



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

Diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga.

Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas

AUTORA:

Karen Giomar Cuenca Rojas

DIRECTOR:

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

Loja – Ecuador

2024



CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR


Yo, **Carpio Ayala Carlos Roberto**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**DIAGNÓSTICO SECTORIAL DEL GRUPO EMPRESARIAL CONSTRUCCIÓN DE LOS CANTONES PALTAS, CATAMAYO, GONZANAMÁ Y CARIAMANGA**", perteneciente al estudiante **KAREN GOMAR CUENCA ROJAS**, con cédula de identidad N° 1104952161.

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, e/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, 23 de Febrero de 2024


CARPIO ROBERTO
CARPIO AYALA
F) _____
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR

Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000234

Autoría

Yo, **Karen Giomar Cuenca Rojas**, declaro ser autora del 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: 1104952161

Fecha: 12 de junio del 2024

Correo electrónico: Karen.g.cuenca@unl.edu.ec

Teléfono: 0967576459

Carta de autorización por parte de la autoría, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Karen Giomar Cuenca Rojas** declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Administración de Empresas**, 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 doce días del mes de junio del dos mil veinticuatro.**

Firma:

Autora: Karen Giomar Cuenca Rojas

Cédula: 1104952161

Dirección: Loja, Los Ciprés, Chuquimarca y teniente Hugo Ortiz

Correo electrónico: Karen.g.cuenca@unl.edu.ec

Teléfono: 0967576459

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a la memoria de mi amado padre, quien siempre creyó en mí y me inspiró a alcanzar mis metas. A Dios y a la Virgen María por su guía y protección durante este camino académico. También dedico este logro a mis adoradas abuelitas, cuyo amor y enseñanzas perduran en mi corazón. A mi amada madre, por su inquebrantable apoyo y sacrificio. A mis queridos hermanos, por ser mi fuente de fuerza y motivación constante. A todas aquellas personas especiales que han dejado una huella imborrable en mi corazón, su presencia ha sido fundamental en mi desarrollo personal y académico.

Que este trabajo sea un modesto tributo a su amor, apoyo y enseñanzas que han sido pilares primordiales en mi camino hacia el éxito.

Karen Giomar Cuenca Rojas

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios y a la Virgen por su constante guía y protección. A mis padres por ser mi fuente de inspiración les estoy eternamente agradecida por su amor incondicional. A mis queridas abuelitas, quienes siempre han estado a mi lado con sus palabras de aliento y sabiduría, les dedico este logro con todo mi cariño. A mis hermanos por su constante compañía.

A la Universidad Nacional de Loja por brindarme las herramientas necesarias para alcanzar mis metas académicas y profesionales. A mi director Ing. Roberto Carpio Ayala, por su orientación experta y apoyo incondicional a lo largo de esta investigación, así como también a mis distinguidos maestros docentes, cuyo conocimiento y dedicación han dejado una huella en mi formación. A mis amigos y personas especiales, por su comprensión, ánimo y alegría compartida en los momentos difíciles y los triunfos, les estoy profundamente agradecida.

Karen Giomar Cuenca Rojas

Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización.	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	ixx
Índice de figuras.....	x
Índice de anexo.....	xi
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico	6
4.2. Fundamentación Teórica.....	9
4.2.1. Empresa	9
4.2.1.1. Clasificación de las empresas.	9
4.2.1.1.1. Según su tamaño:	9
4.2.1.1.2. Según su actividad.....	9
4.2.1.1.3. Según el origen de capital:.....	9
4.2.1.1.4. Según el Ámbito de Actuación:.....	10
4.2.1.1.5. Según la Finalidad de los Beneficios.	10
4.2.1.1.6. Según el Sector:	10
4.2.2. Clasificación según el CIU	12
4.2.2.1. Categorías y códigos de la CIU.....	12
4.2.3. Industria de la Construcción.....	14
4.2.4. Tipo de industria de la construcción	15
4.2.5. Diagnostico.....	15
4.2.5.1. Diagnostico situacional	16

4.2.5.2. Diagnostico Empresarial.....	16
4.2.6. Sector.....	16
4.2.7. Fuentes de Información.....	16
4.2.8. Indicador.....	17
4.2.8.1. Características de los indicadores.....	17
4.2.8.2. Tipos de indicadores.....	17
4.2.8.3. ¿Cómo construir un indicador?.....	19
4.2.9. Gestión Empresarial.	19
4.2.9.1. Importancia de la gestión empresarial.	19
4.2.10. Gestión de las finanzas.....	19
4.2.10.1. Importancia de la gestión financiera.	19
4.2.10.2. Indicadores de gestión financiera.....	20
4.2.11. Gestión de ventas.....	24
4.2.11.1. Importancia de la gestión de ventas.....	25
4.2.11.2. Indicadores de gestión de ventas.	25
4.2.12. Gestión de servicios.....	28
4.2.12.1. Importancia de la gestión de servicios.	28
4.2.12.2. Indicadores de la gestión de servicios.	29
4.2.13. Gestión del talento humano.....	30
4.2.13.1. Importancia de la gestión del talento humano.....	31
4.2.13.2. Indicadores de la gestión del talento humano.	31
5. Metodología	35
6. Resultados	40
7. Discusión	91
8. Conclusiones	96
9. Recomendaciones	97
10. Bibliografía.....	98
11. Anexos.....	104

Índice de tablas:

Tabla 1 Diagnóstico Estratégico del Sector de la Construcción en el Municipio de Neiva	6
Tabla 2 Estudio del efecto de los factores que inciden en el crecimiento del sector de la Construcción en el Ecuador Periodo 2007 - 2016	7
Tabla 3 Diagnóstico, perspectivas y propuestas de recuperación del Sector Construcción	8
Tabla 4 Serie F; construcción.....	36
Tabla 5 Factores clave de éxito	40
Tabla 6 Aplicación de indicadores de gestion	41
Tabla 7 Importancia de los indicadores de gestion	42
Tabla 8 Indicadores de gestion	42
Tabla 9 Gastos anuales departamento de marketing.....	43
Tabla 10 Reclutamiento de personal	44
Tabla 11 Activos corrientes	45
Tabla 12 Pasivos corrientes	46
Tabla 13 Capacitacion del personal	47
Tabla 14 Capacitaciones anuales	48
Tabla 15 Recopilacion de datos extraidos del CIUU.....	49
Tabla 16 Empresas de servicio construcción del cantón Paltas.....	52
Tabla 17 Empresas de servicio construcción del cantón Catamayo	53
Tabla 18 Empresas de servicio construcción del cantón Gonzanamá	54
Tabla 19 Empresas de servicio construcción del cantón Cariamanga	55
Tabla 20 Contactos de las empresas del cantón Paltas	56
Tabla 21 Contactos de las empresas del cantón Catamayo.....	57
Tabla 22 Contactos de las empresas del cantón Gonzanamá.....	58
Tabla 23 Contactos de las empresas del cantón Cariamanga.....	59
Tabla 24 Clasificación de las empresas	73
Tabla 25 Cadena de abastecimiento	73
Tabla 26 Cuantificación de clientes potenciales	75
Tabla 27 Factores clave de éxito	75
Tabla 28 Indicadores de rentabilidad.....	77
Tabla 29 Indicadores de endeudamiento	78

Tabla 30 Indicadores de publicidad	79
Tabla 31 Indicadores de calidad.....	79
Tabla 32 Forma de cálculo indicador ROA	80
Tabla 33 Forma de cálculo de indicador endeudamiento patrimonial	81
Tabla 34 Forma de cálculo de indicador margen neto de utilidad.....	83
Tabla 35 Forma de calculo de indicador endeudamiento del activo	84
Tabla 36 Forma de cálculo de indicador rotación de ventas	86
Tabla 37 Forma de cálculo de inversion en publicidad	87
Tabla 38 Forma de cálculo de capacitacion del personal	89

Índice de figuras:

Figura 1 Mapa de los cantones en estudio	35
Figura 2 Factores claves de éxito.....	40
Figura 3 Indicadores de gestión.....	41
Figura 4 Importancia de los indicadores de gestión	42
Figura 5 Indicadores de gestión.....	43
Figura 6 Gastos anuales departamento	44
Figura 7 Gastos que invierte la empresa para el reclutamiento de personal.....	45
Figura 8 Activos corrientes.....	46
Figura 9 Pasivos corrientes	47
Figura 10 Capacitación del personal.....	48
Figura 11 Días de capacitación.....	49
Figura 12 Promedio de la rentabilidad sobre activo del sector.....	91
Figura 13 Promedio de endeudamiento patrimonial.....	92
Figura 14 Promedio de margen neto de utilidad.....	93
Figura 15 Promedio del endeudamiento del activo	93
Figura 16 Promedio de rotación ventas	94
Figura 17 Promedio de inversión publicitaria.....	95
Figura 18 Promedio de índice de capacitación del personal.....	95

Índice de anexo:

Anexo 1 Certificado de Traducción.....	104
Anexo 2 Formato de encuesta.....	105
Anexo 3 Fotografías como evidencia	107
Anexo 4 Certificado de plagio.....	108

1. Título

**Diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción de los cantones Paltas,
Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga.**

2. Resumen

El diagnóstico sectorial comprende una evaluación detallada de un sector específico de la economía, con el propósito de conocer su situación actual, por ello, es de gran importancia para detectar las áreas que requiere atención, así como las oportunidades que pueden ser aprovechadas para mejorar el desempeño del sector. El objetivo que guio el trabajo de investigación es realizar un diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga. Se empleó una metodología con un enfoque cuantitativo, utilizando el método deductivo, la investigación se caracterizó por ser de tipo y alcance exploratorio y descriptivo, el diseño fue no experimental trasversal, la técnica de investigación fue la encuesta aplicada a los respectivos encargados de las empresas. El sector cuenta con 33 empresas de los 4 cantones de la actividad construcción de la sección F de la clasificación industrial internacional uniforme (CIU). Los principales resultados permitieron identificar los factores claves de éxito, indicadores de desempeño financiero y no financiero. Finalmente se concluyó que el rendimiento sobre la inversión total del activo (ROA) del sector es de 0,13 lo que indica una rentabilidad modesta en relación con los activos totales; endeudamiento patrimonial es de 0,89; endeudamiento del activo con un promedio 0,47; margen neto de utilidad 0,13, lo que indica que las empresas son eficientes en controlar sus costos y generar ganancias, y rotación de ventas con un promedio de 1,64 y como indicadores no financieros, el promedio de inversión publicitaria es de 0,01 y capacitación del personal es de 0,06 lo que indica un nivel bajo de inversión en capacitación del personal.

Palabras claves: Factores claves de éxito; indicadores de desempeño; estadísticas

2.1. Abstract

The sectoral diagnosis includes a detailed evaluation of a specific sector of the economy, with the purpose of knowing its current situation, therefore, it is of great importance to detect the areas that require attention, as well as the opportunities that can be taken advantage of to improve the performance of the sector. The objective that guided the research work is to carry out a sectorial diagnosis of the construction business group in the cantons of Paltas, Catamayo, Gonzanamá and Cariamanga. A methodology with a quantitative approach was used, using the deductive method, the research was characterized as exploratory and descriptive type and scope, the design was non-experimental transversal, the research technique was the survey applied to the respective managers of the companies. The sector has 33 companies in the 4 cantons of the construction activity of section F of the International Standard Industrial Classification (ISIC). The main results allowed the identification of key success factors, financial and non-financial performance indicators. Finally, it was concluded that the sector's return on total assets (ROA) is 0.13, which indicates a modest profitability in relation to total assets; equity indebtedness is 0.89; asset indebtedness averages 0.47; net profit margin is 0.13; net profit margin is 0.13; net profit margin is 0.47; net profit margin is 0.13; net profit margin is 0.47; net profit margin is 0.13; and net profit margin is 0.47; net profit margin 0.13, which indicates that the companies are efficient in controlling their costs and generating profits, and sales turnover with an average of 1.64. As non-financial indicators, the average advertising investment is 0.01 and personnel training is 0.06, which indicates a low level of investment in personnel training.

Key words: Key success factors; performance indicators; statistics.

3. Introducción

El diagnóstico sectorial es un proceso analítico que busca comprender en profundidad las características, tendencias, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un sector económico específico. Este análisis permite identificar los factores que influyen en el desempeño y la competitividad del sector, así como las posibles áreas de mejora y desarrollo (González, 2015).

Según Porter los diagnósticos sectoriales proporcionan información detallada sobre la estructura, competencia, cadena de valor y factores claves de éxito dentro del sector, lo que permite identificar áreas de progreso y ventaja competitiva.

Realizar un diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción ofrece una serie de beneficios significativos. Estos incluyen la identificación de tendencias clave dentro del sector, el análisis de las fuerzas del mercado y la evaluación de riesgos y oportunidades específicas. Además, proporciona una base sólida para el desarrollo de estrategias empresariales afectivas, la optimización de procesos, análisis de oportunidades para una mejora y la toma de decisiones que puedan impulsar el crecimiento sostenible. En este sentido el sector de construcción emerge como un pilar fundamental para el desarrollo socioeconómico de cualquier región, desempeñando un papel crucial en la creación de infraestructuras vitales y el impulso de la actividad económica.

Con lo expuesto anteriormente, la pregunta central de la investigación es: ¿Falta de un diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción en los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga?

Los objetivos específicos que persiguen la investigación son, caracterizar el grupo empresarial construcción en los cantones de Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga; establecer indicadores de desempeño empresarial del sector construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga, para agilizar la recopilación de información primaria, así como determinar las estadísticas y promedios de la industria del sector construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga.

En su contexto, las limitaciones encontradas en la investigación fueron en la recolección de información, debido a que algunas empresas no proporcionaron datos exactos, dificultando obtener

las cifras precisas de los indicadores y promedios del sector. Esto se debe a los pocos estudios sobre diagnóstico sectorial a través de indicadores.

Siguiendo la normativa del reglamento de régimen de la UNL, la estructura del manuscrito se realiza de la siguiente manera: Título que se describe el tema y el alcance de la investigación. **resumen** del estudio que se presenta en idioma español e inglés conjuntamente con las palabras claves que son de mayor importancia, la **introducción** es un preámbulo del desarrollo de la investigación, el **marco teórico** que incluye la fundamentación teórica que aborda los antecedentes del tema de estudio, la **metodología** en la que se describe los métodos, tipos, técnicas, población de estudio, la recolección de información y el tratamiento de las variables de estudio, **resultados** presentación de datos relevantes recolectados que están directamente relacionados con el objetivo uno y dos, **discusión** lectura de las figuras producto del resultado de procesamiento de los datos obtenidos. **conclusiones** que se fundamenta en los puntos más relevantes y resultados obtenidos de cada uno de los objetivos específicos, **recomendaciones** se sugiere o se recomienda ideas concretas, Bibliografía se describen las fuentes de consulta utilizadas en el estudio y finalmente los **anexos** donde se presentan las herramientas, técnicas complementarias y documentos de soporte.

4. Marco Teórico

4.1.Marco Referencial

Tabla 1

Diagnóstico Estratégico del Sector de la Construcción en el Municipio de Neiva

Datos	Contenidos
Autor y Año	Arias et al. (2017)
Fuente	Diagnóstico Estratégico en el Sector de Construcción en el Municipio de Neiva
Objetivos	Realizar un diagnóstico que determine el estado actual de los aspectos críticos que generan problemas significativos durante el desarrollo de obras civiles en las empresas del sector de la construcción en el municipio de Neiva.
Diseño	La investigación será de tipo descriptiva – exploratoria porque contará con una evaluación estadística que arrojará unos resultados cuantitativos.
Muestra	La población de estudio estará constituida por todas las empresas constructoras de Neiva con renovación del registro mercantil en la Cámara de Comercio de Neiva hasta el 2016
Instrumentos	-Cuestionarios -Entrevista a expertos
Resultados	El grupo de expertos concertó que el aspecto más crítico en el sector de la construcción del municipio de Neiva es la Gestión de Proyectos, asegurando que una gran mayoría de los problemas en las obras civiles se debe a la falta de planificación y control de los proyectos.

Nota: Información obtenida de la investigación desarrollada en la Universidad Cooperativa de Colombia en el Municipio de Neiva titulada como Diagnóstico Estratégico del Sector de la Construcción en el Municipio de Neiva <https://acortar.link/KOpF7r>

Tabla 2

Estudio del efecto de los factores que inciden en el crecimiento del sector de la Construcción en el Ecuador Periodo 2007 - 2016

Datos	Contenidos
Autor y Año	Merril (2017)
Fuente	Estudio del efecto de los factores que inciden al crecimiento del sector de la Construcción en Ecuador Periodo 2007 – 2016
Objetivos	Analizar el efecto de los factores que inciden al crecimiento del sector de construcción en Ecuador- Período 2007-2016
Diseño	Se emplea el método descriptivo cuantitativo
Muestra	se toma una muestra que es el periodo de análisis del sector de la construcción del año 2007-2016
Instrumentos	Para el muestreo de los datos estadísticos se analizó el PIB y su relación con el sector de la construcción. Se llegó a determinar el de mayor incremento en la 50 relación fue en el año 2014 con el 10,32% del PIB método de regresión lineal múltiple y el programa estadístico Gretl.
Resultados	La conclusión del estudio resalta que las políticas gubernamentales efectivas son clave para revitalizar el sector de la construcción y su influencia en el empleo, siempre y cuando se implementen las medidas adecuadas para promover la inversión tanto pública como privada.

Nota: Información obtenida de la investigación desarrollada en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil titulada como Estudio del efecto de los factores que inciden en el crecimiento del sector de la Construcción en el Ecuador Periodo 2007 – 2016 <https://acortar.link/ExFoBZ>

Tabla 3*Diagnóstico, perspectivas y propuestas de recuperación del Sector Construcción*

Datos	Contenidos
Autor y Año	Azar y Pinzón (2020)
Fuente	Diagnóstico, perspectivas y propuestas de recuperación del Sector Construcción
Objetivos	Evaluar el desempeño de las empresas del sector mediante el análisis del comportamiento de las principales ratios financieras
Diseño	Investigación exploratoria
Muestra	Se toma todas las empresas de los sectores en el período 2006-2018 en Ecuador.
Instrumentos	-Entrevista -Investigación bibliográfica
Resultados	La desaceleración económica causada por la COVID-19 obliga a tomar medidas efectivas de forma rápida para evitar un decrecimiento en el desempeño del sector. De esta manera, este estudio brinda información importante para la toma de decisiones tanto de las autoridades de empresas, instituciones financieras o personas relacionadas en el funcionamiento del sector con la finalidad de mejorar las ratios financieras que están influenciando en la probabilidad de pérdida de las empresas pequeñas, medianas y grandes del sector durante el período 2006-2018.

Nota: Información obtenida de la investigación desarrollada en la Escuela Superior Politécnica del Litoral titulada como Diagnóstico, perspectivas y propuestas de recuperación del Sector Construcción <https://acortar.link/Vr9WpY>

4.2.Fundamentación Teórica

4.2.1. Empresa

Mero-Vélez (2018) menciona que, las empresas son consideradas como organizaciones, instituciones y/o establecimientos dedicados a actividades con de fines económicos y/o comerciales, las cuales tienen como propósito satisfacer las necesidades a través de bienes y servicios a la sociedad, al mismo momento que buscan su desarrollo y crecimiento con bases y estructuras definidas.

En el mismo sentido, Chiavenato (1993) señala: “La empresa es una organización compuesta por un conjunto de individuo que tiene como propósito de lucrar dinero o atender una necesidad de la sociedad, el objetivo como el lucro o la atención de una necesidad social” (p.4).
Origen del Nombre Cigarrillo.

4.2.1.1.Clasificación de las empresas.

De acuerdo con Spadaro (2018) las empresas se clasifican bajo ciertos aspectos, los mismos que son:

4.2.1.1.1. Según su tamaño:

- **Microempresa:** Obtienen entre 1 a 5 trabajadores.
- **Pequeña empresa:** Poseen de 6 a 50 trabajadores.
- **Mediana empresa:** Tienen entre 50 a 400 empleados.
- **Gran empresa:** Los trabajadores suelen ser más de 400 empleados.

4.2.1.1.2. Según su actividad

- **Comerciales:** Dedicadas a la compra y venta de bienes de insumos.
- **Servicios:** Estas empresas se centran en el comercio de servicios no tangibles y en la prestación de servicios.
- **Financieras:** Las empresas financieras actúan como intermediarias en transacciones financieras y ofrecen servicios financieros y empresariales
- **Industriales:** Son las encargadas de transformar la materia prima en un producto final.

4.2.1.1.3. Según el origen de capital:

- **Publicas:** son la que desarrollan sus actividades con fondos del Estado.
- **Privadas:** El capital está conformado con aportes de particulares.
- **Mixtas:** El capital está conformado con fondos del Estado y fondos particulares.

Según Hernández (2021) señala que las empresas también tienen la siguiente clasificación:

4.2.1.1.4. Según el Ámbito de Actuación:

- **Empresas locales:** Pertenecen al grupo de empresas que realizan sus actividades en una localidad específica, considerándose propias del lugar.
- **Empresas regionales:** Se caracterizan por desarrollar sus actividades en diferentes ciudades o provincias que pertenecen a una misma región.
- **Empresas nacionales:** Realizan sus actividades en un país en concreto.
- **Empresas internacionales:** Pertenecen al grupo de empresas que operan en un país, y a su vez la producción es exportada a otros países.
- **Empresas multinacionales:** Se caracterizan por ser gigantes de las actividades comerciales ya que tienen diferentes sucursales en más de un país.

4.2.1.1.5. Según la Finalidad de los Beneficios.

- **Empresas con ánimo de lucro:** Su objetivo fundamental es obtener los mejores beneficios económicos tras sus actividades, los mismo que se restituyen en sus propietarios o en las mismas empresas.
- **Empresas sin ánimo de lucro:** Son distinguidas como empresas de términos sociales o sin fines de lucro. Este tipo de empresas destinan sus recursos a mejorar la calidad de vida de las personas o de la sociedad, teniendo en cuenta que el único fin es tener prestigio.

4.2.1.1.6. Según el Sector:

Spadaro (2021) menciona que, en términos generales el concepto de sector económico hace referencia a la división de las actividades económicas de un Estado o territorio. Actualmente se conocen cinco clasificaciones de sector:

- **Sector primario:** Contiene la producción de materia prima a través de la extracción directa de la naturaleza.
- **Sector secundario:** Percibe al sector en donde se transforman las materias primas en productos semielaborados o terminados, principalmente por medio de procesos de manufactura o construcción.
- **Sector terciario:** Sector de servicios.
- **Sector cuaternario:** Crea servicios altamente intelectuales tales como investigación, desarrollo, innovación e información.

- **Sector quinario:** Algunos consideran que debe existir una rama del sector cuaternario llamado sector quinario, que domina a los más altos niveles de toma de decisiones en una sociedad. Representado por ejecutivos o funcionarios gubernamentales,

De acuerdo con la Ley de Compañías (2017) en su última modificación en Ecuador, establece la clasificación de las empresas según su constitución Jurídica en:

- **La compañía en nombre colectivo:** “Se instituye entre dos o más personas que realizan actividades comerciales bajo una razón social conjunta. El capital de la compañía en nombre colectivo se dispone de los aportes que cada uno de los accionistas entrega o promete entrega” (Ley de Compañías, 2017, Artículo 36, p.13).
- **La compañía en comandita simple:** Esta compañía está bajo una razón social que se distribuye de dos tipos de socios: los comanditarios, que aportan al capital, y socios gestores que son los delegados de administrar la sociedad (Ley de Compañías, 2017, Artículo 59, p.17).
- **La compañía de responsabilidad limitada:** “Este tipo de empresa se forma entre tres o más personas, cuya responsabilidad se limita únicamente al monto de sus respectivas contribuciones al capital social” (Ley de Compañías, 2017, Artículo 92, p.23).
- **La compañía anónima:** Es una entidad cuyo capital está dividido en acciones negociables, constituido por las contribuciones de los accionistas, quienes únicamente responden por el valor de sus acciones. La gestión puede ser llevada a cabo por mandatarios revocables, socios o terceros (Ley de Compañías, 2017, Artículos 143-144, p.35).
- **La compañía de economía mixta:** “El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organizaciones del sector público, podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía” (Ley de Compañías, 2017, Artículo 308, p.70).
- **La compañía en comandita simple dividida por acciones:** El capital de esta compañía se dividirá en acciones normativas de un valor nominal igual o cupones de acción y suministrado por socios cuyo nombre no figura en la escritura social (Ley de Compañías, 2017, Artículo 301, p.13).
- **Extranjeras:** De acuerdo con el (Instructivo para la constitucion de las compañías Mercantilrd en Ecuador, 2017) Para que una compañía u otra persona extranjera pueda

operar y ejercer actividades en el Ecuador, deberá cumplir con lo previsto en la Sección Décimo Tercera de la Ley de Compañías.

4.2.2. Clasificación según el CIIU

De acuerdo con el informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en la (Clasificación Nacional de Actividades Económicas, 2022) indica que el CIIU (Clasificador Industrial Internacional Uniforme), es un sistema estándar para clasificar los tipos de actividades económicas desarrolladas por empresas, organizaciones y entidades de todo tipo.

4.2.2.1. Categorías y códigos de la CIIU

1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (sección A)

- A01: Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas.
- A011: Cultivo de plantas no perennes
- A012 Cultivo de plantas perennes
- A013: Propagación de plantas
- A014: Producción ganadera
- A015: Explotación mixta (agrícola y ganadera)
- A02: Silvicultura y extracción de madera
- A03: Pesca y acuicultura

2. Industrias manufactureras (sección C)

- C10-C12: Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco
- C13-C15: Fabricación de productos textiles, prendas de vestir y productos de cuero
- C16: Fabricación de madera y de corcho, excepto muebles: fabricación de artículos de paja y materiales transables
- C17: Fabricación de papel y productos de papel
- C18: Actividades de impresión y reproducción de grabaciones
- C19: Cotización, fabricación de productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear
- C20: Fabricación de productos de productos químicos

3. Construcción (sección F)

- F41: Construcción de edificios
- F42: Obras de ingeniería

- F43: Actividades de construcción especializada

4. Comercio al por mayor y menor; en reparación de vehículos automotores y motocicletas (sección G)

- G45: Venta y reparación de vehículos y motocicletas
- G46: Comercio al por mayor, excepto vehículos automotores y motocicletas
- G47: Comercio en menor cantidad, excepto vehículos automotores y motocicletas

5. Transporte y almacenamiento (sección H)

- H49: Transporte terrestre y por tuberías
- H50: Transporte por agua
- H51: Transporte aéreo
- H52: Almacenamiento y actividades de apoyo al transporte
- H53: Actividades postales y de correos

6. Actividades de información y comunicaciones (sección J)

- J58: Actividades de edición
- J59: Actividades en la producción de películas o cinematográficas, como videos y programas de televisión; grabaciones de sonido y edición de música
- J60: Actividades de programación y transmisión
- J61: Telecomunicaciones
- J62: Programación y consultoría informática y actividades conexas
- J63: Servicios de información

7. Actividades profesionales, científicas y técnicas (sección M)

- M69: Actividades jurídicas y de contabilidad
- M70: Actividades de sedes centrales; actividades de consultoría de gestión
- M71: Servicios de ingeniería y arquitectura; ensayos y análisis técnicos
- M72: Investigación y desarrollo
- M73: Publicidad y estudios de mercado
- M74: Otras actividades profesionales, científicas y técnicas
- M75: Actividades veterinarias

8. Actividades administrativas y de servicio de pago (sección N)

- N77: Actividades de alquiler
- N78: Actividades de empleo
- N79: Actividades en agencias de viajes, turísticos, servicio de reserva y actividades conexas
- N80: Actividades de seguridad e investigación
- N81: Actividades de servicios a edificios y de paisajismo
- N82: Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a la empresa

9. Otras actividades de servicio (sección S)

- S94: Actividades de asociaciones
- S95: Reparación de computadoras y efectos personales y enseres domésticos
- S96: Otras actividades de servicio personales

10. Actividades en los hogares como empleadores; actividades que no son financiadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio (sección T)

- T97: Actividades de los hogares como empleadores de personal domestico
- T98: Actividades no financiadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.

4.2.3. Industria de la Construcción

Es ampliamente reconocido que el sector de la construcción desempeña un papel de gran relevancia en la política económica. Su contribución para promover el crecimiento económico, generar empleo y utilizar como un pilar simultáneo para el consumo de insumos, la inversión por parte de hogares y empresas, y la creación de valor agregado es ampliamente reconocida.

La característica fundamental de este sector es su capacidad para estimular las industrias proveedoras de insumos en una primera instancia y, a su vez, seguir generando efectos multiplicadores a lo largo de la cadena de valor. Estos efectos se desarrollan y benefician a las industrias relacionadas, alimentando así la economía en su conjunto. También, sus vínculos hacia adelante son evidentes ya que facilitan insumos fundamentales para la financiación y la elaboración de actividades inmobiliarias, y al mismo tiempo que tiene efectos positivos en los sectores de muebles y servicios de renovación (Platt, 2017).

4.2.4. Tipo de industria de la construcción

La industria de construcción se puede dividir en diferentes tipos según los distintos comentarios, como puede ser el tipo proyecto o también la magnitud de obra.

Según Prieto-Valiente (2004) experto en gestión de proyectos de edificación, las industrias de la construcción se pueden dividir en los siguientes tipos:

Construcción Residencial: Este tipo de construcción hace referencia a la edificación de viviendas incluyendo casas, apartamentos y condominios.

Construcción Comercial e Institucional: hace referencia a la construcción de edificios destinados a fines comerciales, estos pueden incluir la construcción de oficinas, centros comerciales, oficinas, hoteles, entre otros.

Construcción Industrial: Este tipo de construcción se refiere a las instalaciones industriales, estas pueden ser las fábricas, almacenes o centros de distribución.

Construcción de Infraestructura: Se refiere a proyectos de construcción de infraestructura pública, como carreteras, puentes, túneles, presas, aeropuertos, sistemas de transporte masivo y proyectos de energía.

Construcción de Obras de Ingeniería Civil: Se centra en proyectos de ingeniería civil más específicos, como la construcción de sistemas de agua y alcantarillado, proyectos de protección costera, y otras obras civiles.

Construcción de Obras Especiales: este tipo de construcción requieren conocimiento técnico y también habilidades, estas pueden incluir, estadios deportivos, puentes colgantes entre otros.

Construcción de Viviendas Prefabricadas: En este tipo de construcción se pueden incluir las viviendas modulares o también casa prefabricadas.

Construcción Sostenible y Ecológica: este tipo de construcción se refiere a la construcción de estructuras y edificios que pueden diseñar teniendo en cuenta consideraciones ambientales utilizando materiales reciclables.

4.2.5. Diagnostico

Un diagnóstico involucra la recopilación de información organizada y también sistemática, su interpretación para extraer conclusiones y generar hipótesis, con el único fin de comprender el sistema en estudio y plantear cambios efectivos y predecibles (Cauqueva, 2007).

4.2.5.1. Diagnóstico situacional

El diagnóstico situacional requiere la identificación y evaluación de necesidades, la evaluación de recursos utilizables, el análisis de factores internos y externos que influyen en la situación, y la elaboración de conclusiones y recomendaciones. Se trata de una etapa primordial en la planificación estratégica que permite fundamentar las decisiones y acciones futuras (Morgan, 2012, p. 10).

4.2.5.2. Diagnóstico Empresarial.

“El diagnóstico empresarial es una herramienta de gestión organizacional que su interés radica en detectar la situación actual del negocio en diversos aspectos como, administrativos, operativos y financieros” (Bernal Domínguez et al., 2014, p. 278). (“Resumen - Universidad de Sonora”)

4.2.6. Sector

Según Salazar (2020) “Un sector en el contexto económico se determina por ser una parte específica de la actividad económica que interviene características distintas entre sus elementos. Estos elementos dentro del sector guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones económicas”.

4.2.7. Fuentes de Información

Las fuentes de información se utilizan como herramientas para adquirir, buscar y acceder a datos, que se consideran esenciales y satisfagan las necesidades de los usuarios o investigadores, debido a que su primordial objetivo es buscar, establecer y difundir conocimiento (García, 2019).

Las fuentes de información pueden interpretarse y ser utilizadas o interpretadas de acuerdo con lo que busca el investigador, ya que, cada autor tiene independencia y responsabilidad de manejar dicha información, es claro que debe crear su propia clasificación que le permita a su vez cumplir con sus metas. García (2019) detalla una de estas clasificaciones, de la siguiente manera:

- **Según el grado de información que brinda:** primarias, secundarias y terciarias.
- **Según el tipo de información que contiene:** general y especializada.
- **Según el formato o soporte:** textual o audiovisual.
- **Según el canal empleado:** documental u oral.
- **Por la cobertura geográfica:** nacional, internacional, regional y local.

"Uno de los criterios más utilizados por los autores para clasificar las fuentes de información es el siguiente:"

Fuentes primarias: Se caracterizan por ser fuentes que contienen información original y no necesitan ser completadas con otras fuentes, ejemplos de estas son las tesis, las monografías, las revistas, periódicos, documentos oficiales de instituciones públicas.

Fuentes secundarias: Estas fuentes no buscan proporcionar información directa, sino que indican donde encontrarla, refiriéndose a documentos primarios originales e implican síntesis, análisis e interpretación. Dentro de estas fuentes se encuentran los directorios, catálogos, bibliografías, etc.

Fuentes terciarias: Estas fuentes, son esencialmente fuentes secundarias que se combinan con otras, incluyendo catálogos y bibliografías, eliminando su contenido de fuentes previas.

4.2.8. Indicador

De acuerdo con Acosta (2010) un indicador es la representación específica, medible y gráfica de un suceso o conjunto de sucesos, dicho indicadores que puede ser usado para mostrar los cambios, progresos y/o evolución que se ha generado en un tiempo determinado.

4.2.8.1. Características de los indicadores

- **Válido:** Al ser un indicador constante debe tener la validez correcta para poderlo medir en un tiempo determinado, es decir, su evolución y constancia lo determinaran como válido para una investigación.
- **Confiable:** Su resultado en un tiempo determinado debe proporcionar la información correcta para poder medir sus cambios.
- **Preciso:** Debe siempre estar correctamente definido para obtener mejores y claros resultados.
- **Medible:** A través del uso de herramientas y métodos precisos, el indicador debe cuantificarse en los términos más claros posibles.
- **Oportuno:** Implica proporcionar medidas en momentos adecuados
- **Importante programáticamente:** Debe ser crucial en términos de la ejecución del programa o el logro de sus objetivos.

4.2.8.2. Tipos de indicadores

Según Villaseñor (2021) los tipos de indicadores son los siguientes:

- **Indicador de productividad:** La productividad se refiere a la cantidad de recursos económicos, materiales y humanos, así como el tiempo en un proceso, tarea o actividades específicas. Con el fin de identificar si se están ejecutando dichas actividades de la mejor manera o si se están llevando a cabo cambios para optimizar dichos recursos.
- **Indicador de eficiencia:** Se trata de analizar el uso de los recursos, es decir, enfocar en mejorar los procesos para utilizar menos recursos. En la eficiencia se determina qué nivel de desperdicio de tiempo, dinero y/o recursos materiales y humanos se están creando debido a ciertos procesos y proyectos.
- **Indicador de eficacia:** Se refiere a la utilización del menor tiempo posible para cumplir con una actividad, procedimiento y/o proyecto planteado.
- **Indicador de efectividad:** Es el resultado de la combinación de eficiencia y eficacia en las actividades de una empresa. La efectividad permite conocer claramente la utilización del tiempo y recursos para cumplir con ciertas actividades.
- **Indicador de calidad:** Mide el porcentaje de producción que cumple con las normas de calidad definidas por la empresa, por organismos de control o mejoras ya acordadas de antemano.
- **Indicador de capacidad:** Es la capacidad operativa que tiene una empresa, es decir, cuanto puede producir en un tiempo determinado.
- **Indicador de rentabilidad:** Mide la eficiencia de obtener ganancias por parte de la empresa, después de cubrir los costos y gastos de sus operaciones.
- **Indicador de devoluciones:** Los indicadores de retorno brindan la oportunidad de conocer si las estrategias implementadas en la empresa han tenido resultados positivos, teniendo en cuenta las inversiones que se han realizado. El indicador de devoluciones permitirá mejorar, cambiar o implementar nuevas estrategias que posibiliten el desarrollo económico y empresarial de la organización.
- **Indicador de valor:** El indicador de valor mide la percepción que los clientes tienen con respecto al producto, marca o servicio de la empresa. Este indicador es muy favorable, ya que permite saber si se está generando un valor agregado y diferencial del producto o marca en relación con la competencia.

4.2.8.3.¿Cómo construir un indicador?

Según De la Fuente (2010) afirma que: “Un indicador debe ser construido con un claro criterio de utilidad, para asegurar la disponibilidad de los datos y resultados más relevantes en el menor tiempo posible y con un menor costo”. (“¿Qué son y cómo se construyen los indicadores en la evaluación de ...”)

- Revisar la redacción del objetivo e Identificar los Factores Relevantes a medir.
- Proponer Indicadores para cada factor relevante.
- Construir las Fórmulas para cada indicador.
- Establecer Frecuencia de medición (seguimiento).
- Establecer Meta y Línea base.

4.2.9. Gestión Empresarial.

Clavijo (2019) menciona que, la gestión empresarial al ser el proceso que planifica, organiza, integra, direcciona y controla cada uno de los recursos materiales, humanos, económicos, entre otros, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.

4.2.9.1.Importancia de la gestión empresarial.

La importancia de la gestión empresarial radica en administrar los recursos de una organización o empresa de manera correcta, dicha gestión permitirá el logro de los objetivos propuestos, mejorar los procesos en las diferentes áreas y mantener una transparencia en todos los ámbitos (Clavijo, 2019)

4.2.10. Gestión de las finanzas.

Zutte y Gitman (2016) señalan que la gestión financiera corresponde al manejo de los recursos económicos de una empresa, los cuales deben cubrir los gastos y costos de las actividades empresariales de la misma. En este sentido, se debe designar o asignar un responsable financiero, que con ética profesional debe realizar el control adecuado y ordenado de los ingresos y gastos de la entidad. Su gestión financiera permitirá obtener los mejores resultados, que, además, de beneficiar a los propietarios y empleados, permita desarrollar notablemente en negocio, favoreciendo a su posición en el mercado.

4.2.10.1. Importancia de la gestión financiera.

Puente et al. (2022) afirma que:

La gestión financiera se fundamental para una empresa, su debido control y manejo de los recursos en cada una de las operaciones, permitirá tener en cuenta claramente formas de inversión, financiamientos, estado de la situación económica cursante y el resultado de su eficiencia y eficacia, esto le favorecerá para tomar decisiones oportunas que incremente el desarrollo empresarial de la organización. Asimismo, una gestión financiera conveniente permite transparentar toda la información financiera que efectúe con las disposiciones legales de los entes reguladores, así como de sus propietarios. (p. 20)

4.2.10.2. Indicadores de gestión financiera.

1. Ratios Financieros.

Las ratios financieras son consideradas como indicadores clave para dar a conocer la situación financiera de una organización, sabiendo que el objetivo es determinar que los resultados obtenidos han sido los mejores tras sus actividades. Las ratios financieras exponen la capacidad de la empresa para crear beneficios económicos, dentro de las cuales están la rentabilidad, liquidez, solvencia, eficiencia operativa, y otros. (Philippe, 2019)

2. Ratio índice de liquidez.

La ratio de Liquidez corresponde a un conjunto de indicadores que permiten conocer la eficiencia y eficacia que tiene la una organización para generar dinero circulante o efectivo, a través de sus activos (Garzozzi et al., 2017).

3. Ratio de liquidez general o razón corriente.

La ratio de liquidez general se lo obtiene dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente. En pocas palabras, muestra como el uso de los activos al convertirlos en dinero permite cubrir las deudas de corto plazo o que requieren de una respuesta inmediata. (Aching, 2017, p. 6)

$$Liquidez\ general = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

a) Prueba ácida.

La prueba acida permite conocer con más claridad como los activos corrientes pueden cubrir las deudas de corto plazo, teniendo en cuenta que no se debe considerar el inventario o existencia (Aching, 2012, p. 6).

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencia}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

a) Capital de trabajo.

Se considera capital de trabajo al dinero resultante de la diferencia entre los activos y pasivos corrientes u obligaciones inmediatas de una empresa (Aching, 2012, p. 6).

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

4. Ratio índice de gestión.

Según Miñano (2016) la ratio de gestión permite obtener un indicador basado en las rotaciones en función de sus gastos e ingresos, es decir, permite conocer la eficiencia y eficacia de la empresa en relación con los gastos que generan las actividades de la empresa sobre lo que se obtiene mediante las ventas.

a) Rotación de inventario.

Permite conocer la eficacia de generar ingresos con la venta de su inventario, esto relacionado con los costos y gastos que generan las mismas ventas, se lo puede considerar como un indicador de desempeño comercial (Cespedes, 2019, p.7).

$$\text{Rotación de inventario} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Existencias}}$$

b) Periodo promedio de tenencia de inventario.

Permite conocer que tiempo permanece en inventarios los productos de la empresa, sabiendo que una rotación más tardía demuestra una ineficiente capacidad o desempeño comercial (Cespedes, 2019, p. 7).

$$\text{Periodo promedio de tendencia de inventario} = \frac{\text{Existencias} * 360 \text{ dias}}{\text{Costo de ventas}}$$

c) Rotación de cuentas por cobrar.

Manchego (2016) menciona que, la rotación de cuentas por cobrar son el indicador que revela cuan rápido recupera los créditos otorgados por la empresa a sus clientes, sabiendo que es una manera de convertir aquellas cuentas por cobrar en dinero en efectivo. En este sentido, Cespedes (2019) añade que un índice muy elevado es un síntoma de que se está recuperando los créditos otorgados, sin embargo, se debe poner atención ya que para el cliente esta estrategia puede resultar poco atractiva ocasionando descontento y poca aceptación hacia la empresa.

$$\text{Rotación de cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Cuentas por cobrar comerciales}}$$

d) Periodo medio de cobranza.

Muestra el número de días promedio de recuperación de los créditos otorgados en relación con las ventas (Cespedes, 2019, p. 7).

$$\text{Periodo medio de cobranzas} = \frac{\text{Cuentas por cobrar} * 360 \text{ días}}{\text{Ventas netas}}$$

e) Rotación de Cuentas por pagar.

Corresponde a la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas con los proveedores (Cespedes, 2019, p. 8).

$$\text{Rotacion de cuentas por cobrar} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Cuentas por pagar}}$$

f) Periodo promedio de pago.

Al igual que el indicador anterior, muestra la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas con proveedores o cuentas por pagar en tiempo promedio (Cespedes, 2019, p. 9).

$$\text{Periodo promedio de pago} = \frac{\text{Cuentas por pagar} * 360 \text{ dias}}{\text{Costo de ventas}}$$

g) Rotación del activo.

La rotación del activo permite conocer la eficiencia de la empresa en relación de los activos y su generación de ventas. En otras palabras, permite conocer si la empresa genera ingresos a través de sus activos convertidos en ventas (Cespedes, 2019, p. 9)

$$\text{Rotacion del activo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

h) Ratio Índice de Rentabilidad.

Mide la capacidad de gerencia de la empresa en generar utilidades, controlar los gastos y determinar una utilidad óptima, con el objetivo de que las inversiones realizadas por los socios y/o accionistas sean recuperadas oportunamente, lo cual a su vez determine que una empresa no se presente como una organización en la cual no se desea invertir (Miñano, 2012)

i) Rentabilidad patrimonio – ROE.

De acuerdo con Cespedes (2019) la rentabilidad sobre patrimonio o ROE permite conocer la capacidad de la empresa en generar ganancias o beneficios económicos sobre lo invertido, para este indicador es necesario tener claros los estados de situación financiera en un periodo determinado.

$$ROE = \frac{\textit{Beneficio neto}}{\textit{Patrimonio neto}}$$

j) Rentabilidad operativa sobre activo – ROA.

Corresponde al indicador que permite conocer el rendimiento que la empresa tiene en relación con sus beneficios económicos obtenidos en un periodo determinado sobre los activos totales. Esta relación se presenta como la condición o situación actual que está cursando la empresa, entre mayor sea el ratio mejor será su salud financiera (Gutiérrez y Tapia, 2016, p.13).

$$ROA = \frac{\textit{Utilidad neta o ingresos neto}}{\textit{Activo total}}$$

k) Ratio índice de solvencia.

Permite conocer la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones financieras de corto plazo a través del uso de sus activos circulantes que se convierte en dinero rápidamente (Cespedes, 2019, p. 12)

Así la fórmula a realizar es la siguiente:

$$\textit{Solvencia} = \frac{\textit{Activo circulante}}{\textit{Pasivo circulnte}}$$

a) Razón de pasivo a capital contable; (endeudamiento patrimonial).

La ratio de endeudamiento mide porcentualmente la relación entre las deudas u obligaciones financieras de largo plazo sobre el patrimonio propio de la empresa (Cespedes, 2019, p. 12).

$$\textit{Endeudamiento patrimonial} = \frac{\textit{Deudas a largo plazo}}{\textit{Total patrimonio}}$$

b) Razón de endeudamiento total; (Razón de deuda, nivel de endeudamiento)

Corresponde al indicador que determina el grado de endeudamiento de una empresa, teniendo en cuenta todos los rubros que pertenecen a los pasivos sobre los activos. En otras

palabras, este indicador permite conocer que tan comprometidos se encuentran los activos sobre las deudas de corto, mediano y largo plazo (Cespedes, 2019, p. 12).

$$\text{Endeudamiento total} = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$$

c) Apalancamiento financiero.

Según Cespedes (2019) el apalancamiento financiero es el indicador que permite conocer si las deudas adquiridas permiten un retorno considerable con relación a las inversiones hechas en la empresa (p.12).

$$\text{Apalancamiento financiero} = \frac{\text{Total activos}}{\text{Patrimonio}}$$

d) Endeudamiento de activo.

El endeudamiento de activo se utiliza para evaluar la cantidad de deuda que una empresa tiene en relación con sus activos fijos, como propiedades, maquinaria y equipos. En otras palabras, este indicador mide las deudas a largo plazo que una organización utiliza para financiar sus activos fijos. (Cespedes, 2019, p. 13)

$$\text{Endeudamiento de activo fijo} = \frac{\text{Deudas a largo plazo}}{\text{Inmuebles Maquinaria y equipo}}$$

e) Razón de capacidad de pago de intereses; (cobertura de gastos financieros).

La cobertura de gastos financieros es un indicador que permite conocer la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas u obligaciones financieras a través de las ganancias generadas por sus operaciones antes de intereses e impuestos. En otras palabras, este indicador evalúa la capacidad de la empresa para cubrir los costos relacionados con la deuda utilizando sus ganancias operativas. (Cespedes, 2019, p. 13)

$$\text{Cobertura de gastos financiero} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Gastos financieros}}$$

4.2.11. Gestión de ventas.

Es el proceso de establecer estrategias, definir objetivos, ejecutar y controlar los planes de ventas para alcanzar las metas comerciales de la empresa. Este proceso, alineado con los planes de marketing, asegura una posición en el mercado que permite una gestión eficiente del recurso principal de la empresa: los clientes. (García, 2011, pág. 53)

4.2.11.1. Importancia de la gestión de ventas.

Da Silva (2014) menciona que, la gestión de ventas y su importancia radica en que, con una administración adecuada de las ventas y talento humano permitirá obtener mejores resultados para la empresa y sus socios o accionistas.

4.2.11.2. Indicadores de gestión de ventas.

1. Venta total.

Se define como el valor obtenido a través de las ventas de los productos, sean los mismos otorgado en forma de contado, crédito o financiados a los clientes. Cuyo resultado debe ser analizado de manera periódica para tener un claro detalle de cuantos productos salieron o se vendieron en cierto tiempo, y, a que precios fueron otorgados (Da Silva, 2014)

¿Cómo se determinan las ventas totales?

Las ventas o su volumen en términos monetarios son calculados mediante las unidades vendidas multiplicadas por su precio. La fórmula sería, entonces:

$$\text{Ventas totales} = \text{Unidades totales} * \text{Precio}$$

2. Variación anual de ventas.

Las ventas y su variación pueden ser calculadas mediante la comparación del monto o unidades vendidas en un periodo determinado con relación al mismo periodo de un año anterior. Lo cual permita conocer si se están aplicando estrategias que permitan incrementar las ventas de un año a otro (Da Silva, 2014).

$$\text{Variación anual de ventas} = \text{Ventas del mes} - \text{Ventas del mismo mes del año anterior}$$

3. Variación mensual de ventas.

Silva (2014) “Compara el nivel de ventas de mes con el nivel de ventas del mes anterior.”

$$\text{Variación mensual de de ventas} = \text{Ventas del mes} - \text{Ventas del mes anterior}$$

4. Variación porcentual de ventas.

Silva (2014) “Compara porcentualmente el nivel de ventas del mes o del año con el del mes o año anterior.”

$$\text{Variación porcentual de venta} = \frac{\text{Ventas del mes (o año)}}{\text{GastoVentas del mes (o año) anterior}}$$

5. Precio de venta promedio.

Silva (2014) “Establecer el precio promedio de ventas al cual se comercializan los productos de la empresa.”

$$\text{Precio de venta promedio} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Número de productos vendidos del período}}$$

6. Monto total de gastos de ventas.

Silva (2014) “Determina el monto máximo de gastos de ventas que pueda realizar la empresa.”

$$\text{Monto total de gastos en ventas} = \text{Suma de los gastos de venta de la empresa}$$

7. Distribución numérica.

La distribución numérica (DN) se refiere a la cantidad de puntos de venta donde se encuentra disponible un producto o referencia, considerando todos los puntos de venta con igual importancia. Este indicador se compara con el total de puntos de venta del universo analizado para determinar la distribución numérica en términos porcentuales.

(Gilles, 2014)

$$\text{Distribución numérica} = \frac{\text{Nº de establecimientos donde el producto esta distribuida}}{\text{Nº total de establecimientos que venden este tipo de producto}} * 100$$

8. Distribución ponderada.

Grabowska (2014) “Indica la cantidad de los puntos de venta de un canal determinado donde el producto está distribuido.”

$$\text{Distribución ponderada} = \frac{\text{Venta en dolares de establecimiento donde el producto esta distribuido}}{\text{Venta totales en dolares del mercado}} * 100$$

9. Cartera de clientes.

Grabowska (2014) “Indica la evolución de la cartera de clientes en un periodo determinado.”

$$\text{Cartera de clientes} = \frac{\text{Nº de clientes actuales}}{\text{Nº de clientes actuales}} * 100$$

10. Nivel de actividad.

Grabowska (2014) “Indica el porcentaje de clientes de la cartera que realizan pedidos en un ciclo de ventas determinado.”

$$\text{Cartera de clientes} = \frac{\text{Clientes con pedido}}{\text{Total cartera de clientes}} * 100$$

11. Índice de morosidad.

Grabowska (2014) “Indica el porcentaje en valor que representan las cantidades impagadas respecto al total de facturación neta.”

$$\text{Índice de morosidad} = \frac{\text{Importe de impagados}}{\text{Importe de ventas netas}} * 100$$

12. Coste de las fuerzas de ventas.

Grabowska (2014) “Indica el porcentaje que representa el coste total de la fuerza de venta respecto a la facturación neta conseguida. Este ratio suele calcularse con periodicidad anual.”

$$\text{Coste de las fuerzas de venta} = \frac{\text{Gasto de ventas}}{\text{Ventas netas}} * 100$$

13. Coste del departamento de marketing.

Grabowska (2014) “Indica el porcentaje de costos adquiridos en el departamento de marketing en un periodo determinado de una empresa.”

$$\text{Coste del departamento de marketing} = \frac{\text{Gastos del departamento de marketing}}{\text{Ventas netas}} * 100$$

14. Índice de visitas positivas.

Grabowska (2014) “Indica el porcentaje de pedidos validos (cobrados) respecto al total de visitas realizadas al cliente en un ciclo de ventas determinado.”

$$\text{Índice de visitas positivas} = \frac{\text{Nº de pedidos válidos}}{\text{Nº total de visitas realizadas}} * 100$$

15. Índice de devoluciones.

Grabowska (2014) “Indica el porcentaje que representan las devoluciones respecto al total de facturación bruta.”

$$\text{Índice de devoluciones} = \frac{\text{Nº de unidades devueltas}}{\text{Nº total de unidades brutas vendidas}} * 100$$

16. Valor medio de pedido.

Grabowska (2014) “Indica el promedio de los pedidos válidos”.

$$\text{Valor medio de pedido} = \frac{\text{Ingresos totales}}{\text{Cantidad de órdenes}} * 100$$

17. Cobertura de inventario en almacén.

Según Grabowska (2014) menciona que:

El ideal de toda empresa es mantener un nivel mínimo de inventario en sus almacenes propios. El ratio de cobertura es un indicador que muestra en qué medida la empresa se acerca a

este ideal, calculando el número de días de ventas que se pueden cubrir con las existencias en el almacén en un momento determinado. Este indicador proporciona información sobre la capacidad de la empresa para satisfacer la demanda de sus productos utilizando el inventario disponible en el almacén. (p. 139)

$$\text{Coste de las fuerzas de venta} = \frac{\text{Gasto de ventas}}{\text{Ventas netas}} * 100$$

18. Ventas del consumidor final.

De acuerdo con Grabowska (2014) menciona que:

Este es realmente el parámetro que mide el éxito del producto y se calcula de la siguiente manera:

$$I_i + C + I_f = V$$

Donde:

- **I_i**: Inventario del producto en el detallista al inicio del periodo controlado.
- **C**: Compras del producto realizadas por el detallista en el periodo controlado.
- **I_f**: Inventario del producto en el detallista final del periodo controlado.
- **V**: Ventas del producto al consumidor final durante el periodo controlado. (p. 140)

19. Cuota de voz.

Grabowska (2014) “Indica la fuerza relativa de la inversión publicitaria en medio (excluidos los costes de producción y la remuneración de agencia) de un producto en porcentaje.” (p. 141)

$$\text{Cuota de voz} = \frac{\text{Inversión en medios del producto}}{\text{Inversión en medios del total de referencia}} * 100$$

4.2.12. Gestión de servicios.

Palacios (2020) Se define como todos aquellos procesos que permiten a una organización optimizar al máximo sus resultados; comprendiendo desde el monitoreo para la detección temprana de fallas y oportunidades, hasta las acciones destinadas a mejorar la experiencia de clientes y sus colaboradores.

4.2.12.1. Importancia de la gestión de servicios.

Palacios (2020) Es fundamental porque asegura procesos fluidos y eficientes, comprime errores y mejora las experiencias tanto de clientes como de colaboradores.

4.2.12.2. Indicadores de la gestión de servicios.

1. Efectividad en entregas.

Zendesky (2022) “Su objetivo es establecer el tiempo promedio que la empresa tarda en entregar los productos al cliente.”

$$\text{Efectividad en entregas} = \text{Promedio del tiempo de entrega de productos a cada cliente}$$

2. Número de clientes.

“Su objetivo es calcular el número de clientes que realizaron compras en la pequeña empresa.”

$$\text{Número de clientes} = \text{Número de clientes del período}$$

3. Capacidad utilizada en la planta.

“Evaluar la relación entre la potencia utilizada por el equipo y su capacidad instalada”.

$$\text{Capacidad utilizada en la planta} = \frac{\text{Total unidades producidas en un período}}{\text{Estandar de producción determinado por el fabricantes}}$$

4. Nivel de existencias en tiempo

“El objetivo es determinar la cantidad de unidades de producto disponibles y calcular el tiempo estimado necesario para venderlas.”

$$\text{Nivel de existencias en tiempo} = \frac{\text{Total de unidades de inventario en stock}}{\text{Unidades que se venden en un período}}$$

5. Índice de gastos.

“El objetivo es calcular el porcentaje de gastos asociados a las ventas en la empresa.”

$$\text{Índice de gastos} = \frac{\text{Total de de la suma de gastos}}{\text{Nivel de ventas netas}}$$

6. Monto total de gastos administrativos.

“El objetivo es determinar el monto máximo de gastos administrativos que la empresa puede tener.”

$$\text{Monto total de gastos administrativos} = \text{Suma de los gastos administrativos}$$

7. Rentabilidad por producto.

La rentabilidad del producto hace referencia a la capacidad que tiene un producto para crear ganancias o beneficios en relación con los costos asociados a su producción y venta. Es una medida de la eficiencia y viabilidad económica de un producto (Torres, 2023)

$$\text{Rentabilidad por producto} = \frac{\text{Margen de beneficio del producto}}{\text{Total ventas}}$$

8. Contribución por producto.

La contribución por producto es una medida que permite calcular el beneficio relativo de cada producto o servicio con relación al margen total de ventas. Se utiliza para identificar qué productos o servicios están contribuyendo de manera más significativa al margen total de la empresa. Se obtiene restando los costos totales de cada producto de las ventas totales. Esto nos proporciona información sobre la cantidad de ganancia que cada producto genera después de cubrir todos sus costos. (Samaniego, 2023)

$$\text{Contribución por producto} = \frac{\text{Margen individual del producto}}{\text{Margen total de la empresas}}$$

9. Índice de comercialidad.

El índice de comercialidad es un indicador que permite calcular la contribución de un producto o servicio individual con respecto a las ventas totales de una empresa u organización. Este ayuda a calcular el porcentaje que cada producto aporta a las ventas totales del negocio. Se calcula dividiendo el margen individual del producto entre el margen total de ventas. De esta manera, se podrá identificar qué productos tienen un mayor impacto en las ventas generales de la empresa (Aguilar, 2017, p. 36).

$$\text{Índice de comercialidad} = \frac{\text{Venta del producto}}{\text{Ventas totales}}$$

10. Nivel de calidad.

El nivel de calidad es un indicador que tiene como objetivo evaluar la calidad de los productos realizados por la empresa. Se calculará mediante la proporción de productos fabricados sin defectos en comparación con el total de productos elaborados. Este indicador nos permite determinar la eficiencia de los procesos de producción en términos de la calidad de los productos resultantes. (Aguilar, 2017, p. 36).

$$\text{Nivel de calidad} = \frac{\text{Total productos sin defectos}}{\text{Total productos elaborados}}$$

4.2.13. Gestión del talento humano.

Para Chiavenato (2009) la gestión del talento humano debe ser estratégica y estar alineada con los objetivos ya establecidos por una empresa. Esto implica reclutar a personas con las

habilidades adecuadas, desarrollar un ambiente de trabajo que fomente la innovación y el compromiso, y retener a los empleados clave.

Por otra parte, para Flores et al. (2018) mencionan que, la gestión de talento humano es un conjunto integrado de procesos de la empresa, con el fin de mejorar la realización de los procesos o actividades de la misma, a través de crear estrategias que permitan un correcto desenvolvimiento del personal permitiendo lograr con efectividad los objetivos planteados de la empresa, además, de permitirle al talento humano desarrollarse individualmente.

4.2.13.1. Importancia de la gestión del talento humano.

Al ser la parte que desarrolla cada una de las actividades dentro de una empresa, la importancia de gestionar el talento humano es fundamental, debido a que es un recurso invaluable que ha llevado a las empresas a establecer un área específica para su gestión y supervisión. Esta área, a través de diversas prácticas, busca contratar, mantener y capacitar estos recursos tanto para el crecimiento individual como de la empresa. Desde esta perspectiva, surge el enfoque de dirección estratégica dedicada o dirigida a la gestión de talento humano como una disciplina que permite que este recurso contribuya al valor y la competitividad sostenible de la empresa (Flores et al., 2018)

4.2.13.2. Indicadores de la gestión del talento humano.

1. Monto total de gastos en personal.

"Calcular el número máximo de empleados de la empresa, incluidos todos los elementos de compensación".

Monto total de gastos en personal = Suma de los gastos del personal administrativo y ventas

2. Rotación de empleados.

La rotación de empleados hace referencia al cambio de personal dentro de una empresa, es decir, cuando los empleados salen de la empresa y son sustituidos por nuevos empleados. (Hernández et al., 2013, pp. 837-863)

Becerra (2018) El índice de rotación de personal es una métrica fundamental para las organizaciones, porque ofrece información sobre la estabilidad laboral y la capacidad de retener a los empleados.

$$\text{Rotación de empleados} = \frac{N^{\circ} \text{ de empleados que dejan la empresa}}{(\text{Número inicial} - \text{número final de empleados})/2} * 100$$

Las siguientes fórmulas de los indicadores de gestión del talento humano son presentadas por Beltrán (1993):

3. Tiempo de contratación.

El tiempo de contratación es una métrica que ayuda a comprender el tiempo promedio que lleva el proceso de contratación desde la publicación de un trabajo hasta la incorporación de un nuevo candidato. Esto se puede utilizar para demostrar la eficiencia del proceso de selección de talentos de la compañía.

$$\text{Tiempo promedio de contratación} = \frac{\text{Tiempo requerido para completar la vacante}}{\text{número de vacantes disponibles}}$$

4. Costos de adquisición de nuevo personal.

Los costos de adquisición de nuevo personal pueden contener varios aspectos, como los costos de reclutamiento, selección y contratación de nuevos empleados, también los costos asociados con la formación y capacitación del personal. Estos costos son cruciales para las empresas, ya que representan una inversión en la adquisición de talento y en el desarrollo de habilidades necesarias para el desempeño de las funciones laborales. (García, 2020)

$$\text{Costo de adquisición de nuevo personal} = \frac{\text{Total gastos en los procesos de reclutamiento}}{\text{Vacantes completas}}$$

5. Porcentaje de retiros.

El porcentaje de retiros hace referencia a la proporción o cantidad de retiros con respecto a un total. Puede aplicarse en diversos contextos, como finanzas (retiros de cuentas bancarias) o empleo (índice de rotación).

$$\text{Porcentaje de retiros} = \frac{\text{Número de personas retiradas}}{\text{Número de personas vinculadas}}$$

6. Porcentaje de ausentismo.

El porcentaje de ausentismo se refiere a la proporción de tiempo que los empleados están ausentes del trabajo en comparación con el tiempo total acordado de trabajo. Se lo utiliza como una métrica para calcular la cantidad de tiempo perdido debido a las ausencias no programadas de los empleados. (Carrillo, 2022)

$$\text{Porcentaje de ausentismo} = \frac{\text{Número de horas de ausentismo}}{\text{Número de horas contratadas}}$$

7. Porcentaje prestacional.

El porcentaje prestacional hace referencia a la proporción del salario de un trabajador que se destina al pago de prestaciones sociales. Estas son beneficios adicionales

otorgados a los empleados, tales como la prima de servicios, las cesantías, los intereses sobre las cesantías, entre otros. (Cascio, 2014)

$$\text{Porcentaje prestacional} = \frac{\text{Valor de las prestaciones sociales}}{\text{Valor total de los salarios}}$$

8. Frecuencia de accidentes.

La frecuencia de accidentes, según varios autores, “se refiere a la cantidad de accidentes que suceden en un período de tiempo determinado” (Boudreau, 2019).

$$\text{Frecuencia de accidentes} = \frac{\text{Números de accidentes incapacitantes} * 1.000.000}{\text{Horas hombre trabajadas}}$$

9. Productividad de mano de obra.

La productividad de mano de obra es un elemento fundamental en la gestión empresarial, porque puede tener un impacto significativo en la rentabilidad y competitividad de una organización. Un aumento en la productividad de mano de obra puede llevar a una mayor eficiencia, reducción de costos y mejora en la calidad de los productos o servicios. (Pérez y Merino, 2022)

$$\text{Productividad de mano de obra} = \frac{\text{Produccion}}{\text{Horas hombre trabajadas}}$$

a. Índice de severidad.

El índice de severidad hace referencia a una medida que evalúa la gravedad o intensidad de un fenómeno o situación específica. El término "índice de severidad" se utiliza en otros contextos, como en el análisis de accidentes laborales, sequías, lesiones, enfermedades, entre otros. (Ruiz et al., 2013)

$$\text{Índice de severidad} = \frac{\text{Nº de días perdidos} * 1.000.000}{\text{Horas hombre trabajadas}}$$

b. Índice de tipos de trabajo.

El índice de tipos de trabajo se refiere a una medida que clasifica y compara diferentes tipos de trabajo según diversos criterios, como nivel de habilidad, responsabilidad y complejidad.

$$\text{Índice de tipos de trabajo} = \frac{\text{Nº de empleados de producción}}{\text{Nº de empleados administrativos}}$$

c. Índice de tipos de salario.

El cálculo del Índice de Tipos de Salarios generalmente implica comparar los salarios promedio en un período de tiempo específico con los salarios promedio en un

período base. Esto permite determinar si los salarios han aumentado o disminuido en relación con el período base. (Márquez, 2019)

$$\text{Índice de tipos de salario} = \frac{\text{Salario pagados a obreros}}{\text{Salario pagado a empleados administrativos}}$$

d. Importancia de los salarios.

La importancia de los salarios radica en varios aspectos clave. Los salarios constituyen un elemento primordial de las condiciones laborales y de empleo en las empresas. Son la principal fuente de ingresos para los trabajadores y les permiten cubrir sus necesidades básicas, como alimentación, vivienda, educación y atención médica. (Giraldo, 2018)

$$\text{Importancia de los salarios} = \frac{\text{Total salarios pagados}}{\text{Costos de producción}}$$

e. Índice prestaciones salario.

El índice de Prestaciones y salarios hace referencia a una medida que evalúa la evolución de los salarios y beneficios en un periodo determinado.

$$\text{Índice prestaciones salario} = \frac{\text{Prestaciones pagadas}}{\text{Total salario pagados}}$$

f. Indicador horas extra en el periodo.

El indicador de horas extra en el período se refiere a la cantidad de horas adicionales que los trabajadores desempeñan durante un período determinado de su jornada laboral. Este indicador es utilizado para calcular y monitorear la cantidad de tiempo adicional que los empleados dedican a su trabajo más allá de las horas regulares establecidas. (Gómez, 2023)

$$\text{Indicador horas extra en el periodo} = \frac{\text{Total horas extra}}{\text{Total horas trabajadas}}$$

5. Metodología

El presente trabajo de investigación se desarrolló usando métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos adecuados, los mismos que sirvieron para desarrollar eficientemente la investigación y cumplir con los objetivos planteados.

5.1. Área de estudio

La presente investigación fue realizada dentro de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga.

Figura 1

Mapa de los Cantones en estudio



Nota: Imagen obtenida de Google

5.1.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación fue de tipo cuantitativo ya que nos ayudó a analizar y recopilar datos numéricos y estadísticas para responder algunas preguntas de la investigación. Esto implicó la recolección de datos mediante métodos como encuestas a los representantes de las empresas estudiadas.

5.2. Métodos

6.2.1. Método deductivo: El método que se utilizó en la investigación es deductivo, porque se realizó un análisis general a partir de información inmersa en varios libros, revistas científicas, tesis y artículos, con el fin de recopilar datos y evidencias para llegar a conclusiones específicas del tema de investigación. Donde se podrá constatar cualidades y

características específicas tanto de las empresas estudiadas, como sus clientes para de esta manera poder realizar el diagnóstico sectorial empresarial.

5.3. Tipo y alcance de Técnicas

5.3.1. Exploratorio

La investigación fue de tipo exploratorio ya que se enfocó en el conocimiento del tema a investigar recopilando información directamente de los individuos en estudio, tomando en consideración varias herramientas mismas que ayudan para la recolección de datos. En este estudio se optó por un alcance exploratorio debido a la falta de información de un diagnóstico sectorial que impedía que los emprendedores puedan compararse con sus competidores y así crear estrategias a favor del crecimiento.

5.3.2. Descriptivo

La investigación fue de tipo descriptivo porque nos permitió describir los datos obtenidos para su presentación precisa y detallada del tema de estudio, para así poder interpretar de forma cuantitativa, dando paso a una mejor toma de decisión.

5.4. Diseño de la Investigación

5.4.1. Transversal

El diseño de la investigación fue no experimenta transversal, debido a que se recolecto datos de las empresas que se dedican a la construcción en un momento determinado, acudiendo al lugar de origen donde se realiza la actividad, y así poder conocer sus particularidades y determinar estadísticas como promedios de dicha actividad.

5.4.2. Población y Muestra

La Población de esta investigación se dirigió a los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga, por lo tanto, la población son todas las empresas que perteneces al grupo empresarial de Construcción, la cual está conformada por un total de 33 empresas a las que se hizo el levantamiento de información utilizando las herramientas de entrevista.

Tabla 4

Serie F: Construcción

CÓDIGO	PROVINCIA	CIUDAD	CANTIDAD
F4220.11	LOJA	CATACocha	1
F4220.11	LOJA	CATAMAYO	1

CÓDIGO	PROVINCIA	CIUDAD	CANTIDAD
F4100.10	LOJA	GONZANAMÁ	1
F4100.20	LOJA	CARIAMANGA	1
F4210.12	LOJA	CATACOCHA	1
F4100.10	LOJA	CATAMAYO	1
F4100.10	LOJA	GONZANAMÁ	1
F4220.11	LOJA	CATAMAYO	1
F4100.10	LOJA	CATACOCHA	1
F4220.20	LOJA	CATAMAYO	1
F4220.12	LOJA	CARIAMANGA	1
F4220.11	LOJA	CATAMAYO	1
F4100.10	LOJA	CATAMAYO	1
F4100.10	LOJA	GONZANAMÁ	1
F4100.10	LOJA	CATAMAYO	1
F4220.20	LOJA	CARIAMANGA	1
F4100.10	LOJA	CARIAMANGA	1
F4100.20	LOJA	CATAMAYO	1
F4220.11	LOJA	GONZANAMÁ	1
F4290.92	LOJA	CARIAMANGA	1
F4100.10	LOJA	CARIAMANGA	1
F4100.10	LOJA	CATACOCHA	1
F4100.10	LOJA	CARIAMANGA	1
F4321.01	LOJA	CARIAMANGA	1
F4220.20	LOJA	CATAMAYO	1
F4210.12	LOJA	CATAMAYO	1
F4220.20	LOJA	CATAMAYO	1
F4210.11	LOJA	CATAMAYO	1
F4220.11	LOJA	CARIAMANGA	1
F4210.12	LOJA	CARIAMANGA	1
F4220.11	LOJA	CATACOCHA	1
F4220.11	LOJA	CATACOCHA	1
F4100.20	LOJA	CATACOCHA	1
TOTAL			33

Nota: Serie F: Construcción, tomada y editada de INEC (2012), <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>

5.5. Técnicas

5.5.1. Encuesta

La encuesta estuvo conformada por un banco de preguntas, que están diseñadas cuidadosamente para recabar información específica sobre aspectos claves del sector empresarial.

Dicha técnica se aplicó a las empresas que pertenecen al grupo sectorial de construcción de las ciudades Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga.

5.5.2. Entrevista

Se utilizó la técnica de la entrevista mediante reuniones prolongadas que se aplicó a los dueños o administradores de las empresas del sector empresarial de Construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga, para recabar la información necesaria para realizar el diagnóstico sectorial.

5.5.3. Instrumentos

Para aplicar las técnicas es necesario utilizar instrumentos para el levantamiento de información.

5.5.4. Cuestionario

El cuestionario estuvo conformado por un conjunto de preguntas estructuradas, las mismas que serán abiertas o cerradas para recolectar datos importantes de las empresas de construcción que se encuentran en los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga.

5.5.5. Recursos y materiales

Los recursos y materiales utilizados en la investigación se incluyeron materiales de oficina. Se utilizaron páginas web oficiales como la Superintendencia de Economía y Solidaria, el Servicio de Rentas Internas (SRI), revistas científicas en otro.

5.6. Procedimiento

Para el cumplimiento del objetivo 1, el sector de construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga fue caracterizado, se comparó información de la base de datos del 2022 del Servicio Interno de Rentas (SRI) que contenían información sobre los actores activos referentes al sector que operaban en los diferentes cantones. La comparación permitió ubicar las constructoras que están en actividad y así formar una lista de sus datos personales y dirección, de esta manera se logró obtener información más precisa sobre las características particulares de estas entidades, lo que a su vez ayudó a definir y cuantificar a sus posibles clientes potenciales.

Para establecer los indicadores de desempeño empresarial y cumplir con el objetivo 2, se identificaron los factores claves de éxito específicos para el sector, mediante esto se pudieron definir los indicadores principales para estimar su desempeño.

De acuerdo con el objetivo 3 se realizó una planificación para visitar a los diferentes actores del sector y aplicar los instrumentos de recolección de información primaria, luego se tabulo la información recopilando todas las fuentes primarias como secundarias y así poder obtener los promedios de la industria.

6. Resultados

6.1. Tabulación, Análisis e interpretación

1. ¿Cuál o cuáles de los siguientes factores encaminan su empresa al éxito? Puede escoger varias respuestas

Tabla 5

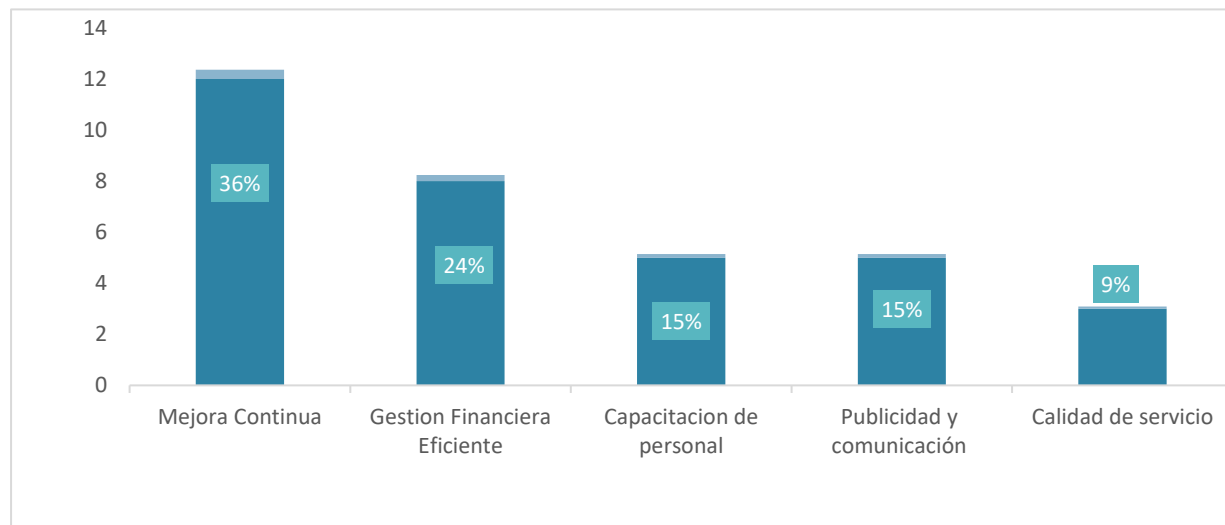
Factores claves de éxito

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mejora Continua	12	36%
Gestión Financiera Eficiente	8	24%
Capacitación de personal	5	15%
Publicidad y comunicación	5	15%
Calidad de servicio	3	9%
Total	33	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 2

Factores claves de éxito



Nota: Figura de los factores claves de éxito

La ilustración 2 muestra la mejora continua con el porcentaje más alto 36%, seguida de la gestión financiera eficiente 24%, lo que indica una atención significativa en la optimización de recursos financieros, luego la capacitación de personal y la publicidad y comunicación con el mismo porcentaje 15%, lo que destaca el compromiso con el desarrollo del personal y la promoción efectiva, y por último la calidad de servicio 9%, sigue siendo relevante para mantener altos

estándares en los servicios ofrecidos. Basado en estos porcentajes las empresas del sector priorizan la mejora continua y la gestión financiera eficiente como factor clave de éxito.

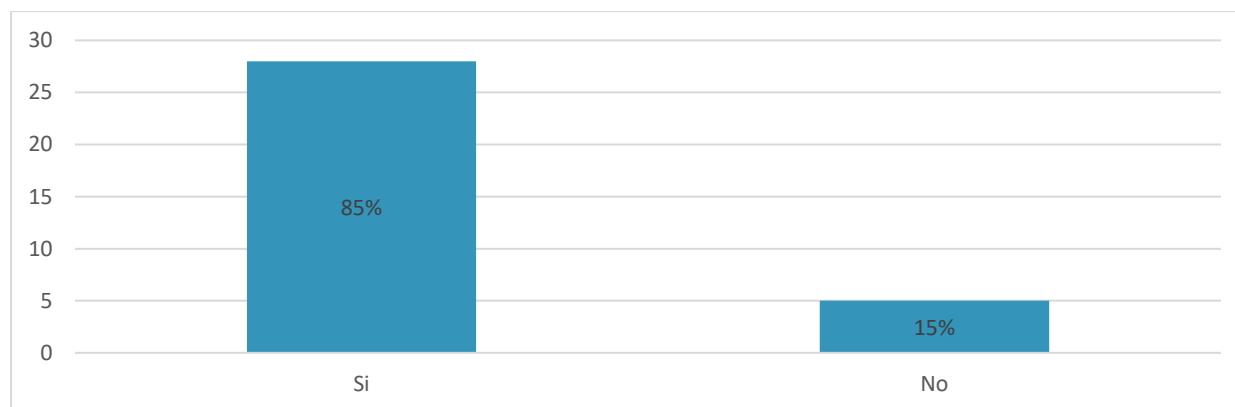
2. **¿Aplica indicadores de gestión como herramienta de evaluación en su empresa de construcción? Si su respuesta es afirmativa continúe con la siguiente, caso contrario pase a la pregunta 5**

Tabla 6
Aplicación de indicadores de gestión

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	85%
No	5	15%
Total	33	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 3
Indicadores de gestión



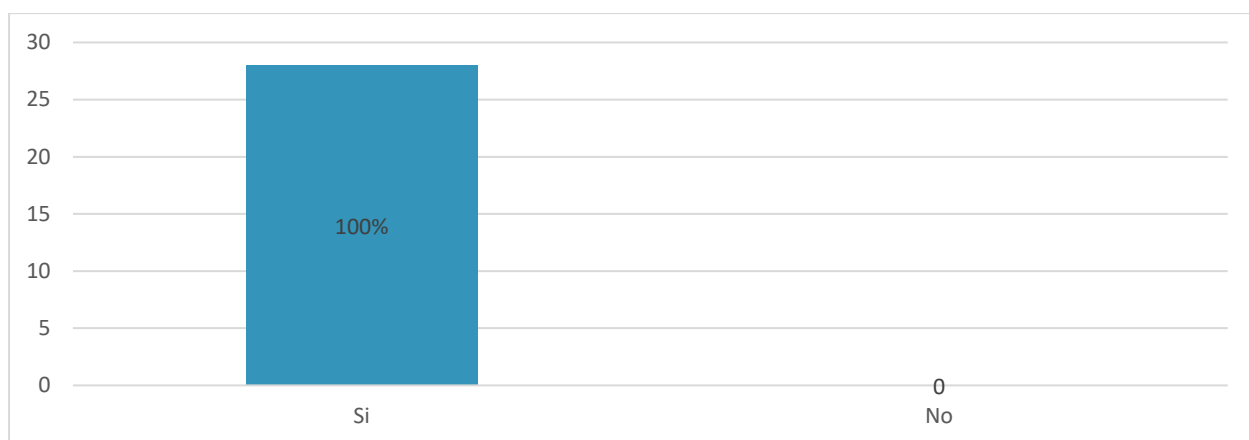
Nota: Figura de indicadores de gestión

En la ilustración 3 se muestra que el 85% de empresas del sector si aplica indicadores de gestión, muestras que un 15% de empresas no aplican, lo que podría indicar que una falta de comprensión sobre su importancia o recursos limitados para implementarlos. La gran mayoría de empresas del sector aplican indicadores de gestión como herramienta de evaluación en sus operaciones, lo que refleja una orientación hacia la gestión basada en datos y el seguimiento del rendimiento.

3. **¿Considera importante aplicar los indicadores de gestión a la empresa de construcción para su correcta supervisión?**

Tabla 7*Importancia de los indicadores de gestión*

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

Nota: Información recopilada por autora**Figura 4***Importancia de los indicadores de gestión***Nota:** Figura importancia de indicadores de gestión

La ilustración 4 muestra que todas las empresas del sector consideran importantes los indicadores de gestión. Esto podría indicar que una fuerte comprensión y valoración de la necesidad de medir y evaluar el desempeño en diferentes áreas de una organización para mejorar su eficiencia.

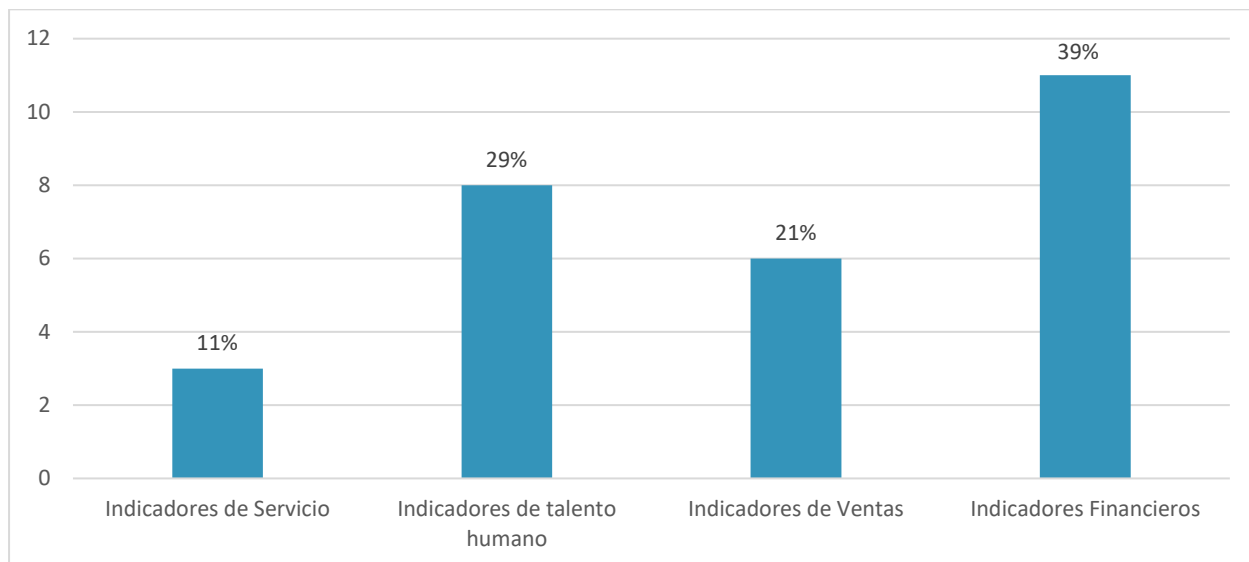
4. ¿Qué indicador de gestión aplica?

Tabla 8*Indicadores de gestión*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Indicadores de Servicio	3	11%
Indicadores de talento humano	8	29%
Indicadores de Ventas	6	21%
Indicadores Financieros	11	39%
Total	28	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 5
Indicadores de gestión



Nota: Figura de indicadores de gestión

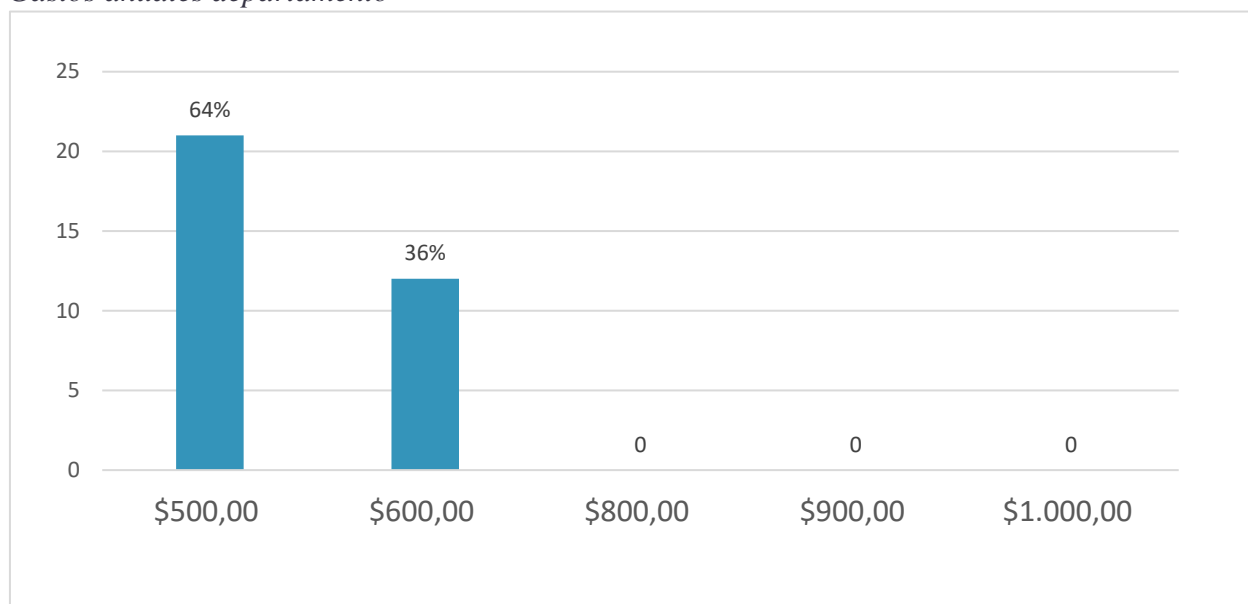
La ilustración 5 muestra que entre las 33 empresas de construcción el mayor enfoque está en los indicadores financieros, con un 39, lo que indica que las empresas dan gran importancia al desempeño financiero, el siguiente enfoque más común es el indicador de talento humano, con un 29%, los indicadores de ventas, con un 21%, lo que indica que son de menor prioridades comparación con otros aspectos, mientras con los indicadores de servicio, con un 11%, indican un interés menor pero aun presente en la calidad y satisfacción de cliente.

5. ¿Cuál es el monto aproximado de gastos anuales del departamento de marketing?

Tabla 9
Gastos anuales departamento Marketing

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$500,00	21	64%
\$600,00	12	36%
\$800,00	0	0%
\$900,00	0	0%
\$1.000,00	0	0%
Total	33	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 6*Gastos anuales departamento***Nota:** Figura gastos anuales

La ilustración 6 muestra que la mayoría de las empresas con un 64% tienen presupuesto anual de marketing de \$500, lo que indica una prioridad significativa en esta área, un porcentaje considerable del 36% de las empresas tienen un presupuesto de \$600 lo que podría indicar una asignación adicional para una campaña específica dentro del ámbito del marketing, y ninguna empresa encuestada informó tener presupuesto de \$800, \$900 o \$1000, esto podría indicar una falta de presupuesto.

6. ¿En un año cuál es el monto de gastos que invierte la empresa para el reclutamiento de nuevo personal?

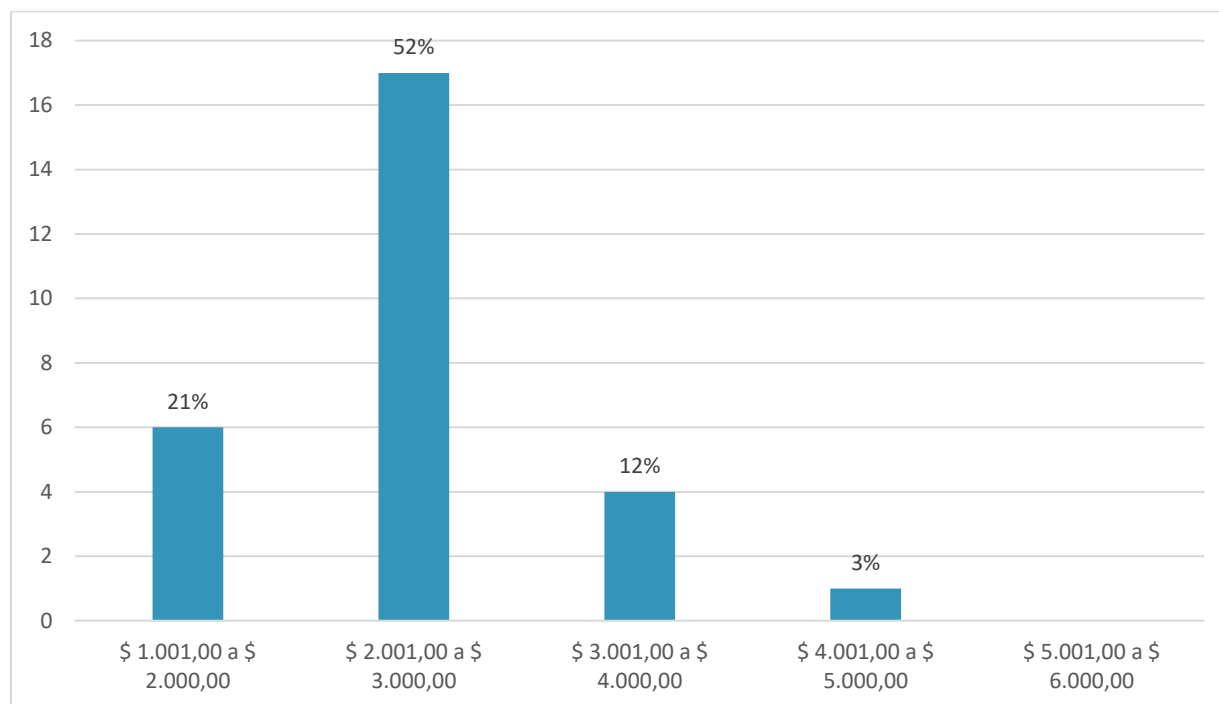
Tabla 10*Reclutamiento de personal*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1.001,00 a \$ 2.000,00	6	21%
\$ 2.001,00 a \$ 3.000,00	17	52%
\$ 3.001,00 a \$ 4.000,00	4	12%
\$ 4.001,00 a \$ 5.000,00	1	3%
\$ 5.001,00 a \$ 6.000,00	0	0%
Total	28	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 7

Gastos que invierte la empresa para el reclutamiento de personal



Nota: Figura inversión reclutamiento de personal

La ilustración 7 muestra que la mayoría de las empresas invierten en el reclutamiento de nuevo personal con un 52% entre los \$2.0001,00 a \$3.000,00, con un 21% invierten entre \$1.000,00 a \$2.000,00, mientras que con un 12% invierten entre \$3.000,00 a \$4.000,00, mientras que con un 3% de empresas del sector invierten \$4.000,00 a \$5.000,00, lo que podría indicar que es el grupo con menos inversión para el reclutamiento de personal.

7. Aproximadamente ¿Cuál es el monto de Activos corrientes que posee su empresa?

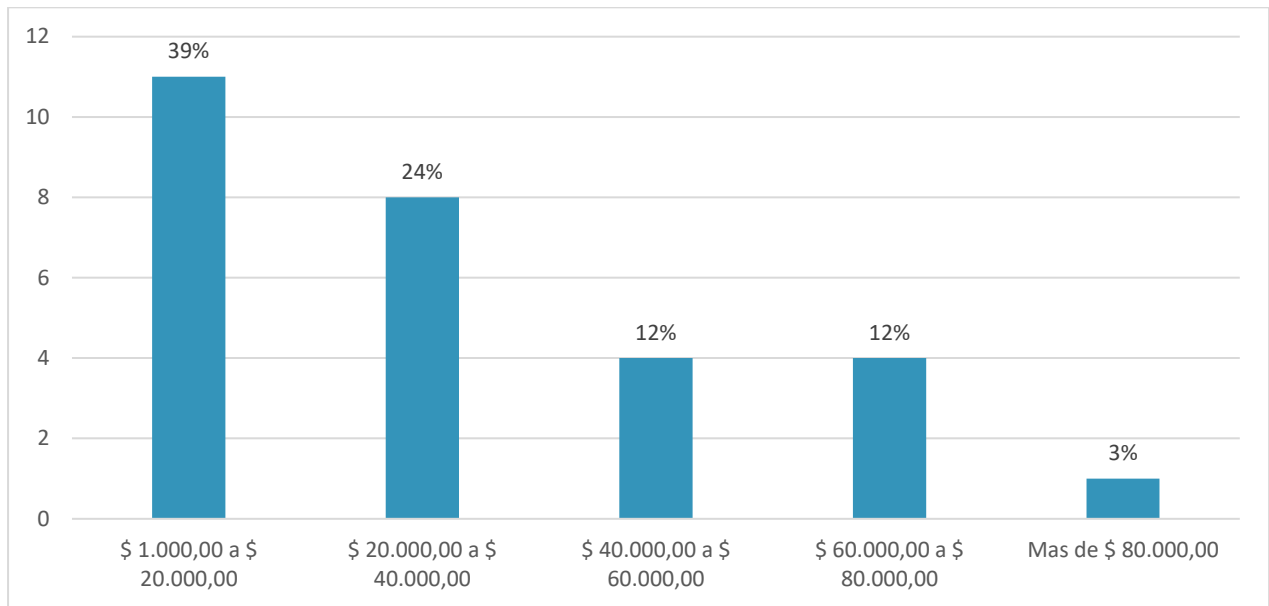
Tabla 11

Activos corrientes

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1.000,00 a \$ 20.000,00	11	39%
\$ 20.000,00 a \$ 40.000,00	8	24%
\$ 40.000,00 a \$ 60.000,00	4	12%
\$ 60.000,00 a \$ 80.000,00	4	12%
Mas de \$ 80.000,00	1	3%
Total	28	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 8
Activos corrientes



Nota: Figura de activos corrientes

La ilustración 8 muestra que las empresas de construcción cuentan con un monto de activos corrientes de un valor aproximado de \$1.000,00 a \$20.000,00 con un 39%, por otro lado, otra parte de las empresas el monto aproximado es de \$20.000,00 a \$40.000,00 con un 24%, seguidamente de un monto de \$40.000,00 a \$80.000,00 y de \$60.000,00 a \$80.000,00 con un 12%, mientras que con un bajo porcentaje cuenta con más de \$80.000,00 de activos corrientes.

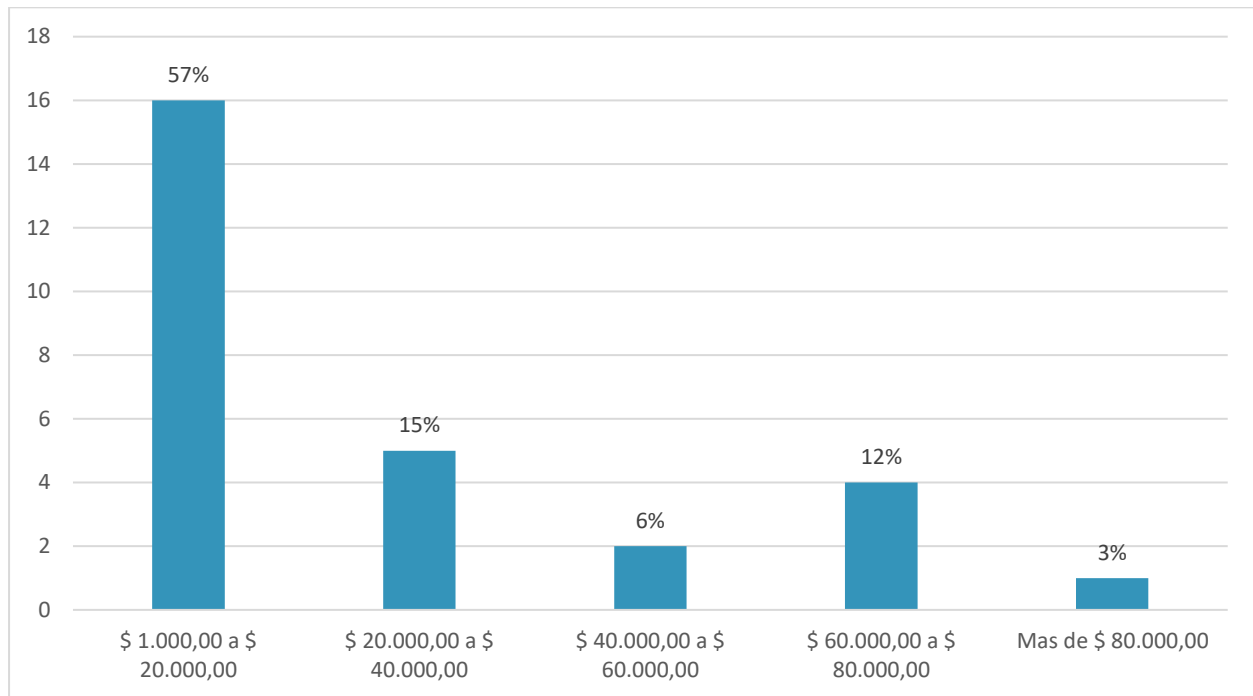
8. ¿Aproximadamente ¿Cuál es el monto de pasivos corrientes que posee su empresa?

Tabla 12
Pasivos corrientes

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1.000,00 a \$ 20.000,00	16	57%
\$ 20.000,00 a \$ 40.000,00	5	15%
\$ 40.000,00 a \$ 60.000,00	2	6%
\$ 60.000,00 a \$ 80.000,00	4	12%
Mas de \$ 80.000,00	1	3%
Total	28	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 9
Pasivos corrientes



Nota: Figura de pasivos corrientes

La ilustración 9 muestra que las empresas de construcción cuentan con un monto de pasivos corrientes de un valor aproximado de \$1.000,00 a \$20.000,00 con un 57%, lo que indica que la empresa tiene muchas obligaciones de montos menores dentro de este rango, por otro lado, otra parte de las empresas el monto aproximado es de \$20.000,00 a \$40.000,00 con un 15%, seguidamente de un monto de \$40.000,00 a \$80.000,00 con un 6%, así mismo con un \$60.000,00 a \$80.000,00 lo que podría indicar que hay menos compromisos financieros, mientras que con un bajo porcentaje de 3% cuenta con más de \$80.000,00, indica que es una minoría la que tiene pasivos significativamente altos.

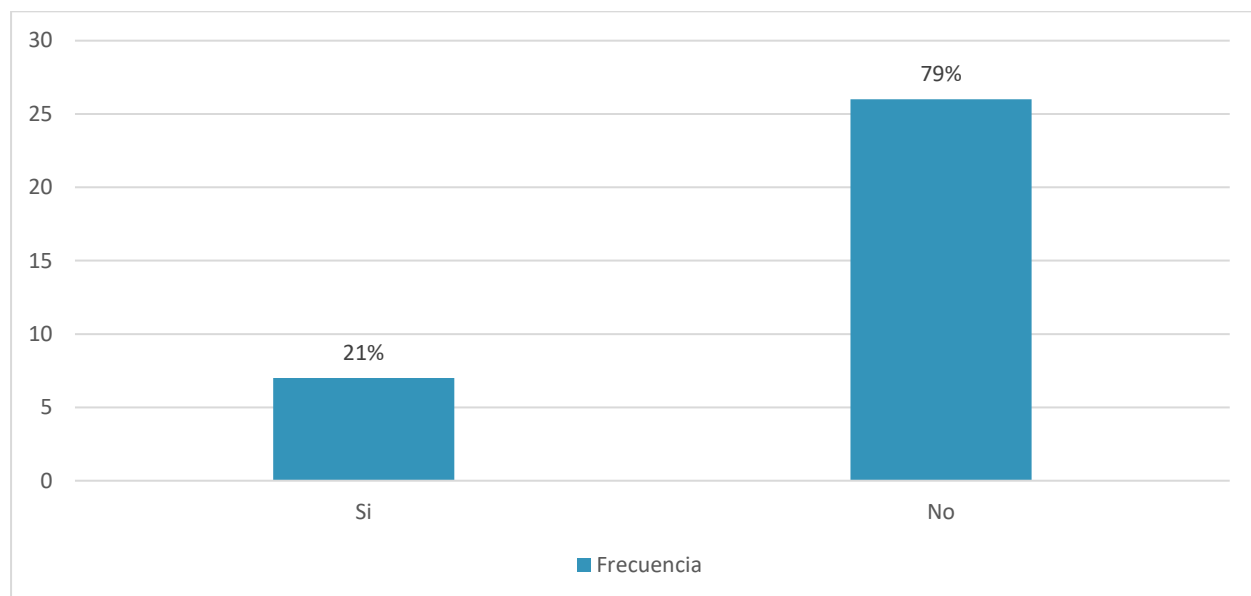
9. ¿Usted capacita a su personal? Si la pregunta es si pase a la siguiente

Tabla 13
Capacitación del personal

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	21%
No	26	79%
Total	33	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 10
Capacitación del personal



Nota: Figura de capacitación del personal

La ilustración 10 muestra que el 21% de las empresas encuestadas si proporciona capacitación a la persona, lo que indica que estas empresas valoran el desarrollo y el crecimiento profesional de sus empleados, sin embargo, el 79% de las empresas no capacitan a su personal, lo que podría sugerir una oportunidad de mejora en términos de inversión en el desarrollo de habilidades y conocimientos de los trabajadores.

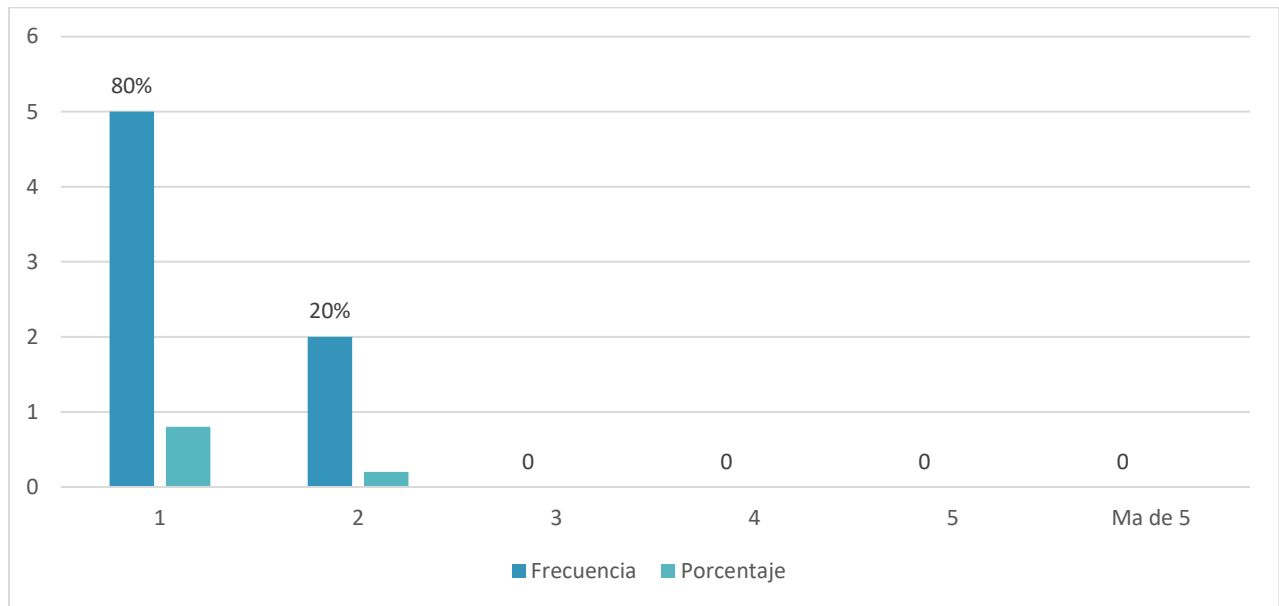
10. ¿Cuántas capacitaciones anuales reciben sus empleados?

Tabla 14
Capacitaciones anuales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	5	80%
2	2	20%
3	0	0,0
4	0	0,0
5	0	0,0
Ma de 5	0	0,0
Total	7	100%

Nota: Información recopilada por autora

Figura 11
Días de capacitación



Nota: Figura de días de capacitación

La ilustración 11 muestra que 5 empresas encuestadas capacitan 1 vez anualmente con un porcentaje del 80%, mientras que dos empresas capacitan dos veces anualmente con un porcentaje de 20%. Esto puede indicar diferentes enfoques en la gestión del talento y el desarrollo de habilidades dentro de las empresas.

6.2. Datos extraídos de la Superintendencia

La presente tabla recopila datos e información financiera y operativa de diversas empresas, obtenida de la Superintendencia. Los datos permiten realizar un análisis y calcular promedios de la industria significativos que ayudan a comprender la situación económica y empresarial dentro de dicho sector. La tabla está diseñada para facilitar una visión completa de la situación financiera y operativa de las empresas, facilitando el análisis comparativo y la toma de decisiones basada en datos financieros clave.

De igual manera la tabla proporcionada sujeta información detallada de diversos aspectos relacionados con una entidad no especificada debido a restricciones de confidencialidad.

Tabla 15*Recopilación de datos extraídos de la Superintendencia*

Empresa	Activo 2022	Patrimonio 2022	Pasivo	Ingreso por ventas 2022	Utilidad antes del impuesto 2022	Utilidad del ejercicio 2022	Utilidad neta 2022	IR causado 2022	Ingreso Total 2022	Empleados
1	82984,24	1639,24	81345	72198,71	1239,24	72198,71	1239,24	120	72198,71	1
2	18000	18000	0	0	0	0	0	0	0	0
3	5942,48	-5039,81	10982,29	0	0	-9624,04	-9624,04	0	0	0
4	4713,35	4713,35	0	0	0	0	0	0	0	0
5	2366,12	2366,12	0	36826,43	0	2621,5	1966,12	655,38	36826,43	1
6	2000	2000	0	0	0	0	0	0	0	0
7	926,43	926,43	0	22112,79	0	1059,53	826,43	0	22112,79	1
8	600	600	0	0	0	0	0	0	0	0
9	400	400	0	20	0	-3711,79	0	0	20	0
10	400	400	0	0	0	0	0	0	0	0
11	181810,57	66817,38	114993,2	494149,74	0	35475,51	35475,51	0	494149,7	1
12	80494,91	-23242,39	103737,3	0	0	-23342,39	-23342,39	0	0	0
13	29899,14	8174,02	21725,12	254368,34	10170,82	231568,59	3966,62	1118,79	254368,3	2
14	1025,54	419,9	605,64	47	0	19,9	19,9	2,32	47	0
15	200	200	0	0	0	0	0	0	0	0
16	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0
17	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0
18	171403,83	156989,99	14413,84	502728,63	83597,43	83597,43	83597,43	0	502728,6	1
19	74287,04	74180,48	106,56	2645,43	0	480,2	480,2	0	2645,43	0
20	31911,37	29177,48	2733,89	0	0	0	12823,39	0	0	0
21	20000	20000	0	0	0	0	0	0	0	0
22	16854,39	16854,39	0	0	0	0	0	0	0	0
23	16000	16000	0	0	0	0	0	0	0	0
24	10000	10000	0	0	0	0	0	0	0	0
25	4545,86	4157,46	388,4	0	0	-51799,35	3811,8	1075,12	0	0

Empresa	Activo 2022	Patrimonio 2022	Pasivo	Ingreso por ventas 2022	Utilidad antes del impuesto 2022	Utilidad del ejercicio 2022	Utilidad neta 2022	IR causado 2022	Ingreso Total 2022	Empleados
26	491,28	-1533,38	2024,66	0	-768,05	-768,05	-828,05	60	0	0
27	400	400	0	0	0	0	0	0	0	0
28	400	400	0	0	0	0	0	0	0	0
29	400	400	0	0	0	0	0	0	0	0
30	94313,46	73909,47	20403,99	38061,09	3861,81	4543,31	4543,31	0	38061,09	0
31	50179,47	2668,96	47510,51	29682,69	2268,96	17766,56	2268,96	68,07	29682,69	0
32	12032,88	259,23	11773,65	57016,48	-35,72	-35,72	-35,72	0	57016,48	0
33	4111,82	4077,93	33,89	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	919294,18	486516,25	432778	1509857,3	100334,49	360049,9	117188,71	3099,68	1509857	7

Nota: Datos extraídos de la Superintendencia

6.3. Caracterizar el grupo empresarial construcción

Caracterizar se refiere al proceso de definir, describir o analizar las cualidades o especificaciones más destacadas de algo o alguien. Este proceso implica observación y análisis para capturar los procesos más relevantes y distintivos de lo que se está caracterizando.

Para el desarrollo del objetivo uno, se detallan las características del sector empresarial construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga, se conoce información de la ubicación y datos de contactos de las empresas inmersas en el estudio para poder definir el perfil del cliente ideal de los entes económicos, y también cuantificarlos.

6.3.1. Ubicación de las empresas construcción del cantón Paltas

La siguiente tabla presenta información básica sobre empresas construcción del cantón Paltas, incluyendo código identificador CIUU, dirección, coordenadas geográficas, número del Ruc del representante legal y tamaño de la empresa lo que significa que un 71.43% se consideran microempresas y con un 28.57% se consideran pequeñas empresas, dicha información es de gran relevancia para poder localizar fácilmente las instalaciones de las empresas.

Tabla 16
Empresas de servicio construcción del cantón Paltas

Nº	Nombre de la empresa	Código CIUU	Dirección	Coordenadas	Tamaño
1	Informante	F4220.11	Joaquín Lievana y Ventura Encalada 01, Piso 2	-4.001168, -79.198842	Pequeña
2	Informante	F4210.12	Olmedo 06-31 Catacocha; Loja	-3.995737, -79.203199	Microempresa
3	Informante	F4100.10	Vía Catacocha las cochas 3777	-4.0519941, -79.6510663	Pequeña
4	Informante	F4100.10	Calle Lauro Guerrero	-4.0492243, -79.6489779	Microempresa
5	Informante	F4220.11	Calle Manuel Celi	-4.048880, -79.650485	Microempresa
6	Informante	F4220.11	Catacocha Paltas	-4.049201, -79.649379	Microempresa
7	Informante	F4100.20	Barrio Bolívar	-4.062542, -79.628562	Microempresa

Nota: Mapeo de las empresas construcción del cantón Paltas

6.3.2. Ubicación de las empresas construcción del Cantón Catamayo

La siguiente tabla presenta información básica sobre empresas construcción del cantón Catamayo, incluyendo código identificador CIUU, dirección, coordenadas geográficas, numero del Ruc del representante legal y tamaño de la empresa lo que significa que un 91.67% se consideran microempresas y con un 8.33% se consideran pequeñas empresas, dicha información es de gran relevancia para poder localizar fácilmente las instalaciones de las empresas.

Tabla 17
Empresas de servicio construcción del Cantón Catamayo

Nº	Nombre de la empresa	Código CIUU	Dirección	Coordenadas	Tamaño
1	Informante	F4220.11	Av. 24 de mayo	-4.004028, - 79.198670	Pequeña
2	Informante	F4220.11	Calle 24 de mayo	-3.990729, - 79.206123	Microempresa
3	Informante	F4220.20	Santa Isabel Catamayo; Loja	-4.230266, - 79.437587	Microempresa
4	Informante	F4100.10	Calle 10 de agosto	-3.990185, - 79.209578	Microempresa
5	Informante	F4210.12	Vía a la costa lote 9 a 3 cuadras de vivero	-3.990185, - 79.209581	Microempresa
6	Informante	F4220.20	Calle 1 de mayo	-3.9878461,- 79.357062	Microempresa
7	Informante	F4100.10	Catamayo, Loja	-3.991537,- 79.349098	Microempresa
8	Informante	F4100.11	Olmedo, Edif. Diagonal Mercado Central	-3.9868035.- 79.3608892	Microempresa
9	Informante	F4220.20	Isidro Ayora, Edif. A 100	-3.9768033.- 793600893	Microempresa
10	Informante	F4220.11	Vía Cariamanga	-3.10768033.- 710360084	Microempresa
11	Informante	F4100.20	Catamayo, Loja	-3.11768033.- 711360013	Microempresa
12	Informante	F4210.11	Alicea Arias Carrión	-3.12768033.- 712360012	Microempresa

Nota: Mapeo de las empresas de construcción del cantón Catamayo.

6.3.3. Ubicación de las empresas del cantón Gonzanamá

La siguiente tabla presenta información básica sobre empresas construcción del cantón Gonzanamá, incluyendo código identificador CIUU, dirección, coordenadas geográficas, numero del Ruc del representante legal y tamaño de la empresa lo que significa que un 100% se consideran microempresas, dicha información es de gran relevancia para poder localizar fácilmente las instalaciones de las empresas.

Tabla 18

Empresas de servicio construcción del cantón Gonzanamá.

N°	Nombre de la empresa	Código CIUU	Dirección	Coordenadas	Tamaño
1	Informante	F4100.10	10 De agosto S/N Esq. Carlos Ojeda,	-4.2304975,- 79.4385524	Microempresa
2	Informante	F4100.10	Calle 18 de noviembre Gonzanama; Loja	-4.1177641,- 79.4012531	Microempresa
3	Informante.	F4100.10	Calle 10 de agosto, Piso 1 Gonzanama; Loja	-4.1174132,- 79.4012533	Microempresa
4	Informante	F4100.11	Calle 24 de mayo Gonzanama; Loja	-4.1657372,- 79.6307804	Microempresa

Nota: Mapeo de las empresas de construcción del cantón Gonzanamá.

6.3.4. Ubicación de las empresas de construcción del cantón Cariamanga

La siguiente tabla presenta información básica sobre empresas construcción del cantón Cariamanga, incluyendo código identificador CIUU, dirección, coordenadas geográficas, numero del Ruc del representante legal y tamaño de la empresa lo que significa que el 100% se consideran microempresas, dicha información es de gran relevancia para poder localizar fácilmente las instalaciones de las empresas.

Tabla 19*Empresas de servicio construcción del cantón Cariamanga*

N°	Nombre de la empresa	Código CIU	Dirección	Coordenadas	Tamaño
1	Informante	F4220.12	Loja-Calvas-Cariamanga	-4.004028, -79.198670	Microempresa
2	Informante	F4100.10	General oliva y Rosa Benigna Loaiza	-3.990729, -79.206123	Microempresa
3	Informante	F4290.92	José Ángel Palacios S/N	-4.230266, -79.437587	Microempresa
4	Informante	F4100.10	Calle 18 de noviembre	-3.990185, -79.209578	Microempresa
5	Informante	F4220.11	Centenario 01-44 Cariamanga; Loja	-3.990185, -79.209579	Microempresa
6	Informante	F4210.12	Avenida General Moisés Oliva	-3.990185, -79.209580	Microempresa
5	Informante	F4220.20	Berru Napoleón SN y José Ángel Palacios	-3.990185, -79.209581	Microempresa
6	Informante	F4220.11	Centenario 01-44 y David Salazar	-3.990185, -79.209582	Microempresa
7	Informante	F4210.12	AV general Moisés Oliva SN y Rosa Benigna Loaiza	-3.990185, -79.209583	Microempresa
8	Informante	F4100.20	Vicente Rocafuerte	-3.990185, -79.209584	Microempresa
9	Informante	F4321.01	Mariano Samaniego SN	-3.990185, -79.209585	Microempresa
10	Informante	F4100.10	General oliva y Rosa Benigna Loaiza	-3.970074-79.20365	Microempresa

Nota: Mapeo de las empresas de construcción del cantón Cariamanga.

6.3.5. Contactos de las empresas

La siguiente tabla detalla los contactos empresariales con precisión, esta incluye nombre de ejecutivos, correo electrónico, números de teléfono y redes sociales, proporcionando información esencial para la comunicación efectiva. Actúa como una herramienta central para gestionar información vital promoviendo la eficiencia y el desarrollo del trabajo de investigación, la cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 20

Contactos de las empresas construcción del cantón Paltas.

Nota: Contactos de las empresas del Cantón Paltas

N	Nombre de la empresa	Teléfono	Página web	Correo
1	Informante	72683230	No dispone	No disponible
2	Informante	72570821	No dispone	arapconstructora@gmail.com
3	Informante	No dispone	No dispone	alvaradorenato@gmail.com
4	Informante	72720501	No dispone	r093110@gmail.com
5	Informante	(07) 256-1186	No dispone	No dispone
6	Informante	No dispone	No dispone	jpgcompu@hotmail.com
7	Informante	No dispone	No dispone	No dispone

6.3.5.1. Contactos de las empresas construcción del cantón Catamayo

La siguiente tabla detalla los contactos empresariales con precisión, esta incluye nombre de ejecutivos, correo electrónico, números de teléfono y redes sociales, proporcionando información esencial para la comunicación efectiva. Actúa como una herramienta central para gestionar información vital promoviendo la eficiencia y el desarrollo del trabajo de investigación, la cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 21*Contactos de las empresas construcción del cantón Catamayo.*

N°	Nombre de la empresa	Teléfono	Página web	Correo
1	Informante	72678563	No dispone	daviga2010@hotmail.com
2	Informante	07-2676563	No dispone	gacv_1984@hotmail.com
3	Informante	No dispone	No dispone	killkaconstructora@gmail.com
4	Informante	07-2102263	No dispone	jovicons@hotmail.com
5	Informante	No dispone	No dispone	carlosmariachacon62@gmail.com
6	Informante	No dispone	No dispone	conelectric@hotmail.com
7	Informante	07-2585300	No dispone	dlja78@hotmail.com
8	Informante	07-2550693	No dispone	No dispone
9	Informante	No dispone	No dispone	escuderoloyolam@yahoo.es
10	Informante	No dispone	No dispone	carmaingenieros@gmail.com
11	Informante	No dispone	No dispone	plussproyect@gmail.com
12	Informante	72555312	No dispone	ai.08yajim@gmail.com

Nota: Contactos empresas del cantón Catamayo

6.3.5.2. Contactos de las empresas construcción del cantón Gonzanamá

La siguiente tabla detalla los contactos empresariales con precisión, esta incluye nombre de ejecutivos, correo electrónico, números de teléfono y redes sociales, proporcionando información esencial para la comunicación efectiva. Actúa como una herramienta central para gestionar información vital promoviendo la eficiencia y el desarrollo del trabajo de investigación, la cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 22

Contactos de las empresas construcción del cantón Gonzanamá.

Nota: Contactos de las empresas cantón Gonzanamá

N°	Nombre de la empresa	Teléfono	Página web	Correo
1	Informante	72678500	No dispone	constructora-roman_roman@hotmail.com
2	Informante	72107424	No dispone	No dispone
3	Informante	72677672	No dispone	No dispone
4	Informante	No dispone	No dispone	No dispone

6.3.5.3. Contactos de las empresas construcción del cantón Cariamanga

La siguiente tabla detalla los contactos empresariales con precisión, esta incluye nombre de ejecutivos, correo electrónico, números de teléfono y redes sociales, proporcionando información esencial para la comunicación efectiva. Actúa como una herramienta central para gestionar información vital promoviendo la eficiencia y el desarrollo del trabajo de investigación, la cual se detalla en la siguiente tabla

Tabla 23*Contactos de las empresas construcción del cantón Cariamanga*

N°	Nombre de la empresa	Teléfono	Página web	Correo
1	Informante	No dispone	No dispone	constructora.ahuaca@gmail.com
2	Informante	No dispone	No dispone	byronrodriguez940@gmail.com
3	Informante	07-562030	https://dr-electropc.negocio.site/	guigonvecasas@gmail.com
4	Informante	07-2585953	No dispone	No dispone
5	Informante	07-2585300	No dispone	dlja78@hotmail.com
6	Informante	No dispone	No dispone	No dispone
7	Informante	No dispone	No dispone	No dispone
8	Informante	No dispone	No dispone	No dispone
9	Informante	No dispone	No dispone	pitiacarlos@hotmail.com
10	Informante	07268882	No dispone	No dispone

Nota: Contactos de las empresas cantón Cariamanga**6.3.6. Particularidades del sector de construcción**

El sector de la construcción es altamente diverso, caracterizado por la interacción de diversos procesos que van desde la planificación y diseño hasta la ejecución y entrega del proyecto, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), clasifica al sector de la construcción bajo la categoría “construcción” o “Industrias Manufacturera

6.3.7. Servicios del sector

Este sector abarca una amplia gama de actividades relacionadas con la construcción de edificios, infraestructuras y otras civiles, incluyendo la construcción de carreteras, puentes, viviendas, edificios comerciales y otros proyectos.

En la siguiente tabla se muestra la clasificación de servicios ofrecidos tanto a empresas públicas como privadas.

Tabla 24
Clasificación de las empresas

Tipo de empresa	Servicios ofrecidos
Empresa Pública	Construcción de puentes
	Construcción de carreteras
	Construcción de infraestructuras publicas
	Rehabilitación de edificaciones publicas
	Construcción de viviendas
Empresa Privada	Desarrollo de proyectos residenciales
	Construcción de centros comerciales
	Desarrollo de proyectos industriales
	Construcción de oficinas

Nota: Servicios del sector público y privado

6.3.8. Cadena de abastecimiento

La cadena de abastecimiento del sector construcción está compuesta por, abastecimiento, almacenamiento, producción, transporte, construcción, instalación y distribución como lo detalla la siguiente tabla.

Tabla 25
Cadena de abastecimiento del sector construcción

Etapa de cadena de suministro	Actividades
Abastecimiento	Adquisición de materiales de construcción. selección de proveedores confiables
Almacenamiento	Negociación de contratos de suministro
	Recepción y almacenamiento de materiales, en almacenes o sitios de construcción

Etapa de cadena de suministro	Actividades
Producción	Gestión de inventario para garantizar la disponibilidad de materiales Preparación de materiales para el uso en el sitio de construcción
Transporte	Gestión de equipos y maquinaria para la construcción
Construcción	Planificación de rutas de entrega de materiales o equipos Coordinación de transporte terrestre, marítimo o aéreo según sea necesario Ejecución de trabajos de construcción según planos y especificaciones Coordinación de mano de obra y subcontratistas Supervisión de la seguridad en el sitio de la construcción
Instalación	Instalación de sistemas eléctricos, plomería, etc. según sea necesario Pruebas y aseguramientos de la calidad de las instalaciones
Distribución	Entrega final del proyecto de construcción al cliente Documentación de garantías y manuales de operación Asistencia postventa y servicio al cliente

Nota: Etapas de cadena de suministro del sector construcción

6.3.9. Definición del perfil del cliente y su cuantificación

En este punto se describirá el perfil del cliente potencial de la actividad de construcción, también se identificará si los servicios que ofrecen están dirigidos para personas, familias u organizaciones.

Luego de ello se hará la cuantificación. De acuerdo con el tipo de actividad que se caracterizó y que es construcción, se considera como clientes potenciales, por un lado, a la población económicamente activa de la provincia de Loja quienes acuden a la construcción o remodelación.

La caracterización y cuantificación de los clientes potenciales con cobertura provincial se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 26*Cuantificación de clientes potenciales*

Cliente potencial	Cuantificación
Total, de familias que no tiene una vivienda propia de los 4 cantones	11.273
Total, instituciones públicas de los 4 cantones	15
Total	11.288

Nota: Clientes potenciales del sector construcción

Conforme al tipo de actividad que se caracterizó se considera como clientes potenciales a las familias que no poseen una vivienda propia y a las instituciones públicas como los GAD Municipales, Ministerio de Salud, Ministerio de Educación e Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), considerando los 4 cantones, que totaliza 11.288 clientes potenciales.

6.4. Establecer los indicadores de desempeño empresarial del sector construcción

Los factores clave de éxito son fundamentales para el rendimiento y logro de metas en cualquier empresa. Identificar y gestionar estos factores permite anticipar obstáculos, optimizar recursos y mejorar la toma de decisiones, contribuyendo así al éxito sostenible de la organización.

6.4.1. Factores claves de éxito

En el ámbito de la construcción, identificar y comprender los factores claves de éxito es primordial para garantizar el desarrollo y finalización exitosa de los proyectos.

La siguiente tabla muestra los diferentes factores claves de éxito que han sido seleccionados por los dueños o encargados de las empresas objeto estudio, como la gestión financiera eficiente, mejora continua, capacitación del personal y publicidad y comunicación, tomado de la pregunta 1 de la encuesta.

Tabla 27*Factores claves de éxito*

Factor	Detalle	Sustento teórico
Gestión financiera eficiente	La gestión financiera eficiente implica la adecuada planificación, control y toma de decisiones en el área como la inversión, financiamiento, esto permite a la empresa alcanzar sus objetivos financieros a corto y largo plazo.	(Puente et al., 2022)

Factor	Detalle	Sustento teórico
Mejora continua	Es un concepto que se refiere al proceso constante de revisión y perfeccionamiento de los procesos, productos o servicios en una organización, con el objetivo de incrementar la eficiencia y la calidad de manera progresiva.	(Zayas, 2022)
Capacitación de personal	Es un proceso mediante el cual se proporcionan conocimiento, habilidades y competencias a los empleados para mejorar su desempeño en el trabajo y alcanzar los objetivos de la organización.	(Chiavenato, 2010)
Publicidad y comunicación	Son dos disciplinas estrechamente relacionadas que se centran en la difusión de mensaje para informar. La publicidad se orienta especialmente en promover productos, servicios o ideas a través de diversos medios pagados, mientras que la comunicación abarca un aspecto más extenso que incluye la transmisión de información, ideas y emociones entre individuos.	(Philip y Trías de Bes, 2004)

Nota: Elaborado por el autor

6.4.2. Indicadores de desempeño financiero

Los indicadores de gestión financiera permiten conocer la situación de la empresa en cuanto a su salud financiera y su rendimiento. De acuerdo con la revisión bibliográfica, hace referencia a distintos indicadores financiero que fueron seleccionados de acuerdo con las necesidades de las empresas que están en estudio, estos indicadores ayudan a identificar algún riesgo o mejora que esté presente en la empresa, por ello se ha sugerido los siguientes indicadores.

6.4.2.1. Indicadores de rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad son herramientas utilizadas para calcular o medir la eficiencia y el rendimiento financiero de una empresa, estos indicadores se muestran en la tabla 28.

Tabla 28
Indicadores de rentabilidad

Factor clave de éxito	Indicador	Objetivo	Fórmula
Gestión financiera	ROA	Indica la eficiencia de la gestión de los recursos disponibles para generar ingresos netos	Utilidad neta/Activos
	Margen neto de utilidad	Mide la eficiencia de utilizar los activos para generar ganancias	Utilidad neta/Ingresos
	Rotación de ventas	Evalúa la eficacia con la que la empresa emplea sus activos para generar ingresos.	Ventas totales/ Activo total

Nota: Indicadores Financieros relacionados a los factores claves de éxito

En la tabla 17 se evidencia los indicadores que permiten evaluar la gestión y administración, en primera instancia ROA, este indicador muestra cuanto beneficio una empresa genera en relación con sus activos totales. Las empresas de construcción, a menudo invierten grandes sumas en maquinaria, equipos y propiedades, el ROA es crucial para evaluar la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos.

El margen neto de utilidad es una métrica para las empresas de construcción ya que proporciona cuánto beneficio neto gana una empresa por cada dólar de ingresos totales. Además, permite a las empresas de construcción evaluar su eficiencia en la gestión de costos y gastos, así como su capacidad para generar ganancias. Un margen neto de utilidad saludable es crítico para un futuro sostenible y con visión a futuro.

De igual manera el indicador de rotación de ventas permite evaluar la eficiencia con la que la empresa está utilizando sus activos para crear ingresos. Las empresas de construcción, es crucial para gestionar su flujo de efectivo y su inventario de materiales y equipos de manera eficaz, lo que puede impactar a su rentabilidad y capacidad para poder perfeccionar proyectos de manera oportuna.

Tabla 29*Indicadores de endeudamiento*

Factor clave de éxito	Indicador	Objetivo	Fórmula
Gestión financiera	Endeudamiento del activo	Mide la proporción de financiamiento con deuda con relación a los activos totales de una empresa	Pasivo total/activo total
	Endeudamiento Patrimonial	Mide la relación entre la deuda y el patrimonio de la empresa.	Pasivo total/Patrimonio

Nota: Indicadores financieros relacionados a los factores claves de éxito

En relación al indicador de endeudamiento del activo muestra la proporción de los activos financieros con deuda en comparación con el capital propio. Es fundamental para las empresas de construcción porque les permite calcular el riesgo asociado con su estructura de financiamiento.

Por otro lado, el indicador de endeudamiento patrimonial muestra la proporción de los activos financiados por los accionistas en comparación con los fondos prestados. Para las empresas de construcción, que a menudo depende de préstamos para financiar proyectos de largo plazo, monitorear el endeudamiento patrimonial es principal para asegurar una estructura financiera sostenible y así impedir una carga excesiva de deuda que pueda afectar la solvencia.

6.4.3. Indicadores desempeño no financiero

Los indicadores de desempeño no financiero son métricas utilizadas para evaluar el rendimiento de una organización en el área que no están directamente relacionadas con los aspectos financieros.

6.4.3.1. Indicadores de publicidad

Los indicadores de publicidad son herramientas claves que ayudan a evaluar la efectividad y el rendimiento de las campañas publicitarias, también ayudan a entender como las acciones publicitarias impactan al comportamiento del consumidor, estos indicadores se muestran en la tabla 30.

Tabla 30
Indicadores de publicidad

Factor clave de éxito	Indicador	Objetivo	Fórmula
Publicidad	Inversión en publicidad	Evalúa el gasto destinado a la publicidad	Gastos en publicidad/Ventas totales

Nota: Indicadores no financieros relacionados con los factores claves de éxito

Se muestra en la tabla 17 el indicador de inversión en publicidad, este indicador desempeña un papel crucial para aumentar la visibilidad de la empresa, generar demanda y atraer clientes potenciales. Las empresas de construcción invierten en publicidad para destacar su servicio, proyectos anteriores lo que permite diferenciarse de la competencia y aumentar su base de clientes.

6.4.3.2. Indicadores de calidad

Los indicadores de calidad monitorean la eficiencia de los servicios que brindan las empresas de construcción para el control, la gestión y la mejora continua y de esta manera contribuyan al desarrollo de las empresas, estos indicadores se muestran en la tabla 20.

Tabla 31
Indicadores de calidad

Factor clave de éxito	Indicador	Objetivo	Fórmula
Capacitación al personal	Capacitación	Mejorar las habilidades del personal para aumentar productividad	Numero personal capacitado al año/Total de empleados

Nota: Indicadores no financieros relacionados con los factores claves de éxito

Se muestra en la tabla 20 el indicador de capacitación del personal, en un sector tan especializado y técnico como la construcción, contar con un personal capacitado es fundamental para garantizar la calidad del trabajo, la seguridad laboral, este indicador les permite evaluar la competencia de su equipo.

6.4.4. Promedio del indicador ROA.

El ROA es un indicador financiero que mide que tan eficientemente una empresa está utilizando sus activos para generar ganancias. Se calcula usando la siguiente formula:

$$ROA = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

Donde:

Beneficio neto: Es el resultado financiero final de la empresa una vez restados todos los gastos, impuestos e intereses.

Activos totales: es el total de los activos que posee la empresa, tanto a corto como a largo plazo.

Para obtener el promedio de la industria se dividió la suma total de utilidad neta y total de activos como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 32*Forma de cálculo del indicador ROA*

Informante	Utilidad neta	Activo total	ROA
Informante 1	1239,24	82984,24	0,01
Informante 2	0	18000	0,00
Informante 3	-9624,04	5942,48	-1,62
Informante 4	0	4713,35	0,00
Informante 5	1966,12	2366,12	0,83
Informante 6	0	2000	0,00
Informante 7	826,43	926,43	0,89
Informante 8	0	600	0,00
Informante 9	0	400	0,00
Informante 10	0	400	0,00
Informante 11	35475,51	181810,57	0,20
Informante 12	-23342,39	80494,91	-0,29
Informante 13	3966,62	29899,14	0,13
Informante 14	19,9	1025,54	0,02
Informante 15	0	200	0,00
Informante 16	0	100	0,00
Informante 17	0	100	0,00
Informante 18	83597,43	171403,83	0,49
Informante 19	480,2	74287,04	0,01
Informante 20	12823,39	31911,37	0,40
Informante 21	0	20000	0,00
Informante 22	0	16854,39	0,00
Informante 23	0	16000	0,00
Informante 24	0	10000	0,00
Informante 25	3811,8	4545,86	0,84
Informante 26	-828,05	491,28	-1,69
Informante 27	0	400	0,00

Informante	Utilidad neta	Activo total	ROA
Informante 28	0	400	0,00
Informante 29	0	400	0,00
Informante 30	4543,31	94313,46	0,05
Informante 31	2268,96	50179,47	0,05
Informante 32	-35,72	12032,88	0,00
Informante 33	0	4111,82	0,00
Promedio de la industria	117188,71	919294,18	0,13

Nota: Promedio del indicador ROA

Dándonos un promedio de 0,13, significa que el sector está generando 0,13 centavos de utilidad neta lo que indica que la utilidad generada es baja con relación a sus activos.

6.4.5. Promedio del indicador endeudamiento patrimonial

El endeudamiento patrimonial mide la proporción de deuda que una empresa utiliza para financiar sus activos en comparación con su patrimonio neto, este indicador es importante porque indica el nivel de riesgo financiero de la empresa. Se calcula usando la siguiente formula:

$$\text{Endeudamiento patrimonial} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio total}}$$

Donde:

Pasivos totales: es el total de las obligaciones financieras de las empresas, tanto a corto como a largo plazo.

Patrimonio total: Es el valor restante de los activos de la empresa una vez que se han deducido todos sus pasivos.

Para obtener el promedio de la industria se dividió la suma total de pasivo y patrimonio total, dándonos un promedio de la industria de 0,89, esto indica que las empresas están utilizando deuda de manera razonable para financiar sus operaciones y crecimiento.

Tabla 33

Forma de cálculo del indicador de endeudamiento patrimonial

Informante	Pasivo Total	Patrimonio Total	Endeudamiento patrimonial
Informante 1	81345	1639,24	49,62
Informante 2	0	18000	0,00
Informante 3	10982,29	-5039,81	-2,18
Informante 4	0	4713,35	0,00

Informante	Pasivo Total	Patrimonio Total	Endeudamiento patrimonial
Informante 5	0	2366,12	0,00
Informante 6	0	2000	0,00
Informante 7	0	926,43	0,00
Informante 8	0	600	0,00
Informante 9	0	400	0,00
Informante 10	0	400	0,00
Informante 11	114993,19	66817,38	1,72
Informante 12	103737,3	-23242,39	-4,46
Informante 13	21725,12	8174,02	2,66
Informante 14	605,64	419,9	1,44
Informante 15	0	200	0,00
Informante 16	0	100	0,00
Informante 17	0	100	0,00
Informante 18	14413,84	156989,99	0,09
Informante 19	106,56	74180,48	0,00
Informante 20	2733,89	29177,48	0,09
Informante 21	0	20000	0,00
Informante 22	0	16854,39	0,00
Informante 23	0	16000	0,00
Informante 24	0	10000	0,00
Informante 25	388,4	4157,46	0,09
Informante 26	2024,66	-1533,38	-1,32
Informante 27	0	400	0,00
Informante 28	0	400	0,00
Informante 29	0	400	0,00
Informante 30	20403,99	73909,47	0,28
Informante 31	47510,51	2668,96	17,80
Informante 32	11773,65	259,23	45,42
Informante 33	33,89	4077,93	0,01
Promedio de la industria	432777,93	486516,25	0,89

Nota: Promedio del indicador endeudamiento patrimonial

6.4.6. Promedio del indicador margen neto de utilidad

El margen neto de utilidad es un indicador que muestra el porcentaje de los ingresos que constituye la ganancia neta de una empresa. Para calcular el margen neto de utilidad determinamos la utilidad neta y los ingresos totales, se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingresos}}$$

Donde:

Utilidad neta: es el beneficio neto después de deducir todos los gastos, impuestos, intereses y otros costos.

Ingresos: son los ingresos totales generados por la empresa durante un periodo específico.

Para obtener el promedio de la industria se dividió la suma total de utilidad neta e ingresos, dándonos un promedio de 0,13, indica que en promedio las empresas de esta industria tienen un margen de utilidad de 13%. Esto significa que, por cada dólar de ingresos, las empresas de esta industria obtienen un beneficio neto de 13 centavos después de cubrir todos sus costos y gastos.

Tabla 34

Forma de cálculo del indicador margen neto de utilidad

Informante	Utilidad neta	Ingresos	Margen neto de utilidad
Informante 1	1239,24	82984,24	0,01
Informante 2	0	18000	0,00
Informante 3	-9624,04	5942,48	-1,62
Informante 4	0	4713,35	0,00
Informante 5	1966,12	2366,12	0,83
Informante 6	0	2000	0,00
Informante 7	826,43	926,43	0,89
Informante 8	0	600	0,00
Informante 9	0	400	0,00
Informante 10	0	400	0,00
Informante 11	35475,51	181810,57	0,20
Informante 12	-23342,39	80494,91	-0,29
Informante 13	3966,62	29899,14	0,13
Informante 14	19,9	1025,54	0,02
Informante 15	0	200	0,00
Informante 16	0	100	0,00
Informante 17	0	100	0,00
Informante 18	83597,43	171403,83	0,49
Informante 19	480,2	74287,04	0,01
Informante 20	12823,39	31911,37	0,40
Informante 21	0	20000	0,00
Informante 22	0	16854,39	0,00
Informante 23	0	16000	0,00
Informante 24	0	10000	0,00

Informante	Utilidad neta	Ingresos	Margen neto de utilidad
Informante 25	3811,8	4545,86	0,84
Informante 26	-828,05	491,28	-1,69
Informante 27	0	400	0,00
Informante 28	0	400	0,00
Informante 29	0	400	0,00
Informante 30	4543,31	94313,46	0,05
Informante 31	2268,96	50179,47	0,05
Informante 32	-35,72	12032,88	0,00
Informante 33	0	4111,82	0,00
Total, de la industria	117188,71	919294,18	0,13

Nota: Promedio del indicador margen neto de utilidad

6.4.7. Promedio del indicador endeudamiento del activo

El endeudamiento del activo es un indicador financiero que indica que porcentaje de los activos de una empresa está financiado con deuda. Para calcular el endeudamiento del activo primero se determinó los pasivos y activos totales de las empresas en estudio, utilizando la siguiente formula:

$$\text{Endeudamiento del activo} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

Dónde:

Pasivo tota: representa todas las deudas y obligaciones de la empresa tanto a corto como a largo plazo.

Activo total: representa todos los recursos controlados por la empresa que tiene un valor económico.

Para obtener el promedio de la industria se dividió la suma total de utilidad neta e ingresos, dándonos un promedio de 0,47, indica que el promedio, las empresas en este sector financian aproximadamente el 47% de sus activos con deuda. Esto significa que las empresas no dependen en gran medida de la deuda para financiar sus operaciones, esto se considera moderado.

Tabla 35

Forma de cálculo del indicador endeudamiento del activo

Informante	Pasivo total	Activo total	Endeudamiento del activo
Informante 1	81345	82984,24	0,98
Informante 2	0	18000	0,00
Informante 3	10982,29	5942,48	1,85
Informante 4	0	4713,35	0,00

Informante	Pasivo total	Activo total	Endeudamiento del activo
Informante 5	0	2366,12	0,00
Informante 6	0	2000	0,00
Informante 7	0	926,43	0,00
Informante 8	0	600	0,00
Informante 9	0	400	0,00
Informante 10	0	400	0,00
Informante 11	114993,19	181810,57	0,63
Informante 12	103737,3	80494,91	1,29
Informante 13	21725,12	29899,14	0,73
Informante 14	605,64	1025,54	0,59
Informante 15	0	200	0,00
Informante 16	0	100	0,00
Informante 17	0	100	0,00
Informante 18	14413,84	171403,83	0,08
Informante 19	106,56	74287,04	0,00
Informante 20	2733,89	31911,37	0,09
Informante 21	0	20000	0,00
Informante 22	0	16854,39	0,00
Informante 23	0	16000	0,00
Informante 24	0	10000	0,00
Informante 25	388,4	4545,86	0,09
Informante 26	2024,66	491,28	4,12
Informante 27	0	400	0,00
Informante 28	0	400	0,00
Informante 29	0	400	0,00
Informante 30	20403,99	94313,46	0,22
Informante 31	47510,51	50179,47	0,95
Informante 32	11773,65	12032,88	0,98
Informante 33	33,89	4111,82	0,01
Total, de la industria	432777,93	919294,18	0,47

Nota: Promedio del indicador endeudamiento del activo

6.4.8. Promedio del indicador de rotación de ventas

La rotación de ventas evalúa qué tan eficientemente la empresa emplea sus activos para generar ingresos derivados de las ventas. Para calcular la rotación de ventas primero se determinó las ventas netas y activos totales de las empresas en estudio, se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Rotacion de ventas} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activos totales}}$$

Donde:

Ventas netas: Representan el total de ingresos por ventas menos devoluciones, descuentos y rebajas.

Activos totales: Representa todos los recursos controlados por la empresa que tiene un valor económico.

Para obtener el promedio de la industria se dividió la suma total de utilidad neta e ingresos, dándonos un promedio de 1,64, indica que, en promedio, las empresas en este sector están generando ventas equitativas al 1,64% de sus activos totales en un periodo determinado. Esto puede interpretarse como moderado, lo que significa que están logrando convertir sus activos en ventas.

Tabla 36

Forma del cálculo del indicador rotación de ventas

Informante	Ventas	Activo total	Rotación de ventas
Informante 1	72198,71	82984,24	0,87
Informante 2	0	18000	0,00
Informante 3	0	5942,48	0,00
Informante 4	0	4713,35	0,00
Informante 5	36826,43	2366,12	15,56
Informante 6	0	2000	0,00
Informante 7	22112,79	926,43	23,87
Informante 8	0	600	0,00
Informante 9	20	400	0,05
Informante 10	0	400	0,00
Informante 11	494149,74	181810,57	2,72
Informante 12	0	80494,91	0,00
Informante 13	254368,34	29899,14	8,51
Informante 14	47	1025,54	0,05
Informante 15	0	200	0,00
Informante 16	0	100	0,00
Informante 17	0	100	0,00
Informante 18	502728,63	171403,83	2,93
Informante 19	2645,43	74287,04	0,04
Informante 20	0	31911,37	0,00
Informante 21	0	20000	0,00
Informante 22	0	16854,39	0,00
Informante 23	0	16000	0,00
Informante 24	0	10000	0,00
Informante 25	0	4545,86	0,00
Informante 26	0	491,28	0,00

Informante 27	0	400	0,00
Informante 28	0	400	0,00
Informante 29	0	400	0,00
Informante 30	38061,09	94313,46	0,40
Informante 31	29682,69	50179,47	0,59
Informante 32	57016,48	12032,88	4,74
Informante 33	0	4111,82	0,00
Total, de la industria	1509857,33	919294,18	1,64

Nota: Promedio del indicador rotación de ventas

6.4.9. Promedio del indicador no financiero de publicidad

La publicidad es un indicador no financiero que ayuda a gestionar el dinero que será invertido en publicidad. Para calcular la inversión publicitaria primero se determinó los gastos de publicidad y ventas totales de las empresas en estudio, se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Inversión publicitaria} = \frac{\text{Gastos de publicidad}}{\text{Ventas totales}}$$

Donde:

Gastos de publicidad: representa el total de gastos incurridos en actividades publicitarias durante un periodo determinado.

Ventas totales: representan el total de ingresos generados por la venta de bienes y servicios durante el mismo periodo.

Para obtener el promedio de la industria se dividió la suma total de los gastos de publicidad y ventas totales, dándonos un promedio de 0,01, para las empresas del sector de construcción esto indica que en promedio las empresas de este sector están invirtiendo una cantidad muy pequeña en publicidad en relación con sus ingresos totales o activos, esto puede limitar la capacidad de una empresa para alcanzar nuevos clientes.

Tabla 37

Forma de cálculo del indicador de inversión publicitaria

Informante	Gasto en publicidad	Venta Total	Inversión publicitaria
Informante 1	600	72198,71	0,01
Informante 2	500	0	0,00
Informante 3	500	0	0,00
Informante 4	500	0	0,00
Informante 5	600	36826,43	0,02
Informante 6	500	0	0,00

Informante	Gasto en publicidad	Venta Total	Inversión publicitaria
Informante 7	500	22112,79	0,02
Informante 8	500	0	0,00
Informante 9	500	20	25,00
Informante 10	500	0	0,00
Informante 11	600	494149,74	0,00
Informante 12	500	0	0,00
Informante 13	600	254368,34	0,00
Informante 14	500	47	10,64
Informante 15	500	0	0,00
Informante 16	500	0	0,00
Informante 17	500	0	0,00
Informante 18	600	502728,63	0,00
Informante 19	600	2645,43	0,23
Informante 20	500	0	0,00
Informante 21	500	0	0,00
Informante 22	600	0	0,00
Informante 23	500	0	0,00
Informante 24	500	0	0,00
Informante 25	600	0	0,00
Informante 26	600	0	0,00
Informante 27	500	0	0,00
Informante 28	500	0	0,00
Informante 29	500	0	0,00
Informante 30	600	38061,09	0,02
Informante 31	600	29682,69	0,02
Informante 32	600	57016,48	0,01
Informante 33	500	0	0,00
Total, de la industria	17700	1509857,33	0,01

Nota: Promedio del indicador inversión publicitaria

6.4.10. Promedio del indicador no financiero capacitación del personal

La capacitación del personal es un indicador no financiero que ayuda a mejorar las habilidades del personal para aumentar productividad. Para calcular la capacitación del personal, determinamos el número de personal capacitado y total de empleados de las empresas en estudio, se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Capacitacion del perosnal} = \frac{\text{N}^{\circ} \text{ personal capacitado}}{\text{Total de empleados}}$$

Donde:

Numero personal capacitado: representa la cantidad de empleados que han recibido capacitación durante un periodo determinado.

Total, de empleados: representa la cantidad total de empleados de la empresa durante el mismo periodo.

Para obtener el promedio de la industria se dividió la suma total del número del personal capacitado y total de empleados, dándonos un promedio de 0,06, para las empresas del sector están invirtiendo una cantidad relativamente baja en capacitación para su personal en relación con su tamaño de ingresos totales.

Tabla 38

Forma de cálculo del indicador de capacitación del personal

Informante	N° personal capacitado	Total, empleados	Índice de capacitación de personal
Informante 1	1	4	0,25
Informante 2	0	1	0,00
Informante 3	0	4	0,00
Informante 4	0	6	0,00
Informante 5	1	1	1,00
Informante 6	0	3	0,00
Informante 7	1	2	0,50
Informante 8	0	5	0,00
Informante 9	0	4	0,00
Informante 10	0	4	0,00
Informante 11	1	7	0,14
Informante 12	0	4	0,00
Informante 13	2	4	0,50
Informante 14	0	1	0,00
Informante 15	0	4	0,00
Informante 16	0	2	0,00
Informante 17	0	2	0,00
Informante 18	1	2	0,50
Informante 19	0	2	0,00
Informante 20	0	5	0,00
Informante 21	0	4	0,00
Informante 22	0	1	0,00
Informante 23	0	2	0,00
Informante 24	0	1	0,00
Informante 25	0	5	0,00
Informante 26	0	2	0,00

Informante	N° personal capacitado	Total, empleados	Índice de capacitación de personal
Informante 27	0	6	0,00
Informante 28	0	4	0,00
Informante 29	0	4	0,00
Informante 30	0	2	0,00
Informante 31	0	2	0,00
Informante 32	0	6	0,00
Informante 33	0	5	0,00
Total, de la industria	7	111	0,06

Nota: Promedio del indicador capacitación del personal

7. Discusión

7.1. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector construcción

Para el cumplimiento del objetivo 3 se presentó la información de las 33 encuestas aplicadas a las empresas de construcción del cantón Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga y se establecieron los promedios de los factores claves de éxito propuestos del objetivo 2, a continuación, se presentan los resultados cuantitativos.

7.1.1. Estadísticas y promedios de la industria del sector construcción en función a los indicadores financieros y no financieros

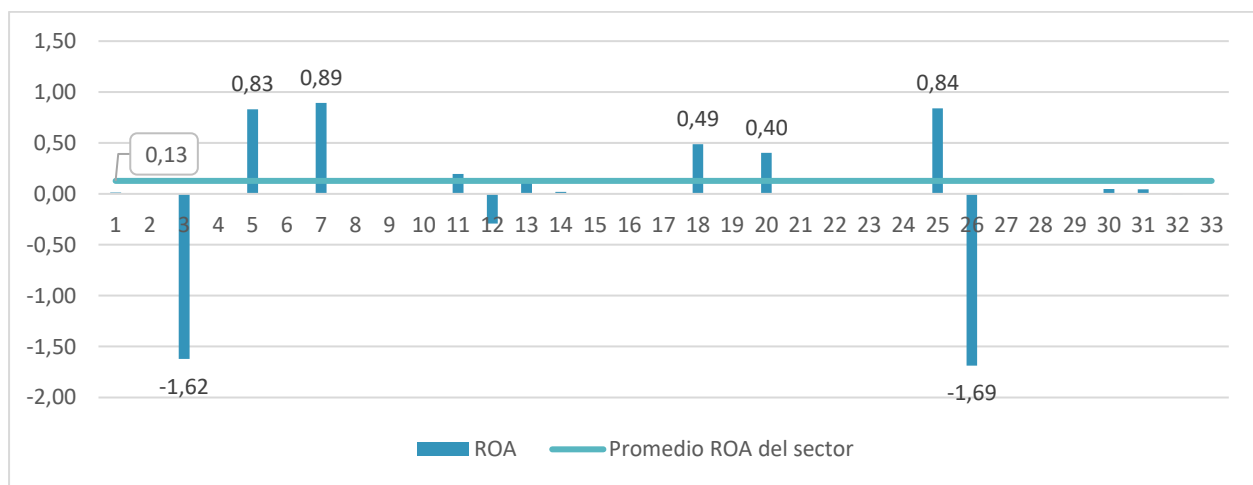
En este apartado se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de los indicadores financieros y no financieros. El cálculo del promedio estadísticos de los datos del sector es muy fundamental para la toma de decisiones de las empresas. Los resultados obtenidos mediante la aplicación de los 7 indicadores a las 33 empresas que conforman el sector de construcción.

7.1.1.1. Análisis del promedio de la industria del indicador ROA

El análisis indica que solo 6 empresas tienen un rendimiento ROA superior al promedio de la industria, mientras que 26 empresas tienen un rendimiento inferior y 1 empresa igual al promedio del sector. Esto puede sugerir que la mayoría de las empresas en la industria enfrentan desafíos en la eficiencia del uso de sus activos para generar ganancias, mientras que unas pocas están destaconándose en este aspecto.

Figura 12

Promedio de la rentabilidad sobre activo del sector



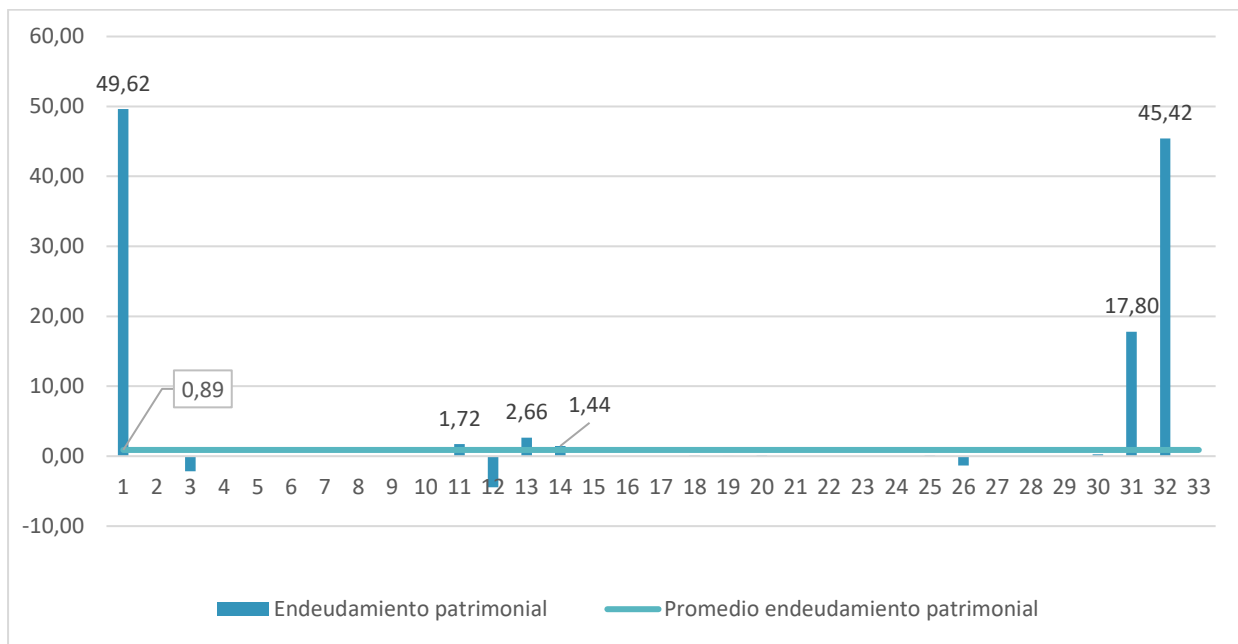
Nota: Elaborado por autora

7.1.1.2. Análisis del promedio de la instrúa del indicador endeudamiento patrimonial

El análisis indica que solo 6 empresas tienen un ratio de endeudamiento patrimonial superior al promedio de la industria, mientras que 28 empresas tienen un ratio inferior, esto puede sugerir que la mayoría de las empresas en la industria tiene una estructura de capital más conservadora, con menos deuda en relación con su patrimonio. Un nivel de endeudamiento tan alto puede ser una señal de riesgo, ya que implica que las empresas tengan una carga significativa de deuda.

Figura 13

Promedio de endeudamiento patrimonial

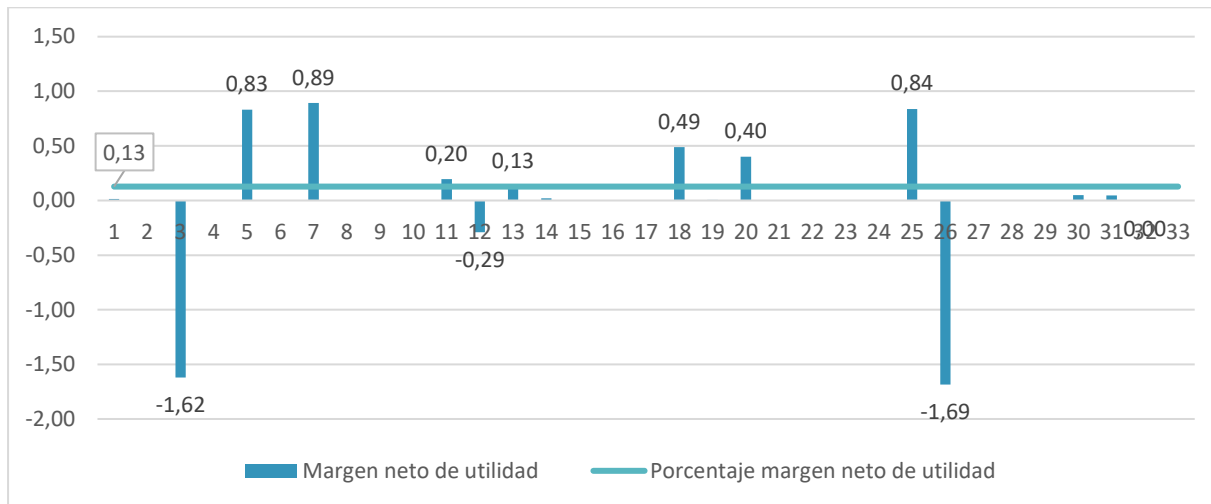


Nota: Elaborado por autora

7.1.1.3. Analisis del promedio de la instrista del indicador margen de utilidad

El analisis indica que hay 7 empresas que tienen un margen neto superior al 13%, esto sugiere que estas empresas tienen una mayor eficiencia en la gestion de costos, mientras que 26 empresas con un margen neto inferior al 13%, indica que la mayoría de las empresasas del sector no estan logrando una eficiencia similar al promedio.

Figura 14
Promedio de margen neto de utilidad

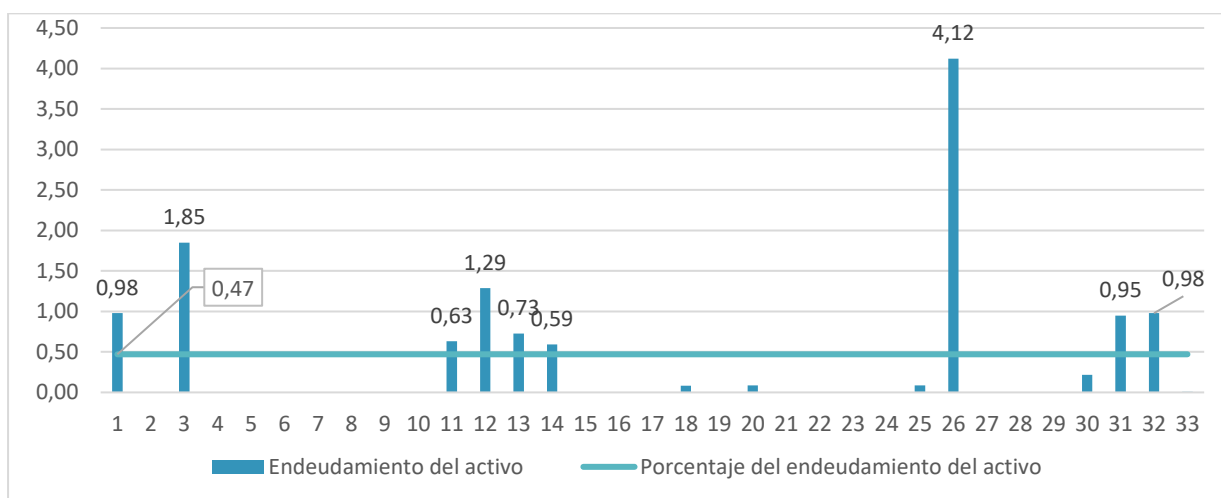


Nota: Elaborada por autora

7.1.1.4. Análisis del promedio de la industria del indicador endeudamiento del activo

El analisis indica que 9 empresas estan por encima del promedio tienen un endeudamiento del activo mayor a 0,47, esto sugiere que estas empresas tiene mayor proporcion de sus activos financiados por deuda en comparacion con el promedio del sector, mientras que 24 empresas estan por debajo del promedio del sector, esto indica que tiene una menor dependencia de deuda para financiar sus operaciones.

Figura 15
Promedio del endeudamiento del activo

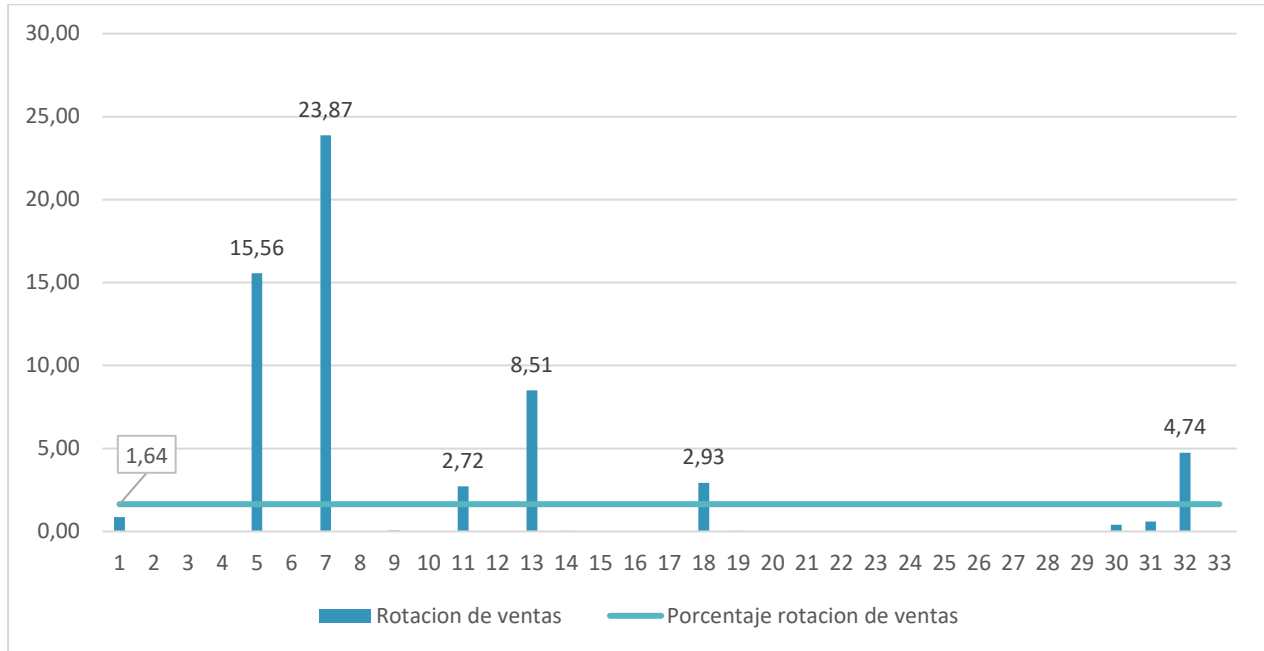


Nota: Elaborado por la autora

7.1.1.5. Analisis del promedio de la insutria del indicador rotacion de ventas

El analisis indica que 6 empresas estan por encima del sector lo que indica que estan generando mas ventas con la misma cantidad de activos en comparacion con el promedio del sector , mientras que 27 empresas estan por debajo del promedio lo que indica que estan generando menos ventas en relacion con sus activos en comparacion con el promedio del sector.

Figura 16
Promedio de rotación ventas

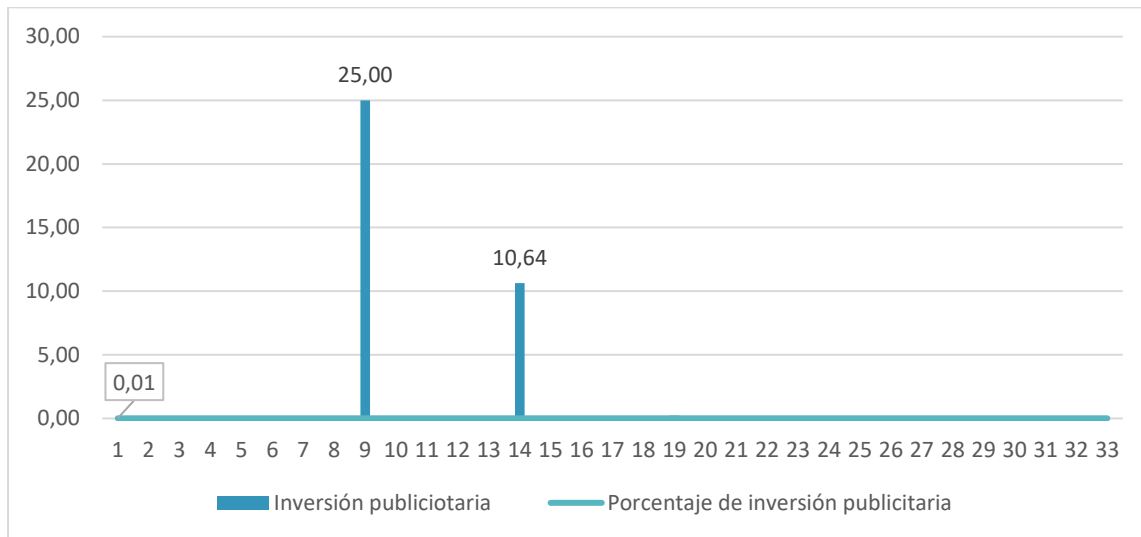


Nota: Elaborado por la autora

7.1.1.6. Analisis del promedio de la industria del indicador inversion publicitaria

El analisis indica que 2 empresas estan por encima del promedio lo que indica que estan invirtiendo mas en la capacitacion de su personal lo que podrian estar buscando ventaja competitiva a traves de una fuerza laboral, y por debajo del promedio 31 empresas con bajo nivel de inversion publicitaria.

Figura 17
Promedio de inversión publicitaria

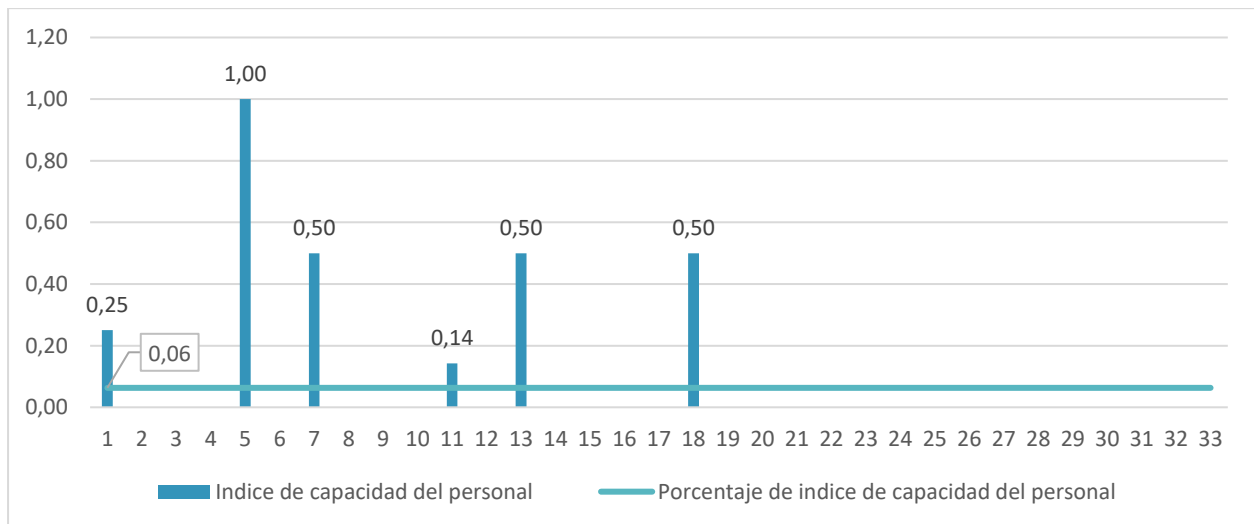


Nota: Elaborado por autora

7.1.1.7. Análisis del promedio de la industria del indicador capacitación del personal

El análisis indica que hay 6 empresas que están por encima de la industria, esto significa que las empresas están invirtiendo más en la capacitación de sus empleados, y por debajo del promedio hay 33 empresas esto indica que están invirtiendo menos en la capacitación en comparación con el promedio de la industria.

Figura 18
Promedio de índice de capacitación del personal



Nota: Elaborado por autora

8. Conclusiones

- En conclusión, la caracterización del sector construcción en los cantones, Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga se llevó a cabo con el objeto de determinar los factores claves de éxito, lo que proporciona una comprensión más profunda de la dinámica empresarial en esta área. Se analizaron 33 empresas dedicadas a la construcción en los diferentes cantones ya mencionados.
- Las empresas de construcción pueden evaluar su desempeño organizacional en función de indicadores financieros y no financieros basados en los factores claves de éxito propuestos. Además, a través de la caracterización del sector, se identificaron las necesidades de la empresa, lo que llevo a establecer 5 indicadores financieros y 2 no financieros. Estos indicadores ofrecen información valiosa que permite a las empresas contar con una base sólida para una gestión más informada y eficiente en su actividad comercial.
- El análisis estratégico y el cálculo de promedios para el sector de construcción han relevado datos cruciales sobre el desempeño de las empresas, lo que ha generado una comprensión más completa de las oportunidades y desafíos que enfrenta este sector. Además, ha permitido entender el nivel económico de cada empresa. Se identifico ciertos valores interesantes en el grupo empresarial como es la rentabilidad operativa sobre activo (ROA considerada bajo con un porcentaje de 0,13

9. Recomendaciones

- Se sugiere que las empresas del sector estudiado analicen como pueden adaptar sus estrategias y practicas operativas para aprovechar los factores claves de éxito identificados en el estudio. Esto puede incluir ajustes en la gestión de recursos humanos, estrategias de marketing o enfoques de desarrollo de servicio.
- Se recomienda a las empresas implementar un sistema de seguimiento y evaluación que utilice estos indicadores financieros y no financieros. Esto les permitiría monitorear su progreso hacia las metas específicas y realizar ajustes estratégicos según sea necesario para mejorar su desempeño.
- Basándose en los datos obtenidos las empresas de construcción deben realizar un análisis más detallado para identificar áreas específicas de mejora, esto podría incluir buscar formas de aumentar la rentabilidad operativa sobre activos (ROA) mediante la optimización de procesos, la reducción de costos.

10. Bibliografía

- Aching, C. (14 de enero de 2012). Ratios Financieros y las Matemáticas de la Mercadotecnia. En C. Aching, *¿Desmordenización y Globalización?* (págs. 1-59). Prociencia y Cultura S.A. Soluciones Científicas: <https://acortar.link/Dyxlhq>
- Acosta, Z. (31 de octubre de 2010). *Indicadores*. Virtual Knowledge Centre to End Violence against Women and Girls: <https://www.endvawnow.org/es/articles/336-indicadores.html>
- Aguilar, R., Calvo, L., De la Cruz, D., De la Cruz, L., Delgado, J., & Pérez, E. (17 de octubre de 2017). *Indicadores de rendimiento*. Calameo: <https://www.calameo.com/read/00534201421fb88dcac5c>
- Arias, J., Burgos, L., & Gómez, C. (2017). (“Diagnóstico estratégico del sector de la construcción en el municipio ...”) Universidad Cooperativa de Colombia. <https://acortar.link/KOpF7r>
- Azar, J., & Pinzón, E. (2020). *Diagnóstico, perspectivas o propuestas de recuperación del Sector Construcción*. Escuela Superior Politecnica del Litoral. <https://acortar.link/Vr9WpY>
- Becerra, N. (17 de marzo de 2018). Análisis de la rotación de personal. 1-95. <https://core.ac.uk/download/326642049.pdf>
- Belch, G. E., & Guzmán, J. L. (2012). *Publicidad y Promoción: Perspectiva en la comunicación de marketing integrada*. McGraw-Hill.
- Beltrán, M. (1993). *Indicadores de gestión*. Bogotá.
- Bernal Domínguez, D., Mora Palazuelos, C. E., & Arellano Unzaga, G. (2014). La alternativa del diagnóstico empresarial en la gestión directiva en las pequeñas empresas. *TELOS, Vol. 16(2)*, 278-299. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99331125005.pdf>
- Boudreau, D. (24 de octubre de 2019). *Indicadores mínimos de seguridad y salud en el trabajo*. SafetYA: <https://safetya.co/indicadores-minimos-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Carrillo, P. (10 de noviembre de 2022). *¿Cómo calcular el índice de ausentismo laboral?* Universidad Internacional de La Rioja-UNIR: <https://www.unir.net/empresa/revista/indice-absentismo-laboral/>

- Cascio, I. (2014). *Porcentaje prestacional*.
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/27971/actualizacion>
- Cauqueva, J. (2007). *Guía de elaboración de diagnósticos*. Ing. Agr. Javier Rodríguez Cauqueva - PDF Free Download. DocPlayer: <https://acortar.link/iojno8>
- Cespedes, S. (2019). “*Los Ratios Financieros*”. UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN:
<https://acortar.link/eXXEDN>
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. México: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. (3ª. edición ed.). México: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2010). *Gestión de Talento Humano*.
- Chiavenato, I. (2010). *Gestión del Talento Humano*.
- Clavijo, C. (2019). *Qué es la gestión empresarial: características, importancia y ejemplos*. Blog de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/gestion-empresarial>
- Da Silva, D. (12 de enero de 2023). *Gestión de ventas en una empresa*. Zendesk:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/gestion-de-ventas/>
- D'Alessio Ipinza, F. (2003). *Dirección Estratégica*. Editorial Norma.
- De la Fuente, J. (11 de mayo de 2010). *¿Cómo se construye un Indicador de Desempeño?* (I. I. Unidas., Productor) Catálogo de recursos SCALA:
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24534w/Construccion_de_indicadores.pdf
- Drucker, P. F. (2006). *Innovación y Emprendimiento*.
- Flores, J., María, F., Melendres, E., Goyes, A., & Vaca, S. (26 de abril de 2018). La contratación de personal en administración de talento humano. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana- Eumednet*, 1-19. Eumednet:
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/personal-talento-humano.html>
- García, E. (11 de enero de 2019). *Fuentes de Información*. Las TIC's y las TAC's en la educación:
<https://acortar.link/ybTc2m>
- García, L. (2011). *Gestión de ventas*. España.

- García, M. (15 de noviembre de 2020). *¿Cómo calcular el costo por contratación de personal?*
TuDashboard: <https://tudashboard.com/costo-por-contratacion-de-personal/>
- Garza Flores, M. J., & Solares Martinez, G. (2018). *La complejidad y el diagnóstico sectorial*.
Observatorio de la Economía Latinoamericana, (diciembre).
- Garzozzi, R., Perero, J., Rangel, E., & Vera, J. (2017). Análisis de los indicadores financieros en los principales bancos privados del Ecuador. *Revista de Negocios & PyMES*, Vol. 3(9), 1-16.
<https://acortar.link/65xC4h>
- Gilles, D. (12 de noviembre de 2014). *Distribución Numérica y Distribución Ponderada, los KPIs claves*. POS Potential: <https://acortar.link/7mkGFM>
- Giraldo, C. (2018). La importancia del salario emocional. *Dialnet*(156), 32-33.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7103382>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principios de Administración Financiera*. Pearson Educación.
- Gómez, D. (23 de mayo de 2023). *Los 14 indicadores de recursos humanos clave en una empresa*.
HubSpot: <https://acortar.link/e365f3>
- González, J. M. (2015). El diagnóstico sectorial como herramienta para la toma de decisiones estratégicas en las empresas. *Revista de economía y Empresa*.
- Granda, J. J. (2022). *“Evolución del Sector de la Construcción Y Su Incidencia En El Crecimiento Económico En Ecuador, En El Período 1990 – 2020”*.
- Gutiérrez, J., & Tapia, J. (2016). *Relación Entre Liquidez Y Rentabilidad De Las Empresas*. Lima: Universidad Peruana de Unión. <https://acortar.link/s55OaF>
- Hernández, C. (2021). *Clasificación de las empresas*. Blog de Spain Business School:
<https://acortar.link/VStEko>
- Hernández, Y., Hernández, G., & Mendieta, A. (2013). Modelo de rotación de personal y prácticas organizacionales. *Historia y Comunicación Social*, Vol. 18(Especial Diciembre), 837-863.
https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44369

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. INEC-Ecuador en Cifras: <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Koontz, H., & Wehrich, H. (2010). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. Editorial McGraw-Hill.
- Manchego, T. (2016). Análisis Financiero y la Toma de Decisiones en la Empresa CLINICA PROMEDIC S.CIVIL.R.L. *Trabajo de Titulación*, 14-15. Universidad Privada de Tacna. <https://acortar.link/SikuWc>
- Márquez, D. (2019). *Índice en los Salarios y Coeficiente de Variación Salarial: Metodológica N° 16*. https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/sociedad/cvs_metodologia.pdf
- Martínez, M. A. (2013). *"Epidemiología básica"*. Díaz de Santos.
- Mero-Vélez, J. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento en la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN : 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, Vol. 3(8), 84-102. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Merril, M. (2017). *Estudio del efecto en los factores que inciden en el crecimiento del sector de la Construcción en el Ecuador Período 2007-2016*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <https://acortar.link/ExFoBZ>
- Miñano, L. (19 de junio de 2016). Ratios Financieros. *Diario La Exitosa*, págs. 1-2. https://www.glf.com.pe/exitosa_articulos/19_junio_2016.html
- Morgan, M. (2012). *Los proyectos de Desarrollo*. INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA (IICA).: <http://repiica.iica.int/docs/B3671e/B3671e.pdf>
- Palacios, M. (3 de marzo de 2020). *¿Qué es gestión de servicios? Guía práctica, ventajas y tipos?* Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/gestion-de-servicios/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2022). *Mano de obra - Qué es, clasificación, definición y concepto*. Diccionario: Definición de: <https://definicion.de/mano-de-obra/>

- Philip, K., & Trias de Bes, F. (2004). *Cómo convertir lo habitual en algo extraordinario*.
- Philippe, M. (2019). *Ratios financieros: tipos, fórmulas, interpretación y ejemplos*. (CFORemoto) CFORemoto-blog: <https://acortar.link/56qzmS>
- Pirela, J. L., Pérez, M. I., & Sosa, M. (2009). *Calidad de Servicio y Atención al Cliente*. La Muralla.
- Platt, R. (Marzo de 2017). *Información y Noticias FIIC*. Construcción, pilar de la economía, el desarrollo urbano y el avance industrial: <https://acortar.link/ttsg9T>
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas en el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*.
- Prieto Valiente, L. (2004). *Gestión de proyectos de edificación*. Editorial Reverte.
- Puente, M., Calero, E., Carrillo, J., & Gavilánez, O. (2022). *FUNDAMENTOS DE GESTIÓN FINANCIERA* (Primera ed.). Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH). <https://doi.org/https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.70>
- Ruiz, D., Hernández, C., & Campos, Y. (2013). Análisis de la Severidad y frecuencia de la Accidentalidad en la empresa de tejas con poliéster reforzado con fibra de vidrio. <https://acortar.link/f4XYtf>
- Salazar, A. (22 de julio de 2020). *Estudio de mercado análisis del sector. La actividad económica está dividida en sectores económicos*. FOMAG: <https://acortar.link/rxtn9z>
- Samaniego, M. (septiembre de 2023). *Margen de contribución: definición y cálculo*. IONOS: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/margen-de-contribucion/>
- Sánchez, J. M., & Méndez, D. (2003). *Creación de empresas y factores clave de éxito*. Ediciones Pirámide.
- Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP). (2017). *Ley de Compañías-Registro Oficial 312 de 05-nov.-1999*. (L. FINDER, Editor) Portal de Compras Públicas Ecuador.: <https://acortar.link/4AuGsA>
- Spadaro, J. (2018). Los 8 criterios de Clasificación de las empresas. *Ensamble de Ideas*(Edición N°: 2217), 1. <https://acortar.link/kS46AU>

- Spadaro, J. (2021). Sectores económicos explicados con ejemplos. *Esamble de Ideas*. (Edición N°: 2217), 1. <https://www.ensambledeideas.com/sectores-economicos/>
- Stanton, W. J. (2017). *Fundamentos de marketing*. McGraw-Hill.
- Torres, D. (12 de agosto de 2023). *Rentabilidad de una empresa: qué es, cómo calcularla y ejemplos*. Blog de HubSpot: <https://acortar.link/ltPYSO>
- Villaseñor, I. (19 de Octubre de 2022). *Tipos de indicadores*. <https://acortar.link/2i3rep>
- Zayas, I. (2022). La mejora continua: Elemento de competitividad empresarial. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*, Vol. 9(16). <https://acortar.link/iD9Use>
- Zendesky, M. (12 de noviembre de 2022). *Costo de adquisición de clientes: qué es, ejemplos y fórmulas*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-significa-cac/>
- Zutte, C., & Gitman, L. (2016). *Principios de Administracion Financiera* (Décimo Segunda ed.). PEARSON EDUCACIÓN. <https://doi.org/https://acortar.link/j2reUZ>

11. Anexos

Anexo 1

Certificado de Traducción

CERTF. N° 10.6 – 2024
Loja, 10 de junio del 2024

El suscrito Franco Guillermo Abrigo Guarnizo.
Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

A petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICA:

Que **Karen Glomar Cuenca Rojas** con cédula de identidad número **Cédula: 1104952161**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, completó satisfactoriamente la presente traducción de español a inglés del Trabajo de Integración Curricular denominado **Diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Carimanga**.

Traducción que fue guiada y revisada minuciosamente por mi persona. En consecuencia, se da validez a la presentación de la misma. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo la interesada hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



Franco Guillermo Abrigo Guarnizo

Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

Número de Registro Senescyt: 1008-2021-2368808

Cédula: 1104492127

email: franco.abrigo@hotmail.com

celular:0990447198

Anexo 2

Formato de encuesta

Encuesta a los propietarios de las empresas del sector.

La presente encuesta tiene como objetivo llevar a cabo un diagnóstico sectorial del grupo empresarial construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga, por ello, se le pide de la manera más respetuosa se digne en responder con mucha sinceridad. Todas las respuestas serán completamente anónimas para asegurar la confidencialidad de la información.

Instrucción General: Lea atentamente las preguntas y marque con una (x) según corresponda

Factores de Éxito

1. **¿Cuál o cuáles de los siguientes factores encaminan su empresa al éxito? Puede escoger varias respuestas**

- Mejora continua
 Calidad de servicio
 Capacitación del personal
 Publicidad y comunicación
 Gestión financiera eficiente
Otro.....

2. **¿Aplica indicadores de gestión como herramienta de evaluación en su empresa de construcción?**

- Si
 No

Si su respuesta es afirmativa continúe con la siguiente, caso contrario pase a la pregunta 5

3. **¿Considera importante aplicar los indicadores de gestión a la empresa de construcción para su correcta supervisión?**

- Si
 No

4. **¿Qué indicador de gestión aplica?**

- Indicadores Financieros
 Indicadores de Ventas
 Indicadores de Servicio
 Indicadores de talento humano
Otro.....

Ventas

1. **¿Cuál es el monto aproximado de gastos anuales del departamento de marketing?**

- \$1.001
 \$2.001
 \$3.001
 \$4.001
 \$5.001

2. **¿En un año cuál es el monto de gastos que invierte la empresa para el reclutamiento de nuevo personal?**

- () \$1.001 - \$2.000
- () \$2.001 - \$3.000
- () \$3.001 - \$4.000
- () \$4.001 - \$5.000
- () \$5.001 - \$6.000
- Otro.....

Financiero

3. Aproximadamente ¿Cuál es el monto de Activos corrientes que posee su empresa?

- () \$1.000,00 - \$20.000,00
- () \$20.000,00 – \$40.000,00
- () \$40.000,00 - \$60.000,00
- () \$60.000,00 - \$80.000,00
- () Mas de \$80.000,00

4. ¿Aproximadamente ¿Cuál es el monto de Pasivos corrientes que posee su empresa?

- () \$1.000,00 - \$20.000,00
- () \$20.000,00 – \$40.000,00
- () \$40.000,00 - \$60.000,00
- () \$60.000,00 - \$80.000,00
- () Mas de \$80.000,00

Talento Humano

5. ¿Usted capacita a su personal? Si la pregunta es si pase a la siguiente

Si () No ()

6. ¿Cuántas capacitaciones anuales reciben sus empleados?

- 1 vez al año ()
- 2 veces al año ()
- 3 veces al año ()
- 4 cuatro veces al año ()

Gracias por su tiempo y colaboración.

Anexo 3
Fotografías como evidencia



Anexo 4
Certificado de plagio



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de
Administración de
Empresas

Loja, 18 de junio de 2023

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

Ciudad. -

A quien corresponda:

Por medio del presente comunico que el trabajo de integración curricular titulado **“Diagnostico sectorial del grupo empresarial construcción de los cantones Paltas, Catamayo, Gonzanamá y Cariamanga”**, presentado por la estudiante **Karen Giomar Cuenca Rojas** con **CI: 1104952161**, ha sido sometido a una revisión de plagio y se ha determinado que el trabajo mencionado presenta un 26,5% de similitud con otras fuentes bibliográficas.

Particular que informo a usted para los fines pertinentes



**CARLOS ROBERTO
CARPIO AYALA**

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

