cuenta por la afluencia de personas que circulan diariamente.

6.1.11. Cuantificación del cliente

El cantón Loja al contar con datos del año 2022 de acuerdo con la base del INEC, se puede destacar que el total de la población lojana es de 214 296 habitantes.

Tabla 11

Cuantificación de los clientes en el cantón Loja

Variable	Datos
Habitantes del cantón Loja	214 296
Rango de edad: mujeres y hombres de 12 a 64 años	156 056

Nota. Datos obtenidos de la INEC (2022)

Como se detalla en la Tabla 11 la población del cantón Loja es de 214 296 habitantes, en cuanto a la población objeto de estudio es de 156 056 habitantes que representa el rango de edad de mujeres y hombres entre los 12 a 64 años, esto significa que el 85% de la población del cantón Loja se encuentra en este rango de edad.

Como conclusión, de la caracterización de la actividad de venta al por menor de flores,

plantas y semillas, se emite que su actividad principal son la venta de arreglos florales para diferentes tipos de ocasiones personales, sentimentales y laborables. Este se clasifica de acuerdo a la CIIU adaptado al Ecuador con el código G477321 y en la provincia de Loja hay un total de 94 empresas, los cuales tienen una gran demanda potencial por parte de las personas que viven en todas las partes de la provincia, concentrándose más en la parte nororiental y céntrica.

6.2. Objetivo 2. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la actividad de venta

Para el cumplimiento del objetivo 2, primero se identificaron los factores clave de éxito en los negocios de flores, plantas y semillas, y a partir de ahí poder identificar las variables importantes que serán medidas por los indicadores de desempeño financiero y no financiero.

Al definir los indicadores se tomó en consideración los siguientes puntos: el factor clave de éxito que miden, el tipo de indicador, su nombre, el propósito de la medición, la unidad de medida y la fórmula; estos elementos proporcionan una estructura completa y detallada para evaluar y comprender el rendimiento en diversas áreas.

6.2.1. Factores claves de éxito de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas.

Como resultado de la revisión bibliográfica se identificaron los siguientes factores claves de éxito en la actividad de flores, plantas y semillas: ubicación estratégica, demanda, proveedores de confianza, procesos de venta eficiente, publicidad y calidad del servicio.

En la Tabla 12 señala las causas de cada factor.

Tabla 12
Factores para el éxito

Factor clave de éxito	Detalle	Sustento teórico
Ubicación estratégica	Para la ubicación de los establecimientos es necesario tener en cuenta el tipo de negocio, su tamaño y a quién va dirigido el producto o servicio, ya que al no considerarlo implica un alto riesgo de fracaso. En muchas situaciones, los emprendedores toman decisiones de ubicación apresuradamente, guiándose únicamente por factores como encontrar ubicaciones vacantes, proximidad al hogar, conocimiento de la zona o tener una empresa en venta, además el empresario debe intentar ubicarlo en una zona geográfica donde se pueda apreciar el dinamismo y crecimiento de la zona.	Filion et al. (2011)
Demanda	Es la cantidad de bienes y/o productos que los consumidores están preparados a obtener para satisfacer sus insuficiencias o deseos y también pueden pagar para completar el acuerdo a un precio y lugar determinado.	Mankiw, (2012)

Factor clave de éxito	Detalle	Sustento teórico
Proveedores de confianza	Sostienen que la confianza entre proveedores y empresas manufactureras tiene como objetivo mejorar la productividad y calidad.	Azadeh et al. (2017)
Proceso de venta eficiente	El proceso de comercialización es una secuencia lógica de cuatro fases que sigue un vendedor cuando se comunica con un comprador potencial, diseñada para provocar una respuesta deseada del comprador.	Stanton et al. (2007)
Publicidad	Esto es importante para las empresas que desean conseguir una posición a largo plazo en el mercado, pero dar una buena impresión desde el principio es extremadamente importante.	Nauta y Bolívar, (2011)
Calidad de servicio	Las organizaciones describen que la excelencia en el servicio les brinda una fuerte ventaja competitiva, para lograrlo deben esforzarse por superar las expectativas del cliente.	Clemenza et al. (2010)

En la Tabla 13 se expone los resultados que se obtuvieron de la encuesta planteada a los 40 locales de flores, plantas y semillas; que representa la pregunta 28 anexo 3. ¿Cuáles considera que son los factores claves de éxito de las florerías e invernaderos? dando como resultado que hay diferentes factores claves de éxito que contribuyen al buen funcionamiento del negocio tal como es la calidad de atención y acogida que representa el 25% de los locales encuestados, por lo que es muy importante, ya que afecta directamente la experiencia del cliente y el trato amable, cálido y profesional esto puede dejar una impresión positiva, lo que aumenta la probabilidad de que los clientes regresen y recomienden a otros; así mismo con un 19% representa los productos y servicios ofrecidos son fundamentales para su éxito debido a que los clientes satisfechos dependerán de la frescura y durabilidad de los productos, para así crear una buena imagen y por ende tener recomendaciones de los clientes satisfechos.

Tabla 13

Resultado de encuesta factores claves de éxito

Factores claves de éxito	Frecuencia	Frecuencia relativa %
Personal competente y capacitado	19	12
Productos y servicios	30	19
Marketing y promoción	15	9
Continuo mejoramiento e innovación	8	5
Infraestructura y ambiente	1	1
Ubicación del local	12	8
Demanda	15	9
Calidad de atención y acogida	40	25
Gestión adecuada	20	13
Total	160	100

6.2.2. Indicadores de rendimiento para factores clave de éxito

Para seleccionar indicadores financieros y no financieros del desempeño organizacional, se utiliza como herramienta la matriz presentada en el Anexo 2 para determinar: área organizacional, propuesta de valor, características y factores claves de éxito de una misma organización a partir de la revisión bibliográfica. Sin embargo, es importante mencionar que, los indicadores financieros de rentabilidad, liquidez, solvencia y eficiencia son significativos para las empresas, por lo que buscan la mayor rentabilidad y así poder rendir al máximo sus recursos financieros y no financieros, ya que deben de tener cierta cantidad de dinero disponible para el día a día, además de eso ser capaces de satisfacer la demanda y conservar un nivel de deuda controlado para que no afecte el rendimiento en su empresa.

6.2.3. Indicadores financieros

Duque (2016), menciona que son una de las herramientas mediante las cuales los administradores pueden hacer un mejor uso de las finanzas de la empresa. Una medida financiera es una relación entre dos o más medidas extraídas de estados financieros u otros informes internos mediante la cual un administrador, analista o beneficiario busca comprender los resultados de algún aspecto, sección o área de juicio específica de la empresa.

6.2.3.1. Indicadores de rentabilidad. Miden la eficiencia general de la administración, al examinar la rentabilidad, incluida la estimación de los beneficios relacionados con las actividades realizadas. Muestra la aparición de muchos factores externos e internos en la generación de ganancias; estos indicadores se presentan en detalle en la Tabla 14.

Tabla 14

Indicadores de rentabilidad

Indicador	Objetivo	Unidad de medida	Fórmula
Margen de utilidad neta	Mide las ganancias de la empresa	Valor monetario	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo}}$
Rendimiento sobre activos	Utilidad por cada dólar en activos	Valor monetario	$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Total de activos}}$
Rendimiento sobre patrimonio	Rendimiento que obtienen los accionistas	Valor monetario	$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Total de patrimonio}}$

6.2.3.2. Indicadores de liquidez. Miden la capacidad financiera que tiene una empresa de generar los fondos suficientes para afrontar sus obligaciones de corto plazo, este indicador se muestra en Tabla 15.

Tabla 15*Indicadores de liquidez*

Indicador	Objetivo	Unidad de medida	Fórmula
Razón corriente	Mide la capacidad de una empresa para pagar sus deudas a corto plazo	Valor monetario	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$
Capital de trabajo	Mide cuánto dinero requiere la empresa para operar	Valor monetario	Activos corrientes - pasivos corrientes

6.2.3.3. Indicadores de solvencia. Mide hasta qué punto la empresa puede comprometerse con nuevas obligaciones financieras, además del riesgo que corren los dueños de las empresas o discrepancia del endeudamiento estos indicadores se muestran en la Tabla 16.

Tabla 16*Indicadores de endeudamiento del activo*

Indicador	Objetivo	Unidad de medida	Fórmula
Endeudamiento del activo	Mide el porcentaje de deuda con terceros	Porcentaje	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$

6.2.4. Indicadores de desempeño no financieros

Se centran en evaluar el desempeño de una empresa en aspectos intangibles en forma cuantitativa o cualitativa como: rendimiento, tiempo, publicidad, capacitación, eficiencia e indicadores económicos como se muestra a continuación:

6.2.4.1. Indicadores de eficiencia. Permite medir el uso de los recursos para la realización del servicio, además de conocer la evaluación de desempeño, pruebas de conocimientos de los empleados de los locales, estos indicadores se demuestran en la Tabla 17.

Tabla 17*Indicadores de eficiencia*

Indicador	Objetivo	Unidad de medida	Fórmula
Rendimiento por empleado	Mide los ingresos promedio que genera cada empleado	Valor monetario	$\frac{\text{Ingresos diarios de clientes}}{\text{Nro. de empleados}}$
Rendimiento por tiempo de atención	Tiempo de atención por cada empleado	Valor monetario	$\frac{\text{Ingresos al día}}{\text{N° de horas de atención}}$
Rendimiento en publicidad	Mide la efectividad en publicidad	Valor monetario	$\frac{\text{Inversión en publicidad}}{\text{Ingresos totales}}$

Capacitación	Mide la evaluación de desempeño, pruebas de conocimiento, etc.	Porcentaje	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de empleados capacitados}}{\text{Total de empleados}} * 100$
--------------	--	------------	---

Como conclusión, se pudieron identificar 6 factores de éxito para la venta de flores, plantas y semillas: ubicación estratégica, demanda, proveedores de confianza, proceso de venta eficiente, publicidad, calidad del servicio. Para abordar estos factores, se han establecido indicadores de desempeño tanto financieros, que miden la rentabilidad, liquidez y solvencia; como indicadores de desempeño no financieros eficiencia; porque el éxito en la venta de productos requiere una combinación eficaz de factores como la calidad del producto, el servicio al cliente, la estrategia de marketing y la presencia en línea, así como una capacidad de gestión eficaz y la capacidad de adaptarse al mercado.

6.3. Objetivo 3: Determinar las estadísticas y los promedios de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas del cantón Loja con información primaria y secundaria.

Para lograr el cumplimiento del objetivo 3, se llevaron a cabo estadísticas y se calcularon promedios de la industria utilizando los resultados de una encuesta aplicada a 40 locales dedicados a la venta de flores, plantas y semillas. Los datos obtenidos fueron clasificados en indicadores financieros e indicadores de desempeño no financieros, alineados con los factores clave de éxito planteados en el segundo objetivo. Este enfoque proporciona una evaluación integral de la salud financiera y operativa de los locales involucrados en la venta de productos relacionados con la jardinería.

6.3.1. Tabulación de resultados

Después de llevar a cabo la aplicación de la encuesta, se han recopilado datos generales, financieros y no financieros de los establecimientos dedicados a la venta de flores, plantas y semilla. Estos datos han sido organizados y analizados con el objetivo de preservar la confidencialidad, no se revelan los nombres de los propietarios ni de los locales, sino que se han asignado números de informantes del 1 al 40. Este enfoque garantiza la protección de la identidad de los participantes y permite presentar los resultados de manera resumida.

Datos generales. Para los datos generales se recolectaron los siguientes datos referentes a la empresa de manera interna; se detallan en la Tabla 18 como años en el mercado, inversión en publicidad, número de horas diarias de atención y el número de clientes al día.

Tabla 18*Datos generales de los locales de flores, plantas y semillas*

Informante	Años en el mercado	Inversión en publicidad (anual)	Nro. de horas diarias de atención	Nro. De clientes al día
1	3	-	7	6
2	5	245	7	6
3	11	240	7	16
4	1	-	13	6
5	15	245	12	6
6	15	150	7	16
7	15	-	7	6
8	7	-	13	6
9	8	-	7	16
10	8	-	13	16
11	7	-	7	6
12	12	-	7	6
13	6	150	13	6
14	15	245	7	16
15	4	245	13	16
16	7	-	7	6
17	15	245	13	6
18	2	-	7	16
19	15	240	13	16
20	15	-	7	6
21	2	180	13	6
22	6	-	7	6
23	9	-	7	6
24	3	-	7	16
25	8	-	13	6
26	11	245	12	16
27	4	-	7	6
28	7	-	13	6
29	9	180	7	16
30	1	-	12	6
31	10	150	13	6
32	8	-	7	16
33	15	245	12	6
34	9	-	7	16
35	2	-	13	6
36	15	150	12	6
37	7	-	7	16
38	6	-	7	6
39	15	245	13	6
40	12	240	7	16
Promedio	9	90,96	10	10

La Tabla 18 presenta un análisis detallado de los establecimientos ubicados en el cantón Loja, evidenciando un promedio de 9 años de experiencia en el mercado, hay locales con una larga trayectoria, mientras que otros son relativamente nuevos demostrando que no existen barreras de entrada. Un aspecto destacado es que el 40% de los locales optan por realizar inversiones en publicidad, en promedio de \$91 dólares anuales, principalmente en plataformas de redes sociales; cabe destacar que no existen todos los datos de los encuestados en la Tabla, por lo que no realizan inversión alguna.

La duración promedio de atención al cliente es de 10 horas, debido a la gestión de pedidos de arreglos florales para ocasiones especiales, los cuales son entregados incluso fuera de las horas laborables convencionales. Asimismo, se brinda atención a un promedio a diez clientes diarios, destacándose por la confección de detalles y arreglos que son solicitados de manera recurrente para diversas ocasiones especiales.

Tabla 19
Producto con mayor demanda

Productos mayores demandado	Frecuencia	Frecuencia relativa %
Arreglos florales (ramos y bouquets, centros, cestas, rosas y orquídeas para nacimientos, cumpleaños y ocasiones especiales)	15	38
Arte nupcial (ramos de novia, vehículos, prendidos, tiaras, etc.)	2	5
Cuidados y plantaciones (semillas, bulbos, abonos y fitosanitarios)	5	13
Decoración floral (Decoración floral de iglesias, restaurantes, bodas civiles, eventos sociales, fiestas privadas, comuniones, bautizos)	3	8
Funerario (Coronas, cojines, cruces, corazones, etc.)	-	-
Plantas y flores artificiales (Secas, preservadas y sintéticas)	4	10
Plantas naturales de interior y exterior	10	25
Otros. Señale _____	1	3
Total	40	100

En la Tabla 19 presenta un desglose detallado de los productos más solicitados en la venta de flores, plantas y semillas en los establecimientos del cantón Loja. Sobresaliendo como la opción predominante, los arreglos florales en diversas presentaciones, los cuales representan el 38% de la demanda total. Por otro lado, los productos de arte nupcial ocupan el último lugar en la preferencia de los clientes, con un 5% indicando ser la categoría menos solicitada por los clientes.

6.3.1.1. Indicadores financieros. Para los indicadores financieros se recopilieron los siguientes datos: activos totales, activos corrientes, pasivos totales, pasivos corrientes, patrimonio, ingresos, costos y gastos, y la utilidad neta, tal como se detalla en las Tablas 20 y 21.

Tabla 20*Perspectiva financiera de la venta de flores, plantas y semillas*

Informantes	Activos Totales (\$)	Activos Corrientes (%)	Pasivos Totales (\$)	Pasivos corrientes (%)	Patrimonio (\$)
1	20 400	5	500	5	19 900
2	30 000	15	1 000	5	29 000
3	46 080	25	2 000	15	44 680
4	15 500	5	500	5	15 000
5	46 080	25	2 000	15	44 680
6	46 080	25	3 000	15	44 680
7	46 080	35	1 000	15	44 680
8	15 000	5	1 000	5	14 000
9	30 000	15	5 000	5	25 000
10	25 000	15	1 000	5	24 000
11	35 000	25	1 000	5	34 000
12	26 000	15	2 000	5	24 000
13	30 000	15	1 500	5	28 500
14	45 000	15	3 000	5	42 000
15	20 500	15	1 000	5	19 500
16	30 000	15	2 000	5	28 000
17	43 200	25	2 500	15	40 700
18	15 500	5	400	5	15 100
19	46 080	25	4 000	5	44 680
20	46 080	25	3 000	5	44 680
21	12 000	5	500	5	11 500
22	17 000	5	900	5	16 100
23	22 500	15	1 500	5	21 000
24	15 000	5	500	5	14 500
25	38 000	5	300	5	37 700
26	46 080	25	1 500	15	44 680
27	22 300	5	900	5	21 400
28	30 000	15	1 100	15	28 900
29	41 000	25	1 300	15	39 700
30	18 000	5	400	5	17 600
31	46 080	25	700	5	44 680
32	39 100	15	600	5	38 500
33	45 600	25	1 000	15	44 600
34	38 000	15	800	5	37 200
35	20 000	15	500	5	19 500
36	43 000	15	900	5	42 100
37	32 000	15	620	5	31 380
38	31 000	15	400	5	30 600
39	44 000	25	1 000	15	43 000
40	39 000	15	900	5	38 100
Promedio	32 431	16	1 343	7	31 238

En la Tabla 20 muestra que los establecimientos dedicados a la venta de flores, plantas y semillas del cantón Loja tienen un promedio de activos totales de \$32 431,00 dólares, este monto se atribuye principalmente a la presencia de mercadería disponible para la venta.

En cuanto a los pasivos, se destaca que el promedio de deudas de los locales es de \$1 343,00 dólares, por lo que son pocos los establecimientos que recurren a financiamiento externo, ya que la gran mayoría opera con los ingresos generados diariamente, prescindiendo de recursos provenientes de terceros para sustentar sus operaciones.

Tabla 21

Resultados financieros de la venta de flores, plantas y semillas

Informantes	Ingresos anuales (\$)	Costos y gastos (\$)	Utilidad neta (\$)
1	9 600	7 200	2 400
2	14 400	11 400	3 000
3	18 000	14 400	3 600
4	18 000	4 800	13 200
5	20 000	18 000	2 000
6	22 000	18 000	400
7	30 000	18 000	-
8	21 600	13 200	8 400
9	7 000	6 000	1 000
10	37 000	18 000	19 000
11	36 000	18 000	14 400
12	5 500	4 800	700
13	13 200	12 000	1 200
14	13 800	12 000	1 800
15	10 500	3 600	6 900
16	14 400	10 800	3 600
17	15 000	13 200	1 800
18	7 200	4 800	2 400
19	35 000	18 000	17 000
20	23 000	13 200	9 800
21	4 800	2 400	2 400
22	15 200	12 000	3 200
23	18 400	12 000	6 400
24	8 400	6 000	2 400
25	7 200	4 800	2 400
26	12 000	9 600	2 400
27	10 800	7 200	3 600
28	11 000	9 600	1 400
29	15 000	12 000	3 000
30	8 000	4 800	3 200
31	3 800	3 600	200
32	34 000	18 000	16 000

Informantes	Ingresos anuales (\$)	Costos y gastos (\$)	Utilidad neta (\$)
33	3 500	3 000	500
34	28 000	18 000	6 400
35	9 000	8 400	600
36	25 000	12 000	13 000
37	15 000	12 000	3 000
38	18 000	14 400	3 600
39	2 400	2 160	240
40	25 000	18 000	3 400
Promedio	16 142,50	10 734	4 748,50

Conforme a los datos expuestos en la Tabla 21, los establecimientos especializados en flores, plantas y semillas presentan un promedio anual de ingresos de \$16 142,50 dólares, esta cifra refleja la naturaleza de su actividad, centrada en la oferta de una variedad de arreglos florales y plantas. Por el contrario, se evidencian costos y gastos que ascienden a \$10 734,00 dólares, utilizados primordialmente para la adquisición de insumos destinados a la confección de una amplia gama de arreglos, esta estructura económica destaca el equilibrio entre los gastos generados y los costos incurridos en la obtención de productos para su comercialización.

6.3.1.2. Indicadores no financieros. Dentro de estos indicadores se analiza el número de empleados, número de proveedores, mes de menor y mayor demanda, como se detalla en la Tabla 22, 23 y 24.

Tabla 22

Perspectiva capacidad

Informante	Nro. de proveedores	Nro. de colaboradores/empleados	Nro. de empleados capacitados
1	4	3	3
2	5	3	3
3	8	4	4
4	4	2	2
5	8	3	3
6	8	4	4
7	8	1	1
8	5	1	1
9	5	1	1
10	5	4	4
11	8	3	3
12	5	1	1
13	4	3	3
14	8	3	3
15	2	2	2
16	3	3	3
17	8	4	4

Informante	Nro. de proveedores	Nro. de colaboradores/empleados	Nro. de empleados capacitados
18	1	1	1
19	5	4	4
20	4	4	4
21	1	3	3
22	2	2	2
23	3	4	4
24	2	2	2
25	3	3	3
26	5	3	3
27	2	2	2
28	4	3	3
29	3	3	3
30	2	1	1
31	7	2	2
32	6	4	4
33	8	3	3
34	7	2	2
35	4	1	1
36	8	4	4
37	6	3	3
38	4	2	2
39	8	4	4
40	8	4	4
Promedio	5	3	3

En la Tabla 22 se detalla que los locales tienen un promedio de 5 proveedores confiables fijos para la adquisición de la mercadería; así mismo poseen un promedio de 3 empleados para realizar los diferentes adornos y atención al cliente; el promedio de número de 3 empleados capacitados, lo cual los colaboradores adquieren nuevas habilidades y conocimientos para la ejecución de los diferentes tipos de arreglos.

Tabla 23

Meses de menor demanda en ventas

Mes de menor acogida	Frecuencia	Frecuencia relativa %
Agosto	16	40
Enero	19	48
Junio	4	10
Julio	1	3
Total	40	100

Como se detalla en la Tabla 23, se evidencia que en enero registra el menor nivel de ventas, representando un 48% en la comercialización de la actividad G477321. Esta disminución se atribuye a la continuidad del periodo post navideño, donde las personas tienden a restringir

sus gastos, en consecuencia, este mes no genera ingresos significativos para los establecimientos.

Tabla 24

Meses de mayor demanda en ventas

Meses de mayor demanda	Frecuencia	Frecuencia relativa %
Mayo	13	33
Diciembre	12	30
Febrero	15	38
Total	40	100

En la Tabla 24, destacan los meses de mayo, diciembre y febrero que tienen una demanda notable en ventas, con porcentajes del 33%, 30% y 38% respectivamente, sobresaliendo especialmente el mes febrero, momento en el cual diversas partes del mundo celebran el día del amor y la amistad, el día de las madres y navidad.

En la Tabla 25 presenta una síntesis de los promedios de la industria resaltando que, en la mayoría de las estadísticas, el 50% de los establecimientos muestran un rendimiento bajo al promedio de la industria, con la única excepción siendo el porcentaje de pasivos que es inferior.

Tabla 25

Resumen de estadísticas y promedios de la industria

Parámetro	Promedio	Empresas por debajo del promedio (%)	Empresas por encima del promedio (%)
Activos Totales (\$)	32 431	53	48
Activos Corrientes (\$)	5 697,93	63	38
Activos Corrientes (%)	16	68	33
Pasivos Totales (\$)	1 343	68	33
Pasivos Corrientes (\$)	106,10	65	35
Pasivos Corrientes (%)	7	75	25
Patrimonio	31 238	53	48
Ingresos (\$)	16 142,50	60	40
Gastos (\$)	10 734	43	58
Utilidad neta (\$)	4 748,50	73	28
Inventario (\$)	27 062,50	53	48
Años en el mercado	9	63	38
Inv. en publicidad (\$)	91	58	43
Nro. de horas diarias de atención	10	55	45
Nro. de clientes al día	10	63	38
Nro. de proveedores	5	63	38
Nro. de colaboradores	3	73	28
Nro. de empleados capacitados	3	95	5
Productos con mayor demanda	Arreglos florares	38	62
Mes de menor acogida	Enero	48	52
Mes de mayor acogida	Febrero	38	62

6.3.2. Indicadores de desempeño por factor clave de éxito

En esta sección se aplican tanto indicadores financieros como no financieros, los cuales han sido clasificados de acuerdo con los factores clave de éxito que comprende ubicación estratégica, la demanda, proveedores de confianza, proceso de venta eficiente, publicidad y calidad de servicio.

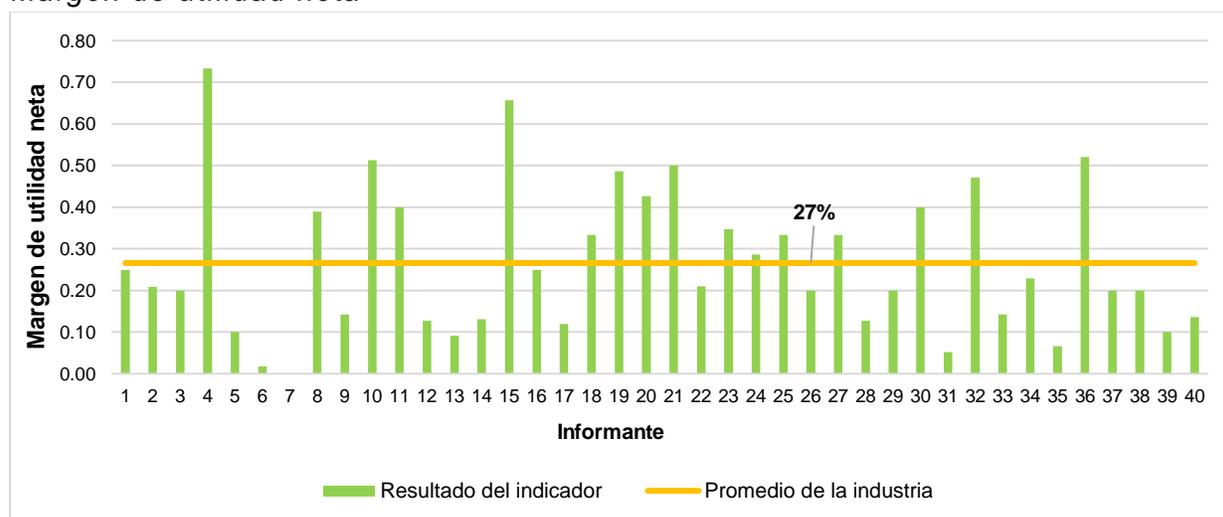
6.3.2.1. Indicadores financieros. En las Figuras 2,3,4,5,6,7 y 8 se detallan las estadísticas y promedios de los indicadores relacionados con los recursos financieros de la actividad G477321 como margen de utilidad neta, rendimiento sobre activos y rendimiento sobre patrimonio.

- **Indicadores de rentabilidad**

El margen de utilidad neta, obtenido mediante la división de la utilidad neta con los activos y se promedian los resultados, se presenta en la Figura 2, evidenciando un promedio de 27%. Este dato indica que los locales poseen una rentabilidad de 27 centavos de utilidad que lo genera por cada dólar de ingreso en ventas. Cabe resaltar que el 60% de los encuestados tienen un nivel de rentabilidad inferior al promedio.

Figura 2

Margen de utilidad neta

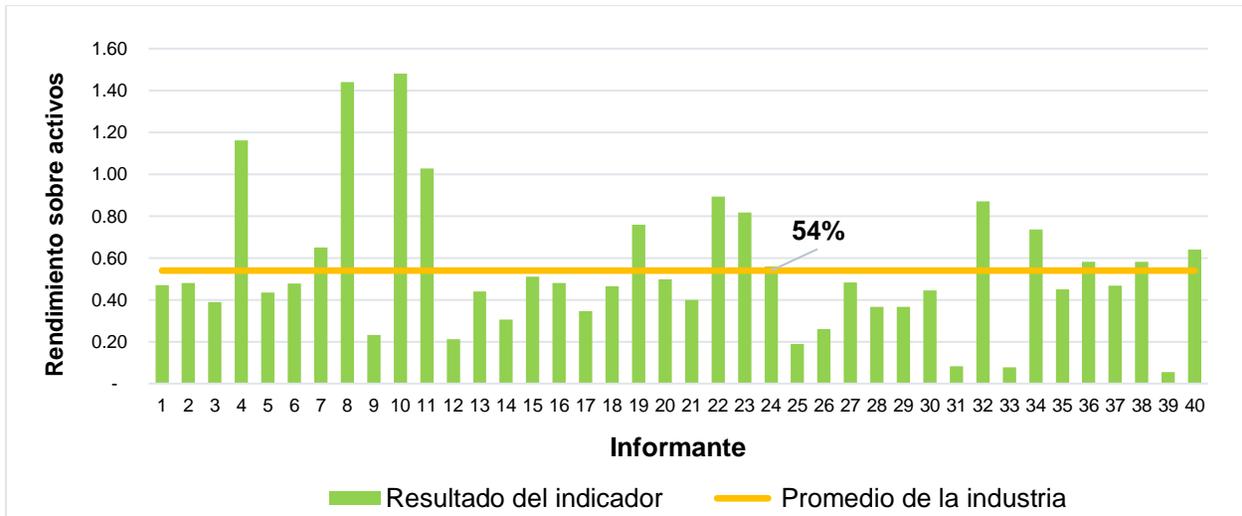


El rendimiento sobre activos se calcula dividiendo los ingresos entre los activos totales y se promedian los resultados, como se detalla la Figura 3, que muestra un promedio de rendimiento sobre activos de 54%. Este valor indica que, por cada dólar que los locales tienen en activos, generan 54 centavos de ganancias netas; lo cual nos da a entender que la empresa está utilizando eficientemente sus activos para generar beneficios. Es importante resaltar que el 70% de los establecimientos encuestados presenta un rendimiento sobre activos inferior al promedio de la industria. Este indicador nos da a entender que la mayoría de los locales

analizados tiene una eficiencia normal en la generación de ganancias en comparación con el rendimiento promedio observado en la industria de flores, plantas y semillas. Este hallazgo puede ser crucial para identificar áreas de mejora y tomar decisiones estratégicas orientadas a optimizar el uso de los activos disponibles.

Figura 3

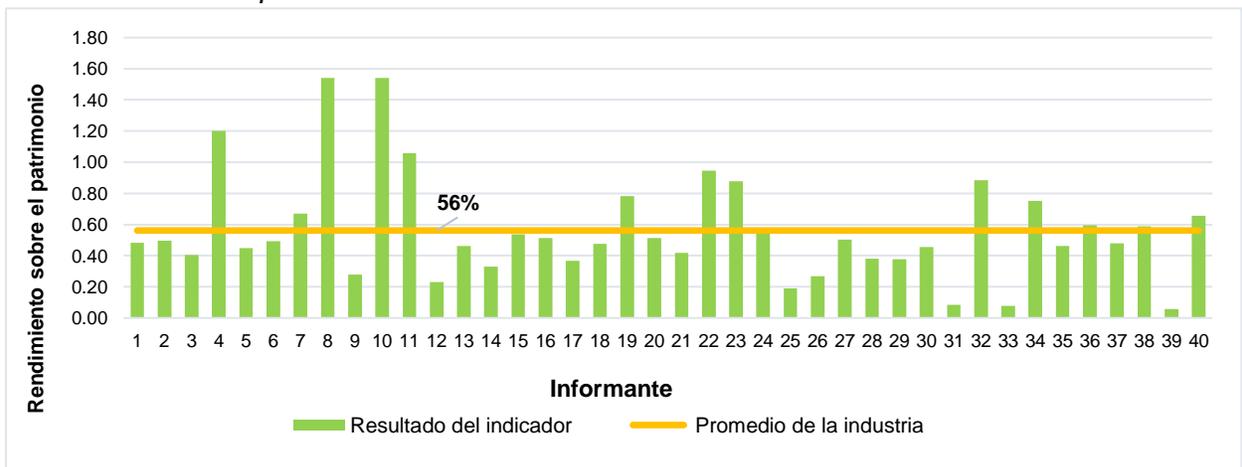
Rendimiento sobre activos



El cálculo del rendimiento sobre el patrimonio implica dividir los ingresos entre el total del patrimonio de cada local de la actividad G477321 y se promedian los resultados, que en este caso es de 56% como se detalla en la Figura 4. Por cada dólar que los establecimientos tienen en patrimonio, generan 56 centavos de ganancias netas, indicando una rentabilidad favorable y eficiente utilización de recursos propios para financiarse. No obstante, es importante destacar que el 65% de encuestados presenta un rendimiento sobre patrimonio menor al promedio de la industria.

Figura 4

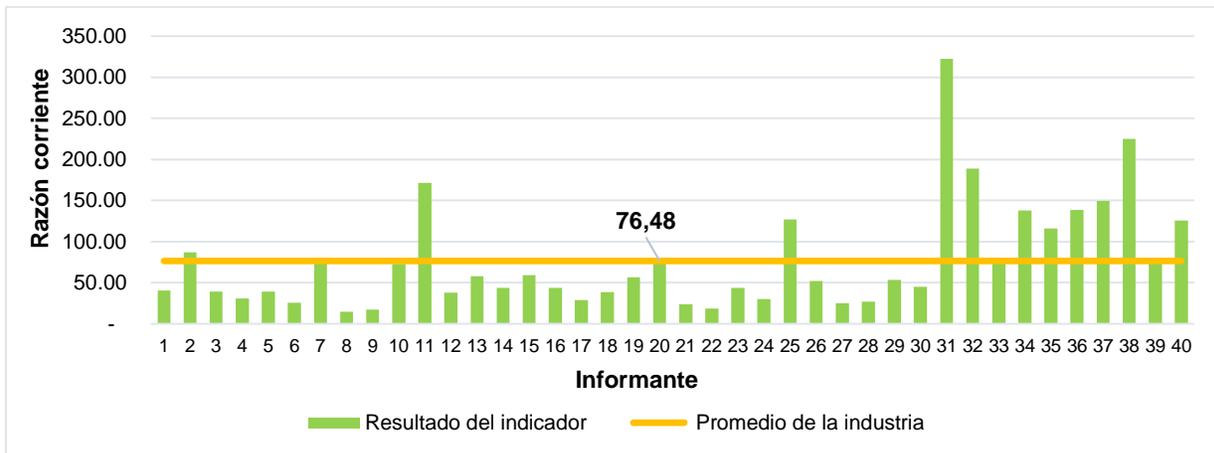
Rendimiento sobre patrimonio



- **Indicadores de liquidez**

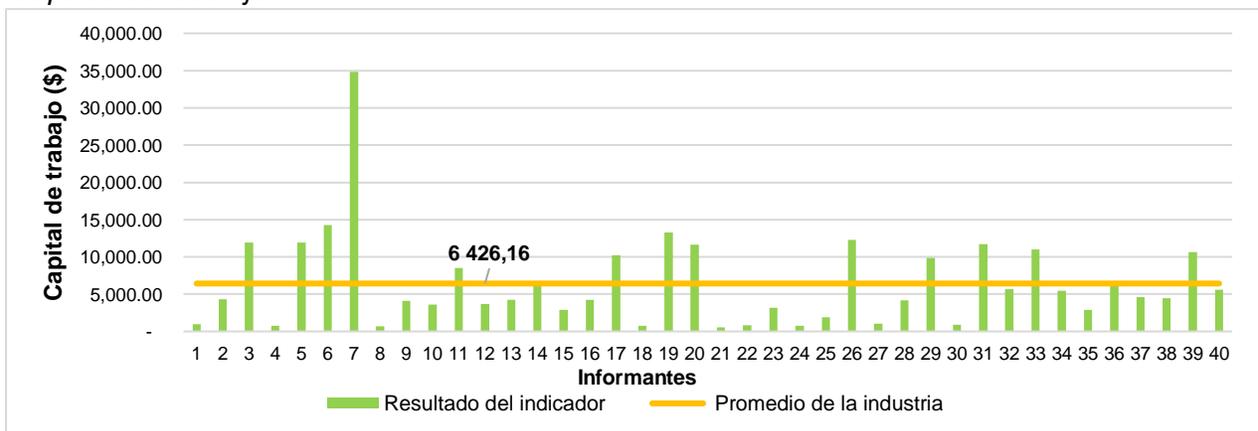
El cálculo de la razón corriente implica dividir los activos corrientes entre los pasivos corrientes. Los establecimientos de la actividad G477321, indican que por cada dólar adeudado cuentan con 76,48 dólares para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Además, puede interpretarse como un exceso de liquidez, lo que los locales poseen recursos que no están generando rendimientos. El 68% de los locales se encuentran por debajo del promedio de la industria.

Figura 5
Razón corriente



Según la Figura 6, el capital de trabajo asciende a 6 426,16 dólares. Este indicador se calcula restando los activos corrientes a los pasivos corrientes, con el objetivo de determinar los excedentes de activos corrientes que quedan disponibles para que la empresa pueda llevar a cabo eficientemente sus actividades normales. Esta cifra indica que los locales cuentan con los activos corrientes necesarios para llevar a cabo sus operaciones económicas de manera eficiente. El 68% de los locales se encuentran por debajo del promedio de la industria.

Figura 6
Capital de trabajo

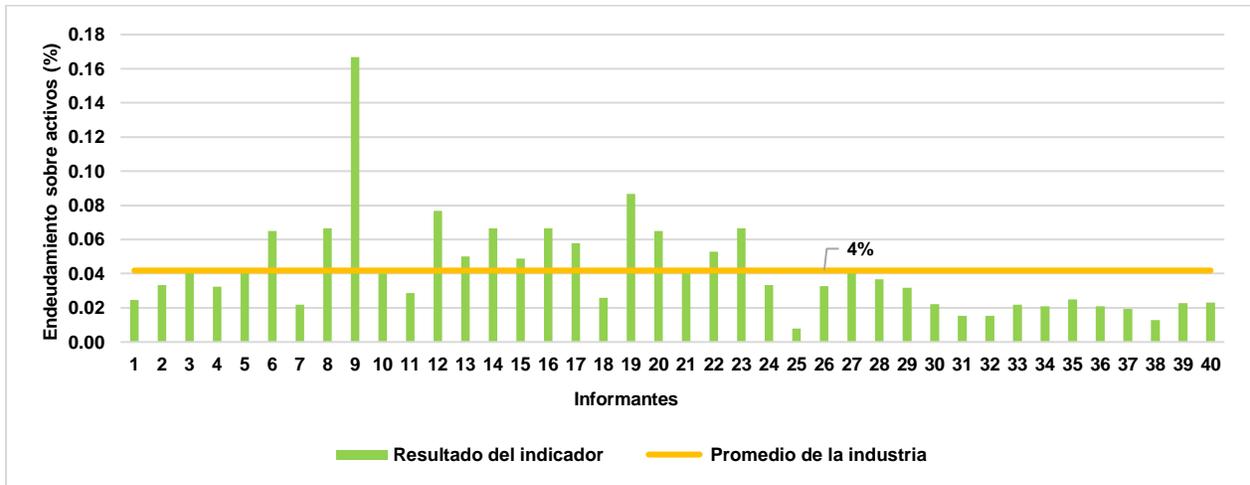


- **Indicadores de solvencia**

Este indicador se obtiene a partir de la división del total de pasivos y total de activos. En la Figura 7 los establecimientos indican un promedio del 4%, es decir que su patrimonio se encuentra financiado por terceros en una mínima parte. Cabe mencionar que el 68% de los locales se encuentran por debajo del promedio de la industria.

Figura 7

Endeudamiento sobre activo

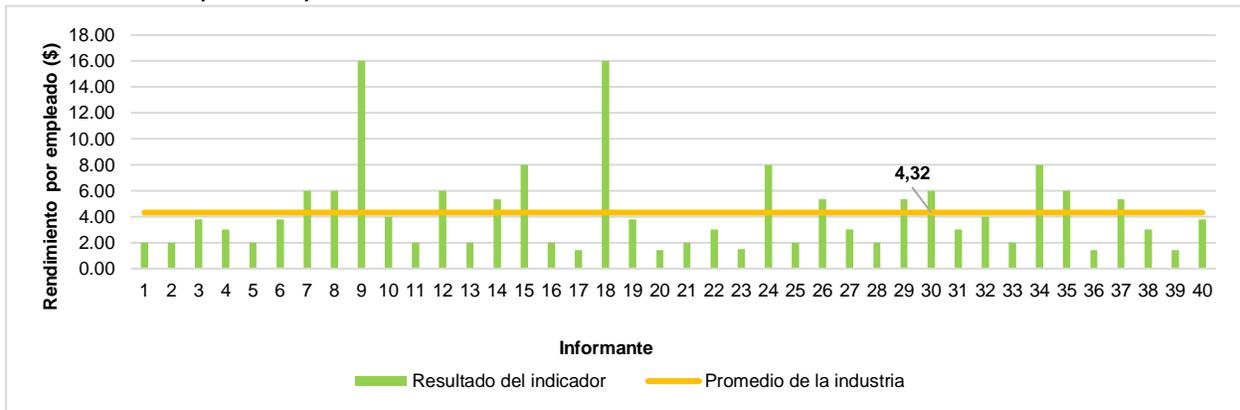


6.3.2.2. Indicadores de desempeño no financieros. En las Figuras 8, 9 y 10 se presentan las estadísticas y promedios de los indicadores relacionados con los recursos no financieros de las flores, plantas y semillas, tal como es eficiencia.

- **Indicadores de eficiencia**

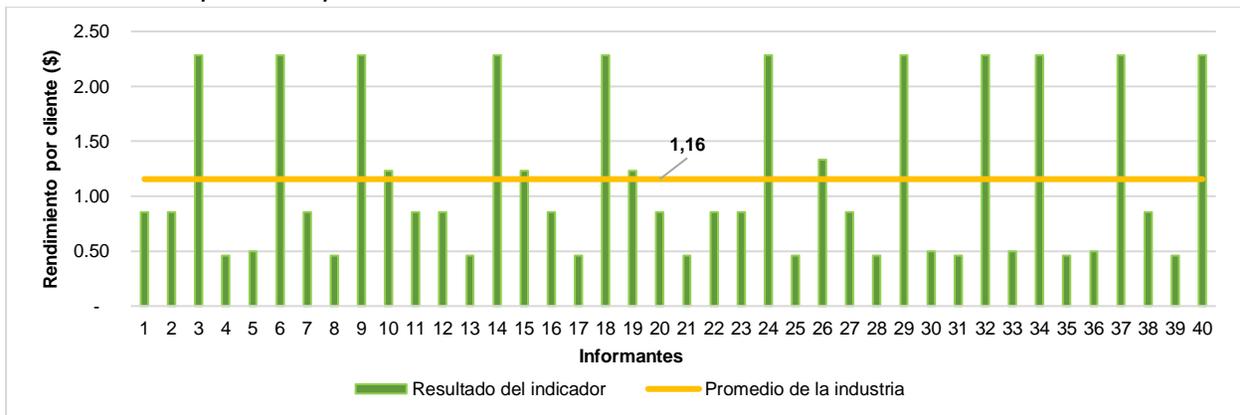
Al dividir los ingresos diarios de clientes al local entre el número de trabajadores, se obtiene el resultado del indicador de cada establecimiento y se promedian los resultados. El rendimiento por empleado de los 40 locales es \$4,32 dólares como se detalla en la Figura 8. Este valor indica que, por cada empleado genera \$ 4,32 dólares. Sin embargo, el 65% de los locales no alcanza el rendimiento por empleado promedio.

Figura 8
Rendimiento por empleado

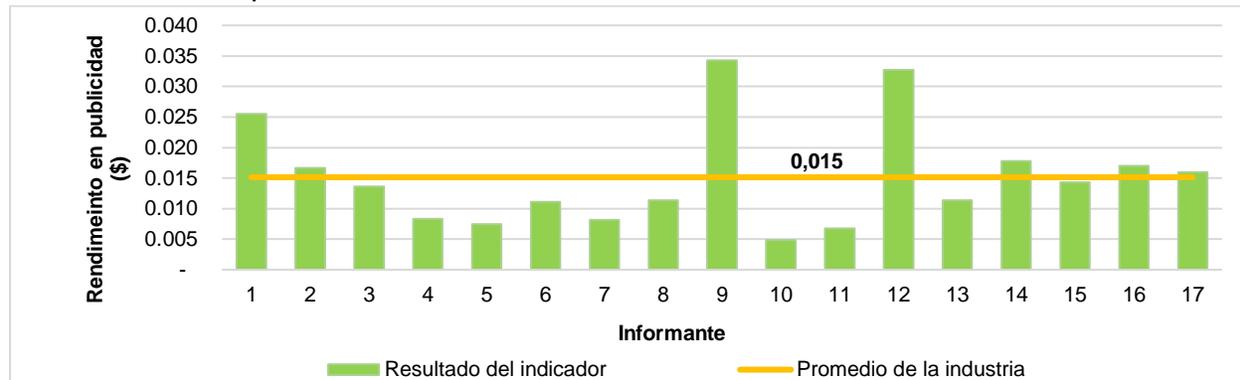


Como se expone en la Figura 9, el indicador se obtiene al dividir el ingreso diario de clientes entre el número de horas de atención y promediando los resultados, arrojando un resultado de \$1,16 dólares. Este valor representa la ganancia al momento de atender adecuadamente a sus clientes y resolver sus pedidos e inquietudes. Sin embargo, es importante destacar que el 63% de los establecimientos no alcanza el rendimiento por tiempo de atención.

Figura 9
Rendimiento por tiempo de atención



Al dividir la inversión en publicidad entre los ingresos totales, se obtiene el valor del indicador y promediando los resultados, se obtiene un promedio de 0,015. Esto indica que por cada dólar que los establecimientos invierten en publicidad, generan \$0,015 en ingresos, como se muestra en la Figura 10. Sin embargo, el 10% de los locales están por debajo del promedio de la industria. Es importante destacar que no todos los datos de los locales encuestados aparecen en la figura, ya que algunos no lo realizan y son los propios propietarios quienes gestionan esta actividad.

Figura 10*Rendimiento en publicidad*

La Tabla 26 proporciona un resumen de los resultados de los indicadores financieros y no financieros aplicados. Se observa una distribución más equitativa entre los locales que se localizan por arriba y por debajo del promedio de la industria en la mayoría de los casos. Sin embargo, se destacan casos particulares donde algunas empresas prevalecen sobre la industria, o viceversa.

Tabla 26*Resumen de las estadísticas y promedios de indicadores financieros y no financieros*

Indicadores	Promedio	Empresas por debajo del promedio (%)	Empresas por encima del promedio (%)
Margen de utilidad neta (%)	27	60	40
Rendimiento sobre activos (%)	54	70	30
Rendimiento sobre patrimonio (%)	56	65	35
Razón corriente (\$)	76,48	68	33
Capital de trabajo (\$)	6 426,16	68	33
Endeudamiento sobre activo (%)	4	68	33
Rendimiento por empleado (\$)	4,32	65	35
Rendimiento por tiempo de atención (\$)	1,16	63	38
Rendimiento en publicidad (\$)	0,015	10	7
Capacitación a los empleados	1	95	5

En conclusión, los resultados revelan que, en términos generales, que más del 50% de los locales encuestados se sitúa por debajo del promedio de la industria, lo que indica un bajo nivel de competitividad general. No obstante, al analizar los indicadores individuales, se observa una mayor variación en los promedios. Por ejemplo, el rendimiento por empleado de \$4,32 dólares algunos locales están por debajo del promedio, indicando un desempeño menos eficiente de los empleados. Este componente crucial para el éxito de los establecimientos. Además, se destaca la importancia de precios competitivos para garantizar la demanda del servicio y la preferencia por parte de los beneficiarios, en comparación con los servicios de la competencia.

7. Discusión

En la investigación de Machaca y Valda (2022), se presenta la factibilidad en el análisis de mercado, comprendiendo quiénes son sus potenciales clientes y el tamaño del mercado y su ubicación, así como un precio aceptado por los clientes que lo hace competitivo dentro de los competidores indirectos. Además, no se identifican restricciones en cuanto a mercado, talento humano, tecnológico o legal que puedan afectar la elaboración y comercialización de los arreglos florales diseñados para cada ocasión. Esto se asemeja a la investigación porque no muestra barreras de entrada elevadas en el mercado, licencias, regulaciones o relaciones con proveedores para ingresar a este tipo de negocios, dado que existe una alta posibilidad de replicar la idea debido a las facilidades al implementarla.

Filion et al. (2011), consideran como factor clave la ubicación de la empresa. Se debe tener en cuenta el tipo de empresa, su dimensión y a quién va dirigido el bien o servicio, ya que la falta de consideración de estos aspectos puede resultar en un alto riesgo de fracaso si la ubicación es incorrecta. Para los indicadores financieros y no financieros, se toma como referencia el estudio realizado por Sandoval (2014), quien menciona que la aplicación de indicadores financieros permite un análisis adecuado de la situación financiera, una medición precisa de los resultados obtenidos por la administración y una base apropiada para la toma de decisiones acertadas. Esto permite a los administradores realizar un análisis financiero apropiado respaldado por indicadores financieros, que facilitan la comparación entre períodos económicos, tener un juicio cierto, predecir cambios futuros y aportar con criterios fiables para el futuro. Estos hallazgos se asemejan a la investigación realizada, ya que coinciden en que la ubicación geográfica es un factor clave para el éxito de las empresas.

De acuerdo con Tacuri y Saca (2021), en lo que respecta a los indicadores de rentabilidad, los resultados obtenidos en la investigación de la actividad económica dedicada a la construcción de edificios no residenciales obtiene mejores márgenes de rentabilidad. En razón al rendimiento de los activos, es de 0,0214 unidades monetarias, mientras que el patrimonio presentan bajos o nulos rendimientos, lo cual se atribuye parcialmente al aumento de costos y gastos. Es necesario que las compañías mejoren estos indicadores para lograr una mejora operativa en estos subsectores de la construcción. En cuanto al endeudamiento, este alcanza el 7%, lo que indica altos niveles de endeudamiento. Estos resultados difieren a la investigación, donde el endeudamiento sobre activos es del 0,04, lo que es un estado financiero sólido y estable para las empresas analizadas, con capacidad para generar suficiente efectivo para cubrir sus obligaciones financieras.

8. Conclusiones

En la provincia de Loja, hay un total de 94 establecimientos registrados en el Servicio de Rentas Internas, dedicados a la comercialización de flores, plantas y semillas, clasificados bajo el código G47732 según el CIIU. Todos estos locales se encuentran ubicados en las parroquias urbanas del cantón Loja y se especializan en la venta de arreglos florales y plantas para diversas ocasiones especiales. La demanda potencial de sus productos es significativa, y se estima en 251 766 habitantes, con edades comprendidas entre los 15 a 54 años, tanto hombres como mujeres, con mayor afluencia en la parte nororiental y céntrica de la ciudad de Loja.

Se identificaron seis factores cruciales para el éxito en la venta de flores, plantas y semillas: ubicación geográfica, demanda, proveedores de confianza, proceso de venta eficiente, publicidad y calidad de servicio. De estos, tres son indicadores financieros que miden la rentabilidad, liquidez y solvencia, y un indicador de desempeño no financiero que incluye la eficiencia, como la calidad de atención a los usuarios siendo predominante, ya que influye directamente en la experiencia del cliente y en la manera en que son tratados de forma amigable y experta, esto genera una impresión favorable e incrementa la posibilidad de que los clientes vuelvan y recomienden sus servicios. Es importante destacar que estos indicadores financieros y no financieros, junto con los factores clave de éxito, no son definitivos y existen otros indicadores que se podrían adaptar al sector. La selección y aplicación de estos indicadores variará según las necesidades específicas de cada empresa.

Los promedios de la encuesta realizada en la investigación llevada a cabo en los 40 establecimientos revelaron que no hay barreras de entrada al sector. Un factor muy importante es la inversión en publicidad, ya que si tiene rendimiento por lo que esto conduce a un aumento de los ingresos y a una mayor afluencia de clientes en las redes sociales. Con los datos recolectados se aplicaron los indicadores que reflejaron que en promedio el 50% de los locales está por debajo del promedio de la industria, esto evidencia un bajo nivel general de competitividad. Sin embargo, en los indicadores de desempeño no financiero, se observa una variación significativa en los promedios. En particular, los promedios del rendimiento por empleado de 4,32 dólares, en algunos locales están por debajo del promedio, lo que sugiere un desempeño menos favorable por parte de los empleados y es un factor importante en el éxito de las empresas, precios competitivos que garantizan la demanda del servicio y preferencia por su adquisición por parte del beneficiario frente al servicio del competidor.

9. Recomendaciones

Se recomienda a nuevos emprendedores que anhelan ingresar al mercado de la venta de flores, plantas y semillas que realicen un análisis exhaustivo del mercado para comprender la demanda y así identificar a sus competidores directos e indirectos, así como sus fortalezas y debilidades. Esto les permitirá ingresar al mercado con un enfoque único que lo diferencie de la competencia. Además, se sugiere elegir una buena ubicación estratégica con gran demanda de tráfico peatonal y de fácil acceso para atraer a más clientes. También es importante ofrecer una gran variedad de flores, plantas y semillas frescas y de alta calidad para satisfacer los diferentes gustos y necesidades de los clientes. Asimismo, crear un sitio web atractivo y funcional para promocionar el negocio, mostrando el catálogo, precios y productos a través de las diferentes redes sociales.

Para los dueños de los locales dedicados a esta actividad G477321, se les aconseja considerar los factores clave de éxitos planteados en el trabajo de investigación y utilizar indicadores de gestión para medir estos aspectos. Se sugiere realizar un análisis situacional de los locales al menos una vez al año con el fin de evaluar la eficiencia de la gestión actual y determinar si se requiere mejoras. La aplicación de estos indicadores, así como otros relevantes, proporcionará una visión clara de la gestión, permitiendo a los locales expandirse, mejorar su rentabilidad y asegurar su presencia continua en el mercado.

Es recomendable que los locales presten especial atención a los resultados de la investigación, incluyendo los datos de la encuesta, como los indicadores financieros y no financieros. Estos datos proporcionan información sobre los promedios de las estadísticas que los locales que pueden utilizar para analizar su posición en el mercado. De esta manera, los propietarios puedan tomar medidas correctivas para fortalecer la posición de la empresa. Como se evidenció, muchos de los locales se encuentran por debajo del promedio de la industria en diferentes aspectos, por lo que establecer como objetivo alcanzar y superar ese promedio puede ser una meta significativa.

10. Bibliografía

- Abril, V. H. (2003). Técnicas e instrumentos de la investigación. https://lc.cx/aq_GyF
- Álvarez Tello , G., Cossio Flores, J., Helguero Muro, B., Martínez Sancarranco , M., y Santacruz Fernández , R. (Abril de 2014). Diagnóstico estratégico del sector pesquero Peruano. Perú. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/36495/1/Pesca_Peru.pdf
- Arango Alzate, B., Betancourt Hurtado, J., y Martinez Lopez, L. (Julio/Septiembre de 2015). Implementación de herramientas para el diagnóstico de innovación. Revista de administración e innovación. <https://lc.cx/mm1aOR>
- Arias, E. R. (2020). Tipos de investigación. <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-investigacion.html>
- Azadeh , A., Roudi, E., y Salehi, V. (2017). Optimum safety design approach based on integrated macro ergonomics and resilience engineering in a tile and ceramic factory. <https://lc.cx/CBeBX9>
- Banrepcultural. (2017). Sectores económicos. <https://lc.cx/Ed2MrC>
- Cajilema Vinueza, A. (Diciembre de 2006). Diagnóstico internacional de flores frescas de corte y estudio de factibilidad de Lisianthus como alternativa de producción en la provincia de Córdoba, Argentina. <https://lc.cx/veRev->
- Carrera , G., y Mier, D. (Octubre de 2014). Análisis a los factores que afectan en la actividades laborales mediante la aplicación de lanorma técnica ecuatoriana florecuador en las empresas flosícolas en la provincia de Pichincha. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7372/1/UPS-QT06220.pdf>
- Clemenza, C., Gotera, A., y Araujo, R. (2010). Calidad de los servicios prestados por el servicio autónomo municipal de administración tributaria. <https://lc.cx/HnoSHe>
- Contraloría general del estado. (2020). Auditoría gubernamental. <https://lc.cx/Reh0e2>
- Corrales , J. (Octubre de 2016). Análisis del sector florícola ecuatoriano periodo 2005 2015 . <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/2cc65860-9835-4cdc-8066-abcfb23d712b/content>
- Cuichán Cuichán, C., y Mata Aimacaña, J. (5 de Agosto de 2022). Análisis de las exportaciones del sector floricultor del Ecuador y su incidencia en los ingresos de las empresas florícolas de la parroquia Mulaló, del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, durante el período 2015 - 2020. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/33123/1/T-ESPEL-CAI-0799.pdf>
- Duque, N. (24 de Noviembre de 2016). Razones o índices financieros. <https://www.abcfinanzas.com/administracionfinanciera/analisis-financiero/razones-indices-financieros>
- Expoflores. (Julio de 2023). Termómetro exportador florícola. <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2023/07/Expoflores-julio-2023.pdf>

- Filion, L., Cisneros, L., y Mejia, J. (2011). Administración de las PYMES. Emprender, dirigir y desarrollar empresas. <https://lc.cx/xj94HU>
- Garzón, L., y Quevedo, F. (2012). Investigación del desarrollo de la actividad florícola de rosas para exportación en la provincia de Cotopaxi y su impacto económico y social en el período 2000-2011. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6355/2/T-ESPEL-MAE-0052-P.pdf>
- Guaipatín, C. (Abril de 2003). Compilación estadística para 12 países de la Región. <https://publications.iadb.org/es/observatorio-mipyme-compilacion-estadistica-para-12-paises-de-la-region>
- Harari, R., Harari, N., Homero, H., y Florencia, H. (Mayo de 2011). Condiciones de trabajo y derechos laborales en la floricultura ecuatoriana. <https://ocaru.org.ec/wp-content/uploads/2020/05/Condiciones-de-Trabajo-y-Derechos-Laborales-en-La-Floricultura-Ecuatoriana.pdf>
- Hernández Pérez, J. (2011). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter. <https://lc.cx/ySh3QN>
- Hernández, M. E. (Junio de 2013). Indicadores financieros. https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/Sahagun/Contaduria/Finanzas/indicadores.pdf
- Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática. (2004). Comercio al por menor. http://centro.paot.org.mx/documentos/inegi/comercio_menor.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2012). Clasificación nacional de actividades económicas. Unidad de Análisis de Síntesis. <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIU%204.0.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2022). Censo poblacional y de vivienda. <https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/>
- Keynes, J. (1998). Una teoría monetaria de la producción. <https://lc.cx/6LNGE9>
- Kotler. (2013). Dirección de Marketing. <https://lc.cx/qEmK1G>
- León, A. M. (2021). Los indicadores no financieros y la mejora continua en las empresas comerciales de la provincia de Huaura. <https://lc.cx/KYO7sW>
- Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario. (2011). Ley orgánica de la economía popular y solidaria del sector financiero popular y solidario. <https://lc.cx/7NGBfl>
- Loja, P. d. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Loja 2015-2025: <https://prefecturaloja.gob.ec/documentos/lotaip/2019/PDOT-2019.pdf>
- López Santana, E., Méndez Giraldo, G., y Carlos Franco. (2021). <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/jsolano,+1630.pdf>
- López, B. (24 de Noviembre de 2016). Análisis e índices de endeudamiento. <https://lc.cx/cdsj6E>

- Machaca , H., y Valda, A. (2022). Universidad mayor de san Andres. Elaboración y comercialización de arreglos florales en el municipio de Chulumani, provincia de Sud Yungas: <https://lc.cx/d-2bn9>
- Malerba, F., y Nelson, R. (2004). Sistemas sectoriales, alcance y desarrollo económico. <https://www.scielo.org.mx/pdf/etp/nspe1/nspe1a3.pdf>
- Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>
- Medina Arboleda, R. (2020). Diagnóstico y propuesta de mejoramiento de los procesos de producción para la micro empresa de la industria de productos plásticos. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito. <https://lc.cx/X4AU0E>
- Mejía , E. (Noviembre de 2005). Técnicas e instrumentos de investigación. <http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/LecturasU6/tecnicas.pdf>
- Ministerio de ambiente, agua y transición ecológica. (2022). Sector florícola del Ecuador será el primero país en convertirse en carbono neutro. <https://lc.cx/O0gDXE>
- Ministerio de Economías y Finanzas. (s.f.). Aduanas dirección nacional de aduanas. Crédito documentario: <https://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/2547/8/innova.front/credito-documentario.html>
- Ministerio del ambiente y agua . (s.f.). Ministerio del ambiente y agua. <https://www.gob.ec/mae>
- Miño Coello, A. (2013). Determinación de un modelo para medir la productividad en una empresa productora de flores. <https://lc.cx/kz1H9F>
- Mora, J. E., y Lozano, C. E. (2011). Descripción y análisis de la aplicación de la teoría general . <https://core.ac.uk/download/pdf/86443957.pdf>
- Moreno, V. (2016). Diagnóstico y plan de comunicación estratégica; aplicado a la organización de eventos, para la empresa de servicios gran Víctor eventos de la ciudad de Cuenca. <https://n9.cl/024sr>
- Municipio de Loja. (2022). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Loja. <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>
- Nacional, M. d. (Diciembre de 2013). Generación de geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional . https://www.geoportaligm.gob.ec/geodescargas/loja/mt_loja_socioeconomico.pdf
- Naciones Unidas. (2009). Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas. Asuntos económicos y sociales. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4s.pdf
- Nauta, B., y Bolívar, J. (2011). Estrategias de Publicidad y su incidencia en el Posicionamiento en el Mercado de la Compañía "Lo&Lo de la ciudad de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1411/1/267%20Ing.pdf>
- Neuman, W. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Pearson. <https://lc.cx/ZJjooQ>

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2010). Políticas para la creatividad. Argentina. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- Páez, M. (16 de Julio de 2020). La importancia de realizar un diagnóstico financiero de una empresa. <https://actuarial.com.ec/es/importancia-de-realizar-un-diagnostico-financiero-de-una-empresa/>
- Palacios, G. M., y Chemali, J. V. (Noviembre de 2013). Análisis de la relación entre la aplicación del proceso administrativo en las Pymes de la ciudad de Quito dedicadas a la venta a la venta al por menor de vehículos automotores y su sostenibilidad y posicionamiento en el mercado en el período 2008-2012. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6368/6/UPS-QT04931.pdf>
- Pérez, J., y Carballo, V. (2010). Diagnóstico económico financiero de la empresa. España: ESIC. <https://lc.cx/k9bDlp>
- Perez, A., Leal Soto, V., Barceló Valenzuela, M., y León Duarte, J. A. (2013). Un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las pymes del sector. Universidad de Sonora, México. <https://lc.cx/WZb4fT>
- Planificación, S. N. (julio de 2019). Planificación.gob.ec. Planes de desarrollo y ordenamiento territorial: www.planificacion.gob.ec
- Quiroa, M. (2020). Análisis PESTEL. Análisis PESTEL, Quiroa, Myriam;. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pestel.html>
- Raven, P., Evert, R., y Eichhorn, S. (1992). <https://lc.cx/tFPgDZ>
- Ruiz, L. (2017). Que es la floricultura. <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/hogar/articulo/que-es-la-floricultura-44042.html>
- Ruiz, P. (1996). Los indicadores no financieros en la gestión de calidad total del área operaciones. https://aeca.es/old/refc_1972-2013/1996/89-7.pdf
- Ruiz, P. (1 de Noviembre de 2018). Circunscripciones electorales incluyen a nuestras parroquias. Loja: La Hora. <https://www.pressreader.com/>
- Sampieri, R. (2008). Metodología de la investigación. <https://n9.cl/6g87z0>
- Sánchez, J. (2016). Sector económico. <https://economipedia.com/definiciones/sector.html>
- Sánchez Galán, J. (13 de febrero de 2016). Sector económico. <https://economipedia.com/definiciones/sector.html>
- Sandoval, W. S. (2014). Los indicadores financieros y su incidencia en la toma de decisiones de la empresa impositiva de la ciudad de Ambato, durante el año 2011. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/21268/1/T2687i.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2023). Estadísticas de contribuyentes activos. Loja. <https://www.sri.gob.ec/datasets>

- Servicio de Rentas Internas. (2023). Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares. <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Servicio de Rentas Internas. (2023). Servicio de rentas internas del Ecuador. <https://www.sri.gob.ec/que-es-el-sri>
- Silva, K. (2018). ¿Qué es el análisis de factores clave del éxito? Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13067688/que-es-el-analisis-de-factores-clave-del-exito>
- Smith, A. (1776). Una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones. <https://www.econlib.org/library/Smith/smWN.html>
- Solis Guevara, D. (2011). De la producción de materias primas a la industrialización . <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7755/8/TFLACSO-2011DRSG.pdf>
- Stanton, W., Etzel, M., y Walker, B. (2007). Fundamentos de marketing. <https://lc.cx/WZb4fT>
- Superintendencia de compañía . (2011). Superintendencia de compañía . <https://lc.cx/ODD-F3>
- Superintendencia de Compañías. (2011). Resolución No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11. https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/niif/Resol_No_SC_Q_ICI_CPAIFRS_11_01.pdf
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). Superintendencia de compañías, valores y seguros. <https://lc.cx/Pmt283>
- Tacuri, M., y Saca, M. (2021). Universidad del Azuay. Análisis de la gestión de liquidez, rentabilidad y apalancamiento de las empresas del sector de la construcción pertenecientes al CIIU F4100.20 de la ciudad de Cuenca en el período 2014-2018: <https://dSPACE.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10749/1/16296.pdf>
- Thompson , A., Gamble , J., Peteraf, M., y Stricklaand, A. (1998). Administracion estratégica. https://www.academia.edu/10984325/Administracion_Estrategica_18edi_Thompson
- Thorbecke, E. (1973). Análisis sectorial y modelos de agricultura en países en desarrollo. . Instituto de Investigaciones Alimentarias. <https://lc.cx/LFvyBR>
- Tobar Arias, K. (2007). Elaboración de una plan estratégico para la empresa Rhenania S.A. ubicada en la ciudad de Quito. <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/586/1/CD-0979.pdf>
- Vargas Hernández, J. (abril 15 de 2008). Análisis crítico de las teorías del desarrollo economico . www.unisc.br
- Vidal, E.(Mayo de 2004). Diagnóstico organizacional. https://www.academia.edu/35999176/Libro_diagnostico_organizacional_elizabeth_vidal_arizabaleta
- Villarreal, G., y Bonifaz, X. (2017). La importancia de la agricultura en nuestro país. Carrera de Agropecuaria. <https://agropecuaria.utn.edu.ec/?p=1091>
- Westreicher, G. (14 de abril de 2022). Muestreo por conveniencia. <https://lc.cx/-CeSOp>

11. Anexos

Anexo 1

Afiche de sensibilización

 **Universidad Nacional de Loja**

La Universidad Nacional de Loja en su afán de contribuir de manera positiva a la sociedad, esta llevando de manera conjunta entre docentes y estudiantes el siguiente proyecto de investigación:

DIAGNÓSTICO SECTORIAL DE LA ACTIVIDAD DE VENTA AL POR MENOR DE FLORES, PLANTAS Y SEMILLAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS DEL CANTÓN LOJA

OBJETIVO

Proporcionar los promedios de la industria a las empresas privadas para que entorno a ello se identifique fortalezas y debilidades que faciliten la toma de decisiones estratégicas.

Por tanto, se solicita muy comedidamente su colaboración, recalcando que la información proporcionada será manejada con absoluta confidencialidad.



NOTA IMPORTANTE

Colombia, Argentina, México y España son algunos países en donde se desarrollan los diagnósticos sectoriales, permitiendo a las empresas evaluar y comprender el estado y las tendencias de diferentes sectores de la economía.

¿SABÍAS QUÉ?

El diagnóstico sectorial utiliza datos y estadísticas para evaluar el desempeño del sector, identificar fortalezas y debilidades, y determinar las áreas que necesitan inversión.

Para constatar la validez del proyecto contactar
Director del proyecto
carlos.rodriguez@unl.edu.ec
0994022030
Dirección de investigación
direccion.investigacion@unl.edu.ec
107212545100

Tesista: Michelle de los Angeles Ortega Pardo
Carrera: Finanzas
0988897294



Directo del proyecto: Carlos Alfredo Rodríguez Armijos
Carrera: Finanzas



Anexo 2

Matriz factores claves de éxito

	SECTOR ORGANIZACIONAL	PROPUESTA DE VALOR A LA SOCIEDAD	CARACTERÍSTICAS	CONDICIONANTES	FACTORES CLAVES DE ÉXITO	INDICADORES DE DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL	INFORMACIÓN REQUERIDA
Indicadores financieros	<p>G4773.21 SECCIÓN: G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.</p> <p>DIVISIÓN: G47 Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.</p> <p>GRUPO: G477 Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.</p>	La actividad de flores, plantas y semillas desempeñan un papel importante en la agricultura, la horticultura y la industria de la jardinería, ya sea en el ámbito comercial y decorativo	Compra al por mayor	Para tener suficiente abastecimiento para satisfacer las necesidades de los consumidores finales	Demanda	Margen de utilidad neta	Ganancia total de la empresa porcentual
						Utilidad neta	Ganancia total de la empresa monetaria
						Rendimiento sobre activos	Utilidad en activos
						Rendimiento sobre patrimonio	Utilidad en pasivos
Indicadores de desempeño no financieros	<p>CLASE: G4773 Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados.</p> <p>SUBCLASE: G47732 Venta al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, mascotas y alimento para mascotas en comercios especializados.</p> <p>ACTIVIDAD: G477321 Venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados, incluso arreglos florales.</p>		Venta al por menor	Generar rendimiento a través de la venta de diferentes productos	Proveedores de confianza	Razón deuda sobre activos	Deuda con terceros
						Razón corriente	Capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas
			Asesoría y atención a clientes	Equipo humano motivado y capacitado	Publicidad	Capital de trabajo	Total de dinero que requiere la empresa para operar
						Capacitación	Evaluación de desempeño de conocimiento
						Rendimiento por empleado	Ingresos que genera cada empleado
						Rentabilidad por cliente	Ingreso promedio por cada cliente
			Calidad de servicio			Rendimiento en publicidad	Efectividad en publicidad
						Tiempo de la elaboración de productos	Lapso que se demora en realizar los pedidos

Nota. Adaptado de López, 2016 y Hernández, 2013

Anexo 3

Modelo de encuesta



Se está realizando una investigación, con el propósito de establecer los promedios de industria de comercialización de flores, plantas y semillas en la ciudad de Loja, por lo que solicito respetuosamente su colaboración con el siguiente cuestionario para conocer datos estadísticos del sector. Cabe destacar que la información proporcionada por el local será estrictamente confidencial y será en beneficio de la empresa. Agradezco de antemano su participación.

Instrucción general: Marque con una (X) según corresponda

Generales

1. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su negocio?

) 5 a 8 horas
) 9 a 12 horas
) Más de 12 horas
2. ¿Cuáles son los productos o servicios que ofrece? Puede seleccionar varias respuestas.
) Arreglos florales (ramos y bouquets, centros, cestas, rosas y orquídeas para nacimientos, cumpleaños y ocasiones especiales)
) Arte nupcial (ramos de novia, vehículos, prendidos, tiaras, etc)
) Cuidados y plantaciones (semillas, bulbos, abonos y fitosanitarios)
) Decoración floral (Decoración floral de iglesias, restaurantes, bodas civiles, eventos sociales, fiestas privadas, comuniones, bautizos)
) Funerario (Coronas, cojines, cruces, corazones, etc)
) Plantas y flores artificiales (Secas, preservadas y sintéticas)
) Plantas naturales de interior y exterior
) Otros. Señale _____
3. ¿De los productos y servicios seleccionados cuál es el más demandado?

4. ¿Cómo gestiona los horarios de atención para venta y otros servicios?
) Reservas por red sociales
) Llamadas
) Personalmente
) Vienen al local
5. ¿Cuál es el promedio de horas trabajadas durante el día?
) 2 a 4 horas
6. ¿Cuál es el promedio de clientes que tiene en el día? Escoja una opción
) 1 – 10 personas
) 11 - 20 personas
) 21 - 30 personas
) Mas de 31 personas
7. ¿Realiza publicidad? Si su respuesta es afirmativa continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario salte a la pregunta 8.
) SI
) NO
¿Qué medio utiliza? _____
8. ¿Cuál es el monto aproximado que invierte mensualmente en publicidad?

9. ¿Cuántos proveedores tiene aproximadamente?

10. ¿Cuántos colaboradores/empleados, además del propietario tiene su empresa actualmente?

11. ¿Con qué frecuencia capacita a su personal? Escoja una opción.
) No requiere capacitación
) 1 vez al año
) 2 veces al año
) 3 veces al año
) Más de 4 veces al año
12. ¿Cuál de estos registros tributarios posee para su negocio?
) Ruc () RIMPE

13. ¿Con que frecuencia realiza las declaraciones de impuestos?

14. ¿Cuál es monto aproximado de impuestos que paga?

Perspectiva financiera

15. ¿Cuál es el monto anual de activos posee su empresa aproximadamente?

16. ¿Cuál es el monto aproximando que corresponde a los activos corrientes (incluye caja, bancos, inventario, cuentas por cobrar a clientes) de sus activos totales? Escoja una opción.

-) 1% - 9%
-) 10 % - 19 %
-) 20 % - 29 %
-) Mayor al 30% _____

17. ¿Cuál es el monto aproximado en inventarios (mercadería)?

18. ¿Cuál es el monto aproximado de pasivos totales, (a las obligaciones con terceros a corto y largo plazo) que posee su empresa?

19. De los pasivos totales, ¿Qué porcentaje aproximadamente corresponde a pasivos corrientes (cuentas por pagar a proveedores, créditos bancarios, y demás deudas con vigencia de 1 año)? Escoja una opción.

-) 1% - 9%
-) 10 % - 19 %
-) 20 % - 29 %
-) Mayor al 30% _____

20. ¿Cuál es el monto aproximado en patrimonio que posee su empresa?

21. ¿Cuál es el monto aproximado de ingresos que percibe anualmente?

22. ¿Cuál es el monto aproximando de utilidad respecto a los ingresos anuales?

Escoja una opción.

-) 1% - 9%
-) 10 % - 19 %
-) 20 % - 29 %
-) Mayor al 30% _____

23. ¿Cuál es el monto aproximado de costos y gastos que incurren al mes?

24. ¿Cuál es el promedio de ventas que percibe en los meses de mayor y menor demanda?

Mes de menor demanda \$ _____

Mes de mayor demanda \$ _____

25. ¿Cuál es el porcentaje aproximado que genera de utilidad neta al año?

-) 1% - 9%
-) 10 % - 19 %
-) 20 % - 29 %
-) Mayor al 30% _____

26. ¿Cuál es el monto aproximado de cuentas por pagar a proveedores al mes?

27. ¿Cuál es el monto aproximado de cuentas por cobrar a clientes al mes?

28. ¿Cuáles considera que son los factores claves de éxito de las florerías e invernaderos? Puede seleccionar varias respuestas.

-) Personal competente y capacitado
-) Productos y servicios
-) Marketing y promoción
-) Continuo mejoramiento e innovación
-) Infraestructura y ambiente
-) Ubicación del local
-) Demanda
-) Calidad de atención y acogida
-) Gestión adecuada
-) Otro: _____

Gracias por su colaboración

Anexo 4

Tabulación preguntas de la encuesta

¿Cuáles son los productos o servicios que ofrece?

Opción de respuesta	Frecuencia	Participación
Arreglos florales (ramos y bouquets, centros, cestas, rosas y orquídeas para nacimientos, cumpleaños y ocasiones especiales)	15	25%
Arte nupcial (ramos de novia, vehículos, prendidos, tiaras, etc.)	4	7%
Cuidados y plantaciones (semillas, bulbos, abonos y fitosanitarios)	6	10%
Decoración floral (Decoración floral de iglesias, restaurantes, bodas civiles, eventos sociales, fiestas privadas, comuniones, bautizos)	7	11%
Funerario (Coronas, cojines, cruces, corazones, etc.)	-	-
Plantas y flores artificiales (Secas, preservadas y sintéticas)	8	13%
Plantas naturales de interior y exterior	21	34%
Otros. Señale _____	-	-
Total	61	100%

¿Cómo gestiona los horarios de atención para venta y otros servicios?

Opción de respuesta	Frecuencia
Reservaciones por red sociales	9
Llamadas	5
Personalmente	7
Vienen al local	19
Total	40

¿Realiza publicidad?

Opción de respuesta	Frecuencia
SI	15
NO	25
Total	40

¿Cuál de estos registros tributarios posee para su negocio?

Opción de respuesta	Frecuencia
Ruc	12
RIMPE	28
Total	40

¿Cuáles considera que son los factores claves de éxito de las florerías e invernaderos?

Factores claves de éxito	Frecuencia	Frecuencia relativa %
Personal competente y capacitado	19	12%
Productos y servicios	30	19%
Marketing y promoción	15	9%
Continuo mejoramiento e innovación	8	5%
Infraestructura y ambiente	1	1%
Ubicación del local	12	8%
Demanda	15	9%
Calidad de atención y acogida	40	25%
Gestión adecuada	20	13%
Total	160	100%

Anexo 5*Datos generales de los locales de flores, plantas y semillas*

Informante	Años en el mercado	Inversión en publicidad (anual)	Nro. de horas diarias de atención	Nro. De clientes al día
1	3	-	7	6
2	5	245	7	6
3	11	240	7	16
4	1	-	13	6
5	15	245	12	6
6	15	150	7	16
7	15	-	7	6
8	7	-	13	6
9	8	-	7	16
10	8	-	13	16
11	7	-	7	6
12	12	-	7	6
13	6	150	13	6
14	15	245	7	16
15	4	245	13	16
16	7	-	7	6
17	15	245	13	6
18	2	-	7	16
19	15	240	13	16
20	15	-	7	6
21	2	180	13	6
22	6	-	7	6
23	9	-	7	6
24	3	-	7	16
25	8	-	13	6
26	11	245	12	16
27	4	-	7	6
28	7	-	13	6
29	9	180	7	16
30	1	-	12	6
31	10	150	13	6
32	8	-	7	16
33	15	245	12	6
34	9	-	7	16
35	2	-	13	6
36	15	150	12	6
37	7	-	7	16
38	6	-	7	6
39	15	245	13	6
40	12	240	7	16
Promedio	9	90.96	10	10

Anexo 6

Resultados de los aspectos no financieros de la encuesta

Informante	Años en el mercado	Inversión en publicidad (anual)	Nro. De horas diarias de atención	Nro. de clientes al día	Nro. de empleados capacitados	Nro. de proveedores	Nro. de colaboradores	Monto aproximado de impuestos
1	3	-	7	6	3	4.0	3	0
2	5	245	7	6	3	5.0	3	1,200
3	11	240	7	16	4	8.0	4	1,200
4	1	-	13	6	2	4.0	2	300
5	15	245	12	6	3	8.0	3	1,200
6	15	150	7	16	4	8.0	4	1,200
7	15	-	7	6	1	8.0	1	120
8	7	-	13	6	1	5.0	1	0
9	8	-	7	16	1	5.0	1	800
10	8	-	13	16	4	5.0	4	0
11	7	-	7	6	3	8.0	3	110
12	12	-	7	6	1	5.0	1	900
13	6	150	13	6	3	4.0	3	400
14	15	245	7	16	3	8.0	3	100
15	4	245	13	16	2	2.0	2	0
16	7	-	7	6	3	3.0	3	700
17	15	245	13	6	4	8.0	4	1,000
18	2	-	7	16	1	1.0	1	0
19	15	240	13	16	4	5.0	4	1,200
20	15	-	7	6	4	4.0	4	1,200
21	2	180	13	6	3	1.0	3	110
22	6	-	7	6	2	2.0	2	0
23	9	-	7	6	4	3.0	4	600
24	3	-	7	16	2	2.0	2	0
25	8	-	13	6	3	3.0	3	1,200
26	11	245	12	16	3	5.0	3	120
27	4	-	7	6	2	2.0	2	150
28	7	-	13	6	3	4.0	3	0
29	9	180	7	16	3	3.0	3	200
30	1	-	12	6	1	2.0	1	0
31	10	150	13	6	2	7.0	2	0
32	8	-	7	16	4	6.0	4	0
33	15	245	12	6	3	8.0	3	1,100
34	9	-	7	16	2	7.0	2	800
35	2	-	13	6	1	4.0	1	0
36	15	150	12	6	4	8.0	4	1,150
37	7	-	7	16	3	6.0	3	700
38	6	-	7	6	2	4.0	2	400
39	15	245	13	6	4	8.0	4	1,200
40	12	240	7	16	4	8.0	4	1,200
Promedio	9	90.96	9.58	9.75	3	5.0	3	514.00

Anexo 7

Resultados originales de los aspectos financieros de la encuesta

Informante	Activos totales anuales	Activos Corrientes (%)	Activos corrientes	Pasivos totales anuales	Pasivos corrientes (%)	Pasivos corrientes	Patrimonio	Ingresos (\$) anuales	Costos y Gastos (\$)	Utilidad respecto a los ingresos %	Utilidad neta	Inventarios	Cuentas por pagar a proveedores (ANUAL)	Cuentas por cobrar a CLIENTES (ANUAL)
1	20 400	5	1,020	500	5	25	19,900	9,600	7,200	15	2,400	15,000	-	-
2	30 000	15	4,350	1,000	5	50	29,000	14,400	11,400	15	3,000	25,000	2,400	1,200
3	46,080	25	11,289.60	2,000	15	290	44,680	18,000	14,400	25	3,600	42,500	6,000	2,400
4	15,500	5	775	500	5	25	15,000	18,000	4,800	5	13,200	14,000	1,200	2,400
5	46,080	25	11,289.60	2,000	15	290	44,680	20,000	18,000	32	2,000	2,500	9,840	2,400
6	46,080	25	11,289.60	3,000	15	435	44,680	22,000	18,000	32	400	43,000	9,840	2,400
7	46,080	35	11,289.60	1,000	15	145	44,680	30,000	18,000	15	-	47,500	-	-
8	15,000	5	750	1,000	5	50	14,000	21,600	13,200	15	8,400	13,000	1,200	-
9	30,000	15	4,350	5,000	5	250	25,000	7,000	6,000	5	1,000	15,000	6,000	-
10	25,000	15	3,625	1,000	5	50	24,000	37,000	18,000	5	19,000	20,000	6,000	2,400
11	35,000	25	8,575	1,000	5	50	34,000	36,000	18,000	25	14,400	30,000	4,800	1,200
12	26,000	15	3,770	2,000	5	100	24,000	5,500	4,800	5	700	20,000	9,600	1,800
13	30,000	15	4,350	1,500	5	75	28,500	13,200	12,000	15	1,200	25,500	3,600	1,200
14	45,000	15	6,525	3,000	5	150	42,000	13,800	12,000	15	1,800	35,000	9,840	2,400
15	20,500	15	2,972.50	1,000	5	50	19,500	10,500	3,600	15	6,900	15,000	-	-
16	30,000	15	4,350	2,000	5	100	28,000	14,400	10,800	15	3,600	23,000	1,200	1,200
17	43,200	25	10,584	2,500	15	362.50	40,700	15,000	13,200	15	1,800	32,000	2,400	2,400
18	15,500	5	775	400	5	20	15,100	7,200	4,800	5	2,400	10,000	60.00	-
19	46,080	25	11,289.60	4,000	5	200	44,680	35,000	18,000	31	17,000	35,000	9,840	2,400
20	46,080	25	11,289.60	3,000	5	150	44,680	23,000	13,200	33	9,800	40,000	9,840	2,400
21	12,000	5	600	500	5	25	11,500	4,800	2,400	5	2,400	9,000	-	-
22	17,000	5	850	900	5	45	16,100	15,200	12,000	15	3,200	13,500	1,200	-
23	22,500	15	3,262.50	1,500	5	75	21,000	18,400	12,000	15	6,400	19,000	6,000	-
24	15,000	5	750	500	5	25	14,500	8,400	6,000	5	2,400	12,500	4,800	-
25	38,000	5	1,900	300	5	15	37,700	7,200	4,800	5	2,400	35,000	9,840	1,200
26	46,080	25	11,289.60	1,500	15	217.50	44,680	12,000	9,600	5	2,400	43,000	9,840	2,400
27	22,300	5	1,115	900	5	45	21,400	10,800	7,200	5	3,600	19,000	2,400	-
28	30,000	15	4,350	1,100	15	159.50	28,900	11,000	9,600	5	1,400	21,000	6,000	1,200
29	41,000	25	10,045	1,300	15	188.50	39,700	15,000	12,000	5	3,000	31,000	7,200	2,400
30	18,000	5	900	400	5	20	17,600	8,000	4,800	5	3,200	15,000	-	-
31	46,080	25	11,289.60	700	5	35	44,680	3,800	3,600	5	200	42,500	9,840	1,200
32	39,100	15	5,669.50	600	5	30	38,500	34,000	18,000	15	16,000	35,000	7,200	2,400
33	45,600	25	11,172	1,000	15	145	44,600	3,500	3,000	5	500	40,000	4,800	-
34	38,000	15	5,510	800	5	40	37,200	28,000	18,000	15	6,400	32,000	8,400	1,800
35	20,000	15	2,900	500	5	25	19,500	9,000	8,400	5	600	15,000	-	-
36	43,000	15	6,235	900	5	45	42,100	25,000	12,000	15	13,000	39,000	2,400	--
37	32,000	15	4,640	620	5	31	31,380	15,000	12,000	15	3,000	27,000	4,800	960.00
38	31,000	15	4,495	400	5	20	30,600	18,000	14,400	15	3,600	25,000	2,400	-
39	44,000	25	10,780	1,000	15	145	43,000	2,400	2,160	5	240	35,000	3,600	-
40	39,000	15	5,655	900	5	45	38,100	25,000	18,000	15	3,400	31,000	6,000	600.00
PROMEDIO	32,431	16	5,697.93	1,343	7	106.10	31,238	16,142.50	10,734	13	4,748.50	27,062.50	4,759.50	1,059

Anexo 8

Volante de difusión de resultados



Universidad Nacional de Loja

DIAGNÓSTICO SECTORIAL DE LA ACTIVIDAD DE VENTA AL POR MENOR DE FLORES, PLANTAS Y SEMILLAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS DEL CANTÓN LOJA

OBJETIVO

Proporcionar los promedios de la industria a las empresas privadas para que se identifique fortalezas y debilidades que faciliten la toma de decisiones estratégicas.

RESULTADOS

Los promedios del sector de flores, plantas y semillas del Cantón Loja, se presentan en consideración a los factores claves de éxito: clientes, recursos financieros, procesos internos, recursos humanos; así como los indicadores de desempeño financiero y no financiero identificados, cuyos promedios se obtuvieron luego del procesamiento de información recopilada a partir de las encuestas al sector.

Variable	Promedio
Años en el mercado	9
Inversión en publicidad	91
Nro. de horas diarias de atención	10
Nro. de clientes al día	10
Nro. de empleados capacitados	3
Nro. de proveedores	5
Nro. de colaboradores	3

Variable	Definición	Promedio
Monto del activo	Todos los bienes, recursos y productos que una empresa posee	\$32 431
Monto del pasivo	Obligaciones que las empresas con terceros	\$1 343
Ingresos anuales	Dinero que recibe la empresa por su actividad económica	\$ 16 142,50
Gastos anuales	Salida de dinero en la que incurre la empresa para proporcionar sus servicios	\$10 734

¿SABÍAS QUÉ?

El beneficio de conocer los promedios y estadísticas del sector, permite evaluar la gestión de la empresa, al conocer los promedios y estadísticas del mismo, las empresas que operan en un mismo sector, pueden comparar y evaluar su gestión, para tomar decisiones objetivas, basadas en la realidad.

INDICADORES FINANCIEROS

Las empresas objeto de estudio reflejan los promedios de los datos de indicadores financieros para identificar su desempeño financiero y evaluar su competitividad y posición en el mercado y así poder considerar cualquier eventualidad que se presente en las empresas.

Indicador	Fórmula	Promedio	Interpretación
Margen de utilidad neta	Utilidad neta/Activo	0,27	Por cada dólar de ingreso en ventas, las empresas generan 0,27 centavos de utilidad.
Rendimiento sobre activos	Ingresos/Total de activos	0,54	Por cada dólar de inversión en activos, los locales generan \$0,54 centavos de utilidad.
Rendimiento sobre patrimonio	Ingresos/Patrimonio	0,56	Por cada dólar de aporte de los propietarios, los locales generan \$0,56 centavos de utilidad.
Razón corriente	Activos corrientes/ Pasivos corrientes	76,48	Por cada dólar de pasivo a corto plazo, los locales tienen \$76,48 para hacer frente a las deudas.
Capital de trabajo anual	Activos corrientes - Pasivos corrientes	\$6 426,16	Para que los locales puedan realizar sus operaciones con normalidad necesitan \$6 426,16 como capital de trabajo al año.
Endeudamiento sobre activo	Pasivo total/ Activo total	0,04	En promedio 0,04 los locales tienen un endeudamiento bajo y tiene una posición sólida y estable.

INDICADORES DE DESEMPEÑO NO FINANCIEROS

Aquellos que miden aspectos intangibles (rendimiento, tiempo, publicidad, eficiencia).

Indicador	Fórmula	Promedio	Interpretación
Rendimiento por empleado	Ingresos diarios de clientes/ Nro. de empleados	4,32	Cada empleado en promedio genera \$ 4,32 dólares de ingresos diarios.
Rendimiento por tiempo de atención	Ingresos al día/Nro. de horas de atención	1,16	En promedio de 1,16 dólares es el rendimiento en el que tardan los locales para atender adecuadamente los pedidos e inquietudes.
Rendimiento en publicidad	Ingresos totales / Inversión en publicidad	79,22	Por cada dólar que los locales invierten en publicidad, generan \$79,22 dólares en ingresos.
Capacitación a los empleados	Nro. de empleados capacitados/Total de empleados	1	En promedio, los empleados tienen 1 capacitación, es un nivel muy bajo.

Director del proyecto de investigación
Carrera de finanzas
 carlos.rodriguez@unl.edu.ec
 0994022030



Anexo 9

Registro de entrega de volante de difusión de resultados

de: **MICHELLE DE LOS ANGELES ORTEGA PARDO**
<michelle.a.ortega@unl.edu.ec>

para: jhonpaul1985@hotmail.com,
nelson.890725@hotmail.com,
osgeraniosviviero@gmail.com,
sales@bellaflor-group.com,
ventas@floresenloja.com,
contacto@rosasparati.com,
lili_torres80@hotmail.com,
ventas@dewflowers.com.ec,
laorquidea@hotmail.com,
floristeriaesperanza21@gmail.com,
marianalies@hotmail.com,
floristeriagirasol@gmail.com,
boutiquefloralec@gmail.com,
tiernosdetalles@hotmail.com,
maricela_jeshua@yahoo.com,
deisynt88@gmail.com,
verarte.2012@hotmail.com,
silvigonzalezzyg@hotmail.com,
marianaies@hotmail.com,
gaby88_cq@hotmail.com,
carlosgonzalezalvarez1980@gmail.com,
detallefloral.detalle@gmail.com,
cliente@floral.pe

floristeria_alisson@yahoo.com,
catyamparito@hotmail.com,
gabrielarosario1415@gmail.com,
flor_youloja@hotmail.com,
fmjaramillo@hotmail.es,
nenitaleoncarvallo@gmail.com,
fernandpaute@gmail.com,
WilsonValverdeRivera@hotmail.com,
alexanderb0006@hotmail.com,
madagosa28@gmail.com,
deisy_sarango@hotmail.com,
eljardindemama@yahoo.com,
eulot@hotmail.es,
Ramiro-45-@hotmail.com,
akebia.terrarios@gmail.com,
cesar.david.andrade1996@gmail.com,
floresychocolates@yahoo.com,

Anexo 10
Evidencias fotográficas



Anexo 11

Traducción del abstract

Loja, 06 de Junio de 2024.

CERTIFICA:

Yo, Lic. Jennifer Michelle Quezada Aguilar, con cedula de identidad 1104131121; Lcda. en Ciencias de la Educación Mención Inglés de la Universidad Técnica Particular de Loja con registro de la Senescyt 1031-2023-2692899, doy fe que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del trabajo de titulación denominado **Diagnóstico sectorial de la actividad de venta al por menor de flores, plantas y semillas en establecimientos especializados (G4773.21)**, del cantón Loja, cuya autoria de la estudiante Michelle de los Ángeles Ortega Pardo, con cedula de identidad N° 1150461836.

Lo certifico en honor a la verdad y autorizo a la interesada hacer uso de la presente en lo que a sus intereses convenga.



Jennifer Quezada Aguilar
Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Inglés
1104131121