



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

Título

Diagnóstico sectorial de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo.

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciado en Finanzas

Autor:

Edwin Alexander Pinzón Imaicela

Director:

Ing. Abraham Boanerges Crespo Córdova PhD

Loja – Ecuador

2024



CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Crespo Cordova Abraham Boanerges**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Diagnóstico sectorial de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo**, perteneciente al estudiante **EDWIN ALEXANDER PINZON IMAICELA**, con cédula de identidad N° **1105806325**.

Certifico:

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

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

Loja, 1 de Marzo de 2024



Firmado electrónicamente por:
ABRAHAM BOANERGES
CRESCO CORDOVA

F) -----
**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000561

Autoría

Yo, **Edwin Alexander Pinzón Imaicela**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105806325
Fecha: 01 de marzo de 2024
Correo electrónico: edwin.pinzon@unl.edu.ec
Teléfono: 0995243134

Carta de Autorización del estudiante

Yo, **Edwin Alexander Pinzón Imaicela**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Diagnóstico sectorial de las actividades de peluquerías para varones y mujeres del cantón Catamayo**, como requisito para optar el título de **Licenciado en Finanzas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

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

Para la constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al primer día del mes de marzo de dos mil veinticuatro.

Firma:

Autor: Edwin Alexander Pinzón Imaicela

Cédula de identidad: 1105806325

Dirección: El Porvenir, Catamayo

Correo electrónico: edwin.pinzon@unl.edu.ec

Teléfono: 0995243134

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Integración Curricular

Ing. Abraham Boanerges Crespo Córdova PhD

Dedicatoria

Con profundo respeto y gratitud, dedico este trabajo ante todo a Dios, fuente inagotable de amor y sabiduría, quien ha guiado cada paso de mi camino con luz y esperanza. En especial, extendiendo mi devoción a San Martín de Porres, cuya vida de servicio y humildad han sido un faro inspirador en momentos de incertidumbre y desafío.

A mi madre, Rosa Esperanza Imaicela Jima, mi pilar de fortaleza y amor incondicional. Su sacrificio, dedicación y las enseñanzas han sido el cimiento sobre el que he construido mis sueños. A ti, madre, te debo no solo la vida, sino la calidad de persona que aspiro ser. A mis hermanos Juan, Luis, Rosa, Liliana, Yadira, Ruben, Darwin y Henry, quienes han sido mis compañeros de vida, ofreciéndome su apoyo incondicional, su comprensión y sus invaluable consejos, cada uno han contribuido a mi crecimiento personal y académico, compartiendo conmigo las alegrías y los retos que hemos enfrentado como familia.

Edwin Alexander Pinzón Imaicela

Agradecimiento

Quiero expresar, mi más profundo agradecimiento a Dios, por ser mi guía y sostén en cada paso de este camino llenándome de gratitud por cada bendición recibida. Extendiendo un agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, en la Facultad Jurídica, Social y Administrativa y a todos sus docentes, por brindarme una educación de calidad, por el apoyo incondicional y por fomentar en mí el deseo de superación y el ímpetu por el conocimiento, esta institución no solo ha sido mi alma mater en lo académico, sino también en valores y principios.

A mis amigos, gracias por su amistad, apoyo y momentos compartidos, cada risa, cada conversación y cada momento de apoyo mutuo han sido pilares fundamentales en este viaje. Su presencia ha hecho esta etapa más llevadera.

Y a los docentes Ing. Abraham Crespo Ph D. e Ing. Johanna Ochoa Mg. Sc., por su dedicación, paciencia y guía constante a lo largo de mi proceso de trabajo. Su disponibilidad, consejos y críticas constructivas han sido cruciales para mi desarrollo y éxito en este proyecto, su compromiso no solo con mi aprendizaje, sino también con mi crecimiento personal.

Edwin Alexander Pinzón Imaicela

Índice de Contenido

Portada	i
Certificación.....	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización del estudiante	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenido	vii
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras	xi
Índice de Anexos.....	xi
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico.....	7
4.1. Antecedentes	7
4.1.1. Evidencia internacional.....	7
4.1.2. Evidencia regional.....	8
4.1.3. Evidencia nacional	9
4.2. Fundamentos teóricos	10
4.2.1. Teoría de la administración.....	10
4.2.1.1. Teoría de la administración científica	10
4.2.1.2. Teoría clásica de la administración	10
4.3. Fundamentos conceptuales	10
4.3.1. Diagnóstico general.....	10
4.3.2. Diagnóstico sectorial.....	12
4.3.2.1. Concepto	12
4.3.2.2. Necesidad de un diagnóstico sectorial	13
4.3.2.3. Proceso para realizar un diagnóstico sectorial	13
4.3.2.4. Proceso de un diagnóstico sectorial	14
4.3.2.5. Herramientas para realizar un diagnóstico sectorial	15
4.3.3. Indicadores de gestión.....	16

4.3.4. Requisitos de los indicadores.....	17
4.3.5. Utilidad de los indicadores.....	18
4.3.6. Promedios de la industria.....	18
4.3.7. Sector Productivo.....	18
4.3.8. Sector de servicios	19
4.3.9. Importancia	20
4.3.10. Factores de éxito de las empresas	20
4.3.11. Riesgos físicos y ambientales	21
4.3.12. División general	21
4.3.13. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).....	23
4.3.14. Estructura jerárquica de la CIIU	24
4.4. Fundamentación legal	24
4.4.1. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.....	24
4.4.2. Ley de Compañías.....	25
4.4.3. Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares	25
4.4.4. Servicio de Rentas Internas.....	26
4.4.5. Resolución de obligatoriedad en llevar contabilidad	26
4.4.6. Índice de satisfacción al cliente	27
4.4.7. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.....	27
4.5. Marco histórico	29
4.5.1. Historia del sector de servicios	29
4.5.2. Inicios de las peluquerías	29
4.5.3. Actividades de peluquerías y otros tratamientos de belleza	30
5. Metodología.....	31
5.1. Área de estudio.....	31
5.2. Enfoque de la investigación	31
5.3. Alcance de la investigación.....	31
5.3.1. Descriptiva	31
5.3.2. Exploratorio	32
5.3.3. De campo	32
5.4. Métodos de investigación.....	32
5.4.1. Deductivo	32
5.4.2. Inductivo	32

5.4.3. Sintético	33
5.5. Diseño de investigación	33
5.5.1. Transversal	33
5.6. Técnicas de investigación	33
5.6.1. Observación	33
5.6.2. Bibliográfica.....	33
5.6.3. Encuesta	34
5.7. Procedimiento y análisis de datos	34
6. Resultados.....	37
6.1. Objetivo 1: Caracterizar las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo para definir los factores de éxito del sector empresarial.....	37
6.1.1. Descripción de las particularidades de las peluquerías para varones y mujeres.....	37
6.1.1.1. Características de las actividades de peluquería.	37
6.1.1.2. Clasificación CIIU Nacional de las actividades de peluquerías.	38
6.1.2. Particularidades de las actividades de peluquería	38
6.1.3. Desarrollo Económico.....	39
6.1.4. Servicios Principales	39
6.1.5. Barreras de entrada para ingresar en el sector de las peluquerías.....	40
6.1.6. Estadísticas del sector	41
6.1.7. Cuantificación de las empresas	41
6.2. Objetivo 2: Establecer los indicadores de desempeño empresarial de las actividades de peluquerías para varones y mujeres del cantón Catamayo, para facilitar el acopio de información primaria.	42
6.2.1. Factores claves de éxito del sector de peluquerías.....	42
6.2.2. Indicadores de desempeño financiero	43
6.2.1.2. Razón de actividad.....	43
6.2.1.3. Razón de endeudamiento	44
6.2.1.4. Razón de rentabilidad	44
6.2.3. Indicadores de desempeño no financiero	45
6.3. Objetivo 3: Determinar las estadísticas y los promedios de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo con información primaria y secundaria.....	49
6.3.1. Tabulación de resultados de encuesta	49
6.3.2. Tabulación de resultados.....	51
6.3.2.1. Perspectivas de Servicios que brinda	51

6.3.2.2. Perspectivas de recursos humanos	53
6.3.2.3. Perspectivas de servicios que brinda.....	54
6.3.2.4. Perspectiva cliente.....	56
6.3.3. Indicadores financieros	57
6.3.3.1. Razón corriente	57
6.3.3.2. Capital de trabajo	58
6.3.3.3. Endeudamiento del activo	59
6.3.3.4. Rentabilidad sobre los activos.....	59
6.3.3.5. Rendimiento sobre el patrimonio neto	60
6.3.3.6. Rotación del patrimonio.....	61
6.3.4. Indicadores no financieros en las actividades de peluquerías.....	61
6.3.4.1. Capacitación de los socios.	61
6.3.4.2. Efectividad en inversión de publicidad.....	62
7. Discusión	64
8. Conclusiones.....	67
9. Recomendaciones	68
10. Bibliografía.....	69
11. Anexos	73

Índice de Tablas

Tabla 1. Aspectos a medir en un diagnóstico	14
Tabla 2. Clasificación CIIU. estructura	23
Tabla 3. Principales funciones de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.....	24
Tabla 4. Tipos de Contribuyente en Ecuador.....	27
Tabla 5. Clasificación Industrial Internacional Uniforme del Sector de peluquerías	38
Tabla 6. Servicios principales para el cuidado capilar y personal	40
Tabla 7. Factores claves de éxito de las actividades de peluquerías.....	42
Tabla 8. Indicadores de actividad	44
Tabla 9. Indicadores de endeudamiento.....	44
Tabla 10. Indicadores de Rentabilidad.....	45
Tabla 11. Indicadores no financieros cuantitativos.....	45
Tabla 12. Matriz de indicadores financieros y no financieros en las actividades de peluquerías	47
Tabla 13. Perspectivas de servicios ofrecidos por peluquerías.....	51

Tabla 14. Datos de los recursos humanos en peluquerías.....	53
Tabla 15. Datos generales de la empresa.....	54
Tabla 16. Resumen de los promedios y estadísticas de los indicadores aplicados	63

Índice de Figuras

Figura 1. Estructura de competencia de las cinco fuerzas de Porter.....	16
Figura 2. Servicios de Peluquerías: Oferta segmentada por clientela.....	49
Figura 3. Distribución de propiedad de locales en las peluquerías.....	50
Figura 4. Número de capacitaciones realizadas por los propietarios de las peluquerías	50
Figura 5. Tipo de capacitación que reciben los socios.....	51
Figura 6. Distribución del rango de edad de clientes masculinos en peluquerías.....	56
Figura 7. Distribución del rango de edad de clientes femeninas en peluquerías	57
Figura 8. Razón corriente de las peluquerías	58
Figura 9. Promedio del indicador capital de trabajo	58
Figura 10. Razón deuda sobre activos de las peluquerías.....	59
Figura 11. Rentabilidad sobre los activos	60
Figura 12. Rentabilidad sobre el patrimonio de las peluquerías	60
Figura 13. Rotación del Patrimonio	61
Figura 14. Promedio del indicador capacitaciones socios	62
Figura 15. Promedio del Indicador de efectividad en inversión de publicidad	62

Índice de Anexos

Anexo 1. Afiche de sensibilización	73
Anexo 2. Afiche de resultados publicados.....	75
Anexo 3. Modelo de encuesta.....	77
Anexo 4. Estadísticas reales perspectiva financiera	81
Anexo 5. Tabla resumen real de los indicadores por informante de los indicadores financieros	82
Anexo 6. Tabla resumen real de los indicadores por informante de los indicadores no financieros.....	84
Anexo 7. Registro de entrega de volantes de difusión de resultados.....	86
Anexo 8. Evidencias fotográficas	87
Anexo 9. Certificado de traducción del ABSTRACT	88

1. Título

Diagnóstico sectorial de las actividades de peluquerías para varones y mujeres del cantón Catamayo

2. Resumen

El diagnóstico sectorial es un análisis exhaustivo que evalúa la situación actual de un determinado sector económico, incluye el estudio de tendencias de mercado, competencia, regulaciones, tecnología y factores socioeconómicos que afectan al sector. El objetivo de esta investigación direcciona a efectuar un diagnóstico sectorial de las peluquerías y servicios relacionados con el cuidado de belleza en el cantón Catamayo. Se busca, con ello ofrecer orientaciones que ayuden a mejorar el desempeño y la posición competitiva del sector, mediante la mejora de la eficiencia operacional, la introducción de innovaciones, el incremento de la calidad de servicios y el aumento de la rentabilidad. La metodología adoptada es de enfoque mixto, con alcance descriptivo, exploratorio y de campo, mientras que la técnica para la recolección de datos se centró en la aplicación de la encuesta dirigida a responsables de las entidades clasificadas bajo la actividad CIU S960200. A través de este proceso, se logró discernir los elementos cruciales para el éxito, así como medir los indicadores de rendimiento tanto financieros como no financieros. Estos elementos constituyen herramientas fundamentadas para la evaluación y comprensión del sector, apoyándose en el análisis de estadísticas y promedios sectoriales pertinentes. Como resultados, se determinó que las compañías presentan una liquidez de \$ 4,90 y disponen de un capital de trabajo de \$ 411.82, demostrando una utilización eficiente de sus activos y capital. Logran una rentabilidad del 1,72% sobre los activos y del 1,89% sobre su patrimonio; manteniendo un nivel de endeudamiento reducido. Finalmente, en las conclusiones se resalta que, para que las organizaciones tengan un rendimiento positivo, es crucial conocer al cliente y ofrecer una atención eficaz y eficiente. Además, deben modernizar sus servicios y desarrollar estrategias continuamente.

Palabras claves: Actividades de peluquerías, indicadores de desempeño, promedios de la industria,

2.1. Abstract

The sectoral diagnosis is an exhaustive analysis that evaluates the current situation of a specific economic sector, including the study of market trends, competition, regulations, technology and socio-economic factors that affect the sector. The objective of this research is to carry out a sectoral diagnosis of hairdressing salons and services related to beauty care in the canton of Catamayo. The aim is to offer guidelines to help improve the performance and competitive position of the sector by improving operational efficiency, introducing innovations, increasing the quality of services and increasing profitability. The methodology adopted is a mixed approach, with a descriptive, exploratory and field scope, while the data collection technique focused on the application of a survey aimed at the heads of entities classified under ISIC activity S960200. Through this process, it was possible to discern the crucial elements for success, as well as to measure both financial and non-financial performance indicators. These elements constitute a sound tool for the evaluation and understanding of the sector, supported by the analysis of relevant statistics and sectoral averages. As results, it was determined that the companies present a liquidity of \$ 4.90 and have a working capital of \$ 411.82, demonstrating an efficient use of their assets and capital. They achieve a return of 1.72% on assets and 1.89% on equity, while maintaining a low level of indebtedness. Finally, the conclusions highlight that for organisations to perform positively, it is crucial for them to know their customers and to offer effective and efficient customer service. In addition, they must continuously modernise their services and develop strategies.

Keywords: Hairdressing activities, performance indicators, industry averages,

3. Introducción

La dinámica del diagnóstico sectorial presenta un análisis exhaustivo y en profundidad de evaluación de múltiples variables y factores, incluyendo el comportamiento del mercado, las regulaciones gubernamentales, y las dinámicas competitivas entre otros, este enfoque no solo se centra en un análisis estático, sino que también presta atención a cómo el sector evoluciona.

Los diagnósticos sectoriales desempeñan un rol crucial como soporte en el proceso de toma de decisiones, el desarrollo de políticas y la formulación de estrategias a nivel de los sectores de un país. Dado el complejo entorno actual, identificar y comprender la estructura de un sector y sus dinámicas cambiantes puede presentar significativos desafíos (López et al., 2021).

El análisis estratégico se lleva a cabo en todas las empresas con el objetivo de evaluar la posición en la que se encuentra la organización, esto implica realizar un examen tanto interno como externo de la misma. La efectividad de las organizaciones se deriva de implementar estrategias que sean pertinentes, evitando así la inversión de tiempo y recursos en tácticas que no son necesarias para su nicho de mercado (Arrieta et al., 2021).

La evolución de las empresas a lo largo del tiempo ha demostrado la importancia crucial de adaptarse a cambios dinámicos, un proceso que puede ser significativamente optimizado mediante la aplicación de diagnósticos sectoriales, al centrarse en factores clave, elementos únicos e indispensables del sector específico bajo estudio, permiten una comprensión profunda de las tendencias, desafíos y oportunidades existentes. En el sector económico de las actividades de peluquerías, revela la introspección valiosa sobre las preferencias cambiantes de los consumidores, la innovación en servicios, la sostenibilidad de prácticas y la competencia creciente. De esta manera las peluquerías ajustan sus estrategias operativas y comerciales de manera informada, asegurando su relevancia y competitividad en un mercado en constante evolución (Jamanca, 2015).

En este escenario, se presenta un desafío significativo debido a la falta de acceso a datos financieros que sean clasificados, actualizados y accesibles, lo cual restringe el desarrollo organizacional de las empresas, particularmente en el sector de servicios, esta carencia impide que las compañías puedan evaluarse en relación con el promedio de la industria, resultando en la toma de decisiones inadecuadas tanto para las empresas ya establecidas en el mercado como para aquellas que planean ingresar próximamente.

En este marco, el objetivo principal se define como la creación de un diagnóstico sectorial para las actividades de peluquerías en el cantón Catamayo, para lograr este cometido, es necesario llevar a cabo una serie de tareas coordinadas, que incluyen la identificación de las características específicas de esta actividad económica para determinar los factores críticos que impulsen el éxito en este ámbito; la implementación de indicadores de rendimiento específicos para las entidades de este sector, con el fin de evaluar el grado de éxito en los factores críticos identificados; y, por último, el cálculo de estadísticas y promedios relevantes para la actividad económica en cuestión.

A través de la realización de este conjunto de tareas se consigue responder a la interrogante planteada al comienzo del estudio, ¿En qué condiciones económicas se encuentran las empresas que realizan actividades de peluquerías para varones y mujeres en el cantón Catamayo, que permitan determinar el desempeño organizacional de dicho sector?

Para responder a la interrogante de investigación propuesta, se llevan a cabo tareas enfocadas en tres metas particulares: 1. Caracterizar las actividades de peluquerías para varones y mujeres del cantón Catamayo, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial, 2. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de las actividades de peluquerías para varones y mujeres del cantón Catamayo, para facilitar el acopio de información primaria, y el 3. Determinar las estadísticas y los promedios de las actividades de peluquerías para varones y mujeres del cantón Catamayo con información primaria y secundaria.

La investigación se llevó a cabo a nivel cantonal, abarcó el análisis de 34 empresas dedicadas a ofrecer servicio de peluquería y otros tratamientos de belleza. Este estudio enfrentó ciertas restricciones en su avance, destacándose primordialmente la compleja tarea de recolectar datos esenciales. La aplicación de encuestas de manera presencial se enfrentó con obstáculos significativos para establecer un contacto efectivo con varios propietarios de las empresas, quienes frecuentemente no se encuentran en los locales. Esta situación impulsó la búsqueda de alternativas para la recopilación de información, recurriendo a la comunicación con los trabajadores de dichas empresas. A pesar del esfuerzo por sensibilizar y proveer detalles sobre la importancia y el propósito del proyecto, se enfrentaron desafíos adicionales dados por la ausencia de metodologías establecidas para la ejecución de diagnósticos sectoriales, lo que dificultó el desarrollo de la investigación.

La estructura del estudio de investigación se organiza de la siguiente manera: Inicia con el **Título**, que define el tema a investigar; seguido del **Resumen**, donde se extracta lo más destacado del estudio incluyendo sus objetivos y principales hallazgos; la Introducción

detallada la relevancia, los beneficios, el alcance, las limitaciones y la organización del estudio; el **Marco Teórico** expone las definiciones y teorías clave que fundamentan el análisis sectorial; la **Metodología** describe los métodos y técnicas empleados para llevar a cabo la investigación, así como las herramientas utilizadas para la recopilación de datos; los **Resultados** muestran los datos recabados conforme a los tres objetivos establecidos, incluyendo promedios y estadísticas relevantes del sector; la **Discusión** compara las deducciones del estudio con investigaciones previas para contrastar los hallazgos; las **Conclusiones** recapitulan los descubrimientos finales tras el proceso investigativo; las **Recomendaciones** ofrecen consejos asentados en las conclusiones obtenidas; la **Bibliografía** lista las referencias bibliográficas y electrónicas que apoyaron el estudio; y los **Anexos** que aportan material complementario como fotografías, gráficos, tablas, encuestas, etc., que ayudan a la mejor comprensión del trabajo.

4. Marco Teórico

4.1. Antecedentes

Esta sección presenta un análisis detallado de investigaciones anteriores, teorías relevantes, desarrollos históricos e información para comprender el tema en cuestión.

4.1.1. Evidencia internacional

Galaso (2015) expresa el desarrollo de un estudio sectorial en cuanto a la innovación y por consecuente detalla las expectativas demandadas del sector, analiza la evolución de sistema de innovación español respecto a otros países, describiendo el papel de sus agentes, los recursos destinados a la Investigación y Desarrollo (I+D) y los resultados obtenidos. Destaca mejoras en el desempeño del sector público y de las publicaciones científicas, pero también retrasos del sector empresarial, el registro de patentes y la exportación de productos tecnológicos. En el artículo intervienen cinco actores principales: las empresas, el sector público, las administraciones públicas, las organizaciones de apoyo a la innovación y el medio ambiente, además destaca la debilidad del sector empresarial en el sistema de innovación español.

En un estudio realizado por Ares (2018) sobre el ámbito caprino en España, se revela una profunda indagación que separa la trayectoria de este sector, permitiéndonos identificar sus virtudes y debilidades, estos elementos son cruciales para forjar un diagnóstico preciso, que se erige como el cimiento indispensable antes de esbozar los fines operativos y las estrategias comprensivas del plan estratégico. Dicho plan estratégico está destinado a armonizar diversas iniciativas que fomenten su crecimiento sostenible a largo plazo. El empleo de la metodología de análisis SWOT (por sus siglas en inglés de *Strengths, Weaknesses, Opportunities, y Threats*), también conocido como análisis DAFO o FODA en español, emerge como una herramienta imprescindible. Este enfoque nos permite efectuar un diagnóstico exhaustivo, al agrupar meticulosamente toda la información relevante en una matriz que distingue los factores según su naturaleza interna o externa respecto al sector, este método no solo esclarece la situación actual del sector caprino, sino que también un camino hacia la definición de acciones estratégicas que aseguren su evolución positiva y sostenible.

Dentro del primer apartado se enumeran las 'Fortalezas' (F) y 'Debilidades' (D), correspondiendo al restante las 'Oportunidades' (O) y 'Amenazas' (A). El uso del análisis DAFO, caracterizado por su estructura matricial, abarca una amplia gama de aplicaciones, esto incluye desde la búsqueda de soluciones innovadoras para problemas y existentes hasta la detención de obstáculos que impiden alcanzar las metas establecidas. Además, permite evaluar las oportunidades y restricciones para implementar cambios y facilita la toma de decisiones más efectivas.

Así mismo en otro estudio realizado por Mahdi y Ali Al-Mhanaa (2022) examina la relación entre estrategia de diagnóstico organizacional y el desempeño de excelencia en el sector juvenil y deportivo en Najaf, utilizando los criterios del modelo europeo. El estudio encontró una correlación significativa entre la estrategia de diagnóstico organizacional y el desempeño de excelencia. También identificó varias dimensiones y destacó la metodología y los resultados de la investigación. El estudio sugiere implementar una estrategia de diagnóstico organizacional, apoyar a los empleados con un desempeño de excelencia y adoptar criterios del modelo europeo para lograr un desempeño de excelencia.

4.1.2. Evidencia regional

En el grupo regional latinoamericano, países como Colombia y Argentina han realizado investigaciones con diferentes enfoques y en diferentes momentos.

López et al. (2023), en su estudio menciona la aplicación del enfoque de diagnóstico de la industria propuesto por el colectivo ARCOSES en el ámbito de la producción de productos herbales (CIU 2100) para desarrollar estrategias respecto al progreso de esta industria a través: de aumento de la productividad y fuerza competitiva. Para lograr esto, se hizo imprescindible la recopilación de datos sobre nuevas variables, abarcando tanto dimensiones cualitativas como cuantitativas, estos datos permitieron describir las tendencias observadas a nivel nacional desde 2014 hasta 2018.

Zambrano y Tinoco (2021) realizaron un estudio exploratorio que se efectuó en Colombia en donde sobresale cada vez más en el nivel internacional de productividad, es necesario clasificar cada empresa en sectores económicos con base a los siguientes; contribución a la productividad nacional, volumen de ventas, contribución al PIB, número de empresas, experiencia en la cadena de mercado, integración de tecnología. A la luz de lo anterior, es necesario desarrollar una metodología de análisis del potencial del sector industrial colombiano con el fin de identificar oportunidades de crecimiento económico. Si bien existen algunos estudios que clasifican la información sobre el sector industrial, no existe un marco de referencia común y por lo tanto abordan eficazmente los problemas, lo que dificulta la implementación de estrategias de inversión a nivel nacional e internacional para producir.

En la opinión de Jiménez et al. (2018), el propósito de la investigación es examinar las dinámicas de la industria hotelera en Cartagena, centrándose en cómo el tamaño del hotel incluye diferentes tipos de innovación desde 2008 hasta 2014, para llevar a cabo esta investigación, se empleó el método de correlación descriptiva, se descubrió una relación de dependencia entre la innovación y el ámbito de gestión correspondiente. Se reconoce que la participación en actividades de formación sobre innovaciones operativas varía según el tamaño

de la entidad. Los hallazgos indican que el tamaño no juega un rol crucial para los hoteles que adopten innovaciones internas en tecnología, productos, procesos o mercados punto, no obstante, los hoteles de menor escala tienden a participar menos en actividades de innovación externa en comparación con los de tamaño medio y grande.

4.1.3. Evidencia nacional

El propósito de este estudio fue evaluar la comprensión lectora en los estudiantes bilingüe de tercer grado de Educación Básica General (EGB) de 5 unidades de educación rural intercultural del cantón Colta, Ecuador, para ello, se utilizó un diseño descriptivo transversal con un enfoque cuantitativo utilizando 101 niños indígenas Español-Kichwa (53,5% niños y 46,5% niñas) residentes en zonas rurales que adquirieron comprensión lectora. En cuanto a los resultados principales de evaluación del test (ACL-3), mostraron que el 48% de los encuestados no alcanzan los medios (normales) de comprensión del texto destinado al nivel educativo adecuado. Sólo el 13% de ellos mostró un nivel de alfabetización alto o muy alto. En resumen, los puntajes de comprensión lectora de los estudiantes ecuatorianos en esta unidad fueron inferiores a los esperados para su nivel educativo, estos resultados están influenciados por el estado de vulnerabilidad en relación con la educación y los aspectos sociodemográficos. (Anilema et al., 2020)

A nivel nacional como lo indica López et al. (2016), los países que buscan fomentar el turismo como una vía esencial para el ingreso y el desarrollo económico, ponen su foco en los destinos turísticos. La meta principal de esta investigación es llevar a cabo un diagnóstico ecológico de los aspectos clave que deben ser enfatizados para impulsar el crecimiento del turismo en la Provincia el Oro. El trabajo de campo se efectuó en el cantón Santa Rosa de dicha provincia, seleccionado por su riqueza en atractivos turísticos. Este estudio diagnóstico se apoyó en metodologías tanto teóricas – histórico - lógica y analítica - sintética - como empíricas, incluyendo el análisis documental y el estudio comparativo. Los hallazgos más significativos incluyeron aspectos naturales, culturales, así como elementos vinculados en la oferta turística, infraestructura, superestructura y estrategia de marketing. En conclusión, este estudio ha logrado esbozar un diagnóstico integral, resaltando los elementos cruciales que un destino turístico debe poseer, particularmente en el contexto de las oportunidades turísticas en la Provincia el Oro.

4.2. Fundamentos teóricos

4.2.1. Teoría de la administración

Todas las organizaciones necesitan ser administradas y su gestión requiere un sistema de personas diferentes en diversos niveles jerárquicos con labores disímiles. La misión no es más que la ejecución racional de las actividades organizativas; incluye planificar, organizar (estructurar), liderar (dirigir), y controlar todas las actividades, por tanto, es muy importante para la existencia, supervivencia y éxito de la organización. Además, se considera un campo que engloba diferentes enfoques, principios y modelos que buscan percibir y mejorar la forma en que se tramitan las organizaciones. Estas teorías han evolucionado a lo largo del tiempo, cada una enfocándose en distintos aspectos de la administración y la forma en que operan las empresas (Chiavenato, 2019).

4.2.1.1. Teoría de la administración científica. Los principios de la Gestión Científica son reconocidos como pioneros del encargo, Frederick Winslow Taylor, es conocido como el padre de la disciplina y su primer exponente teórico formal. Lo primero que le interesó fue resolver la complejidad inherente a la administración. Los procesos productivos de la empresa a finales del siglo XIX y principios del XX. ¿Por qué tiene sentido analizar una obra centenaria dados los cambios contextuales ocurridos durante el período? ¿Es efectiva la inversión de Taylor? ¿Significa esto que nada ha cambiado en el gobierno en los últimos 100 años? (Carro y Caló, 2012).

4.2.1.2. Teoría clásica de la administración. La teoría de Fayol es recordada por su enfoque sistemático e integral que cubría varios aspectos del negocio, ya que tanto las ventas como la producción eran extremadamente importantes para Fayol, y los métodos de financiación también eran importantes para asegurar los activos de la empresa. Se considera como una consecuencia de la necesidad de crear una doctrina de gestión científica para crear conocimiento, una ciencia sólida que luego debería enseñarse en todos los niveles de la educación (Gómez, 2018).

4.3. Fundamentos conceptuales

4.3.1. Diagnóstico general

Explorando los orígenes de la palabra “diagnóstico”, nos encontramos sumergidos una travesía etimológica que nos lleva de vuelta al griego antiguo, cuna de este término compuesto. Se desglosa en tres componentes esenciales de dicho idioma. En primer lugar, el prefijo “diag-”, que actúa como un puente semántico con el significado de “a través de”. Seguidamente, nos topamos con “gnosis”, un concepto que nos habla del “conocimiento”, esencia pura de la

interpretación. Finalmente, el viaje concluye con el sufijo “-tico”, un agregado que transforma el concepto en algo “relativo a”, este análisis no solo desentraña la estructura de “diagnóstico” sino que también refleja la profundidad de su significado: un proceso a través del cual se alcanza el conocimiento, marcando la relevancia de este término en la comprensión y el análisis profundo de situaciones, enmarcando siempre dentro de una perspectiva que busca atravesar la superficie para revelar la esencia subyacente (Arbeláez et al., 2003). En lo que respecta a las empresas es un proceso detallado de evaluación que tiene como objetivo analizar y comprender su situación actual en diversos aspectos.

El diagnóstico empresarial brinda a los gestores la oportunidad de comprender el estado presente del entramado organizacional, identificando los recursos disponibles y las acciones necesarias o recomendadas, se trata de definir tácticas para enfrentar y superar las barreras que limitan la consecución de los objetivos planteados. A través de este proceso, se lleva a cabo una valoración continua de las estrategias aplicadas, permitiendo realizar las modificaciones pertinentes para optimizar los resultados, esta herramienta es esencial para navegar por el panorama actual de la empresa, delineando un camino claro hacia la mejora y el éxito sostenido (Torres, 2006).

Se entiende por estudio preliminar aquel proceso esencial que antecede a cualquier esquema de planificación de un proyecto, el cual engloba la recolección, organización e interpretación de datos, culminando en la formulación de conclusiones e hipótesis, este procedimiento implica examinar un sistema para entender su mecánica operativa, con el objetivo de sugerir modificaciones previsibles que mejoren su desempeño. Este paso inicial es crucial para establecer una base sólida sobre la cual construir y desarrollar proyectos futuros de manera efectiva (Rodríguez, 2007).

Además, un diagnóstico empresarial es un proceso analítico y sistemático que tiene como objetivo evaluar el estado actual de una organización o empresa en términos de su estructura, operaciones, recursos, y desempeño. Este análisis abarca aspectos como la gestión financiera, la eficiencia operativa, la cultura organizacional, la competitividad en el mercado, y otros factores relevantes. A través del diagnóstico empresarial, se identifican fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que permiten a la empresa tomar decisiones informadas para mejorar su funcionamiento y alcanzar sus metas estratégicas. Este proceso implica la recopilación de datos, análisis de información, y la elaboración de recomendaciones para implementar cambios y mejoras que contribuyan al crecimiento y éxito sostenible de la empresa.

4.3.2. Diagnóstico sectorial

4.3.2.1. Concepto. La palabra “diagnóstico” deriva etimológicamente del griego, originada de la combinación de tres elementos lingüísticos de esa lengua, este término se construye a partir del prefijo “diag –“, que se traduce como “a través de”; seguido de “gnosis”, término que equivale a “conocimiento”; y concluye con el sufijo “- tico”, que se interpreta como “perteneciente a”. de esta manera, “diagnóstico” se configura como un concepto que literalmente significa obtener conocimiento a través de un proceso o análisis específico (Arbeláez et al., 2003). En lo que respecta a las empresas es un proceso detallado de evaluación que tiene como objetivo analizar y comprender su situación actual en diversos aspectos.

La evaluación empresarial proporciona a los administradores una visión clara de la condición presente en la que se encuentra la estructura organizacional, identificando los recursos con los que dispone la compañía y delineando las acciones que son necesarias o aconsejables. Este proceso implica determinar y aplicar estrategias efectivas para eliminar las barreras que frenan el logro de los objetivos deseados, acompañado de una revisión continua de estas acciones para, en consecuencia, realizar las correcciones necesarias (Torres, 2006).

El diagnóstico representa una investigación inicial indispensable antes de cualquier fase de planificación de un proyecto, involucrando la culminación de datos, su estructuración, análisis e interpretación, culminando en la generación de conclusiones y recomendaciones. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles (Rodríguez, 2007).

El diagnóstico empresarial es un proceso analítico y sistemático que tiene como objetivo evaluar el estado actual de una organización o empresa en términos de su estructura, operaciones, recursos, y desempeño. Este análisis abarca aspectos como la gestión financiera, la eficiencia operativa, la cultura organizacional, la competitividad en el mercado, y otros factores relevantes. A través del diagnóstico empresarial, se identifican fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que permiten a la empresa tomar decisiones informadas para mejorar su funcionamiento y alcanzar sus metas estratégicas. Este proceso implica la recopilación de datos, análisis de información, y la elaboración de recomendaciones para implementar cambios y mejoras que contribuyan al crecimiento y éxito sostenible de la empresa.

4.3.2.2. Necesidad de un diagnóstico sectorial. Como lo menciona Selsy y Beltrán (2015) existen dificultades antes, durante y después del desarrollo de estrategias y políticas, porque en la mayoría de los casos no parten de un diagnóstico previo de la situación actual de cada sector, y no existe un método estándar para evaluar periódicamente las consecuencias de su aplicación. Los problemas ya mencionados indican la implementación de un método de diagnóstico sectorial hasta ahora inexistente, que permitan a los usuarios interesados en aplicarlos a sectores específicos a beneficiarse de herramientas estándar para comprender el estado inicial del mismo tema y su evolución en el tiempo. La herramienta incluye una ampliación que ayuda a los usuarios a recopilar y analizar la información necesaria para explorar una amplia gama de variables que respaldarán y contribuirán al desarrollo de políticas y estrategias de la industria desde diferentes perspectivas.

4.3.2.3. Proceso para realizar un diagnóstico sectorial. El proceso para realizar un diagnóstico sectorial implica el análisis sistemático de las condiciones actuales de un sector específico e identificar oportunidades de mejora y desarrollo para ello el proceso que describe a continuación (Vidal, 2004).

- Identificación de la organización
- Auditoría externa: Análisis de entorno, identificación de la cadena productiva, clúster y análisis de la competitividad
- Auditoría interna (a). Análisis del direccionamiento organizacional: Misión, visión, políticas, objetivos, metas, estrategias
- Auditoría interna (b). Análisis de factores internos por funciones cruzadas: Indicadores e inductores en las perspectivas financiera, del cliente, de procesos internos, de aprendizaje y crecimiento (Humana). Mapa estratégico
- Selección, descripción y análisis del macro problema de la organización.
- Diseño de estrategias.

Por consecuente se desborda ciertos elementos para la comprensión del diagnóstico escalonado por seis funciones en perspectiva que se indica en la siguiente Tabla 1, asimismo indicando con el aspecto a medir.

Tabla 1*Aspectos a medir en un diagnóstico*

Aspectos a medir	Instrumentos
1. Entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las fuerzas externas clave. • Análisis de la cadena productiva al que pertenece la organización. • Matriz de perfil competitivo. • Matriz evaluación de factores externos.
2. Direccionamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Misión, visión, políticas, estrategias, objetivos, metas, cultura. • Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción. • Cuestionario para evaluar si la organización es de alto rendimiento.
3. Financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Balance general / Estado de Resultados. • Presupuesto. • Indicadores e inductores.
4. Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Investigación de Mercado • Cuestionario de satisfacción del cliente • Indicadores e inductores
5. Procesos internos (Cadena de Valor)	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores e inductores. • Cuestionario: ¿cómo es la logística en su empresa?
6. Formación y crecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores e inductores. • Evaluación por competencias. • Cuestionario de clima organizacional.

Nota. La tabla presenta los aspectos a medir como aquellos instrumentos que servirán para dicho desenlace. Fuente: (Vidal, 2004).

4.3.2.4. Proceso de un diagnóstico sectorial. Según la Consultoría de Organización Estratégica – CEDEC (2020) para efectuar un buen análisis de la industria, es necesario comprender todas las oportunidades que tienen la empresa para operar en la industria, por lo que proporciona las claves para un análisis exhaustivo de las industrias competitivas, las mismas son:

- Analizar el macroentorno: Consiste en recopilar toda la información sobre el entorno externo de una empresa, desde una perspectiva política, económica, social, tecnológica, medioambiental y legal. Esto permitirá posicionarse y definir el papel de la propia empresa determinando las amenazas y oportunidades del mercado, y buscando una ventaja competitiva para adaptarse a las coyunturas del momento.
- Identificar a los clientes potenciales: Conseguir la máxima información sobre los usuarios potenciales, sus necesidades y sus preferencias.

- Investigar a la competencia: Es imprescindible tener en cuenta a la competencia, tanto la directa (que ofrece el mismo producto o servicio), como la indirecta (que proporciona alternativas al producto o servicio).
- Estudiar a los proveedores: Otro punto importante es el estudio de los proveedores, examinando cuántos son y de qué tamaño, su grado de diferenciación, sus costos, y el posible riesgo de su participación dentro de la empresa
- Examinar las barreras de entrada y los productos sustitutivos: Identificar las barreras de entrada a la industria y los productos que cubren las mismas, analizar y cuantificar el riesgo de entrada de nuevos competidores.

4.3.2.5. Herramientas para realizar un diagnóstico sectorial. Desarrollar un diagnóstico sectorial implica un análisis exhaustivo de un sector económico específico como la manufactura, el sector financiero o el sector de la salud. Según López et al. 2023, se pueden utilizar diversas herramientas para realizar este análisis, detalladas a continuación.

- **Análisis PESTEL:** Examina factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que afectan al sector.
- **Matriz FODA (SWOT):** Evalúa las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del sector.
- **Escoriar o cuadro de mando integral:** busca proporcionar una visión equilibrada del rendimiento de una organización, incorporando aspectos financieros y no financieros para guiar la toma de decisiones estratégicas.
- **Análisis de cinco fuerzas de Porter:** Analiza la rivalidad entre competidores, poder de negociación de clientes y proveedores, amenaza de nuevos competidores y productos sustitutos.
- **Benchmarking:** Compara el rendimiento del sector con estándares de la industria o con competidores directos para identificar áreas de mejora.
- **Análisis de mercado:** Examina tendencias, tamaño del mercado, segmentación, comportamiento del consumidor y pronósticos de demanda.
- **Entrevistas y encuestas:** Realiza entrevistas con líderes del sector, expertos y encuestas a *stakeholders* para recopilar información cualitativa y cuantitativa.
- **Análisis financiero:** Estudia estados financieros de empresas del sector para comprender su salud financiera, rentabilidad, liquidez, entre otros indicadores.
- **Mapeo de stakeholders:** Identifica y analiza a las partes interesadas clave del sector, como consumidores, reguladores, proveedores, etc.

- **Análisis de tendencias y tecnología:** Examina la adopción de nuevas tecnologías, innovaciones y tendencias emergentes que puedan impactar el sector.

Al combinar estas herramientas, puede obtener una comprensión integral del estado actual, las tendencias y los desafíos que enfrenta una industria en particular, al combinar diferentes fuentes de información y análisis ayudarán a obtener una comprensión más precisa y completa.

4.3.2.5.1. Las cinco fuerzas de Michael Porter. Presenta herramientas necesarias para realizar un diagnóstico o también llamada auditoría externa de la gestión estratégica orientada a identificar y evaluar tendencias que no existen. Controlado por diferentes empresas y determina que empresas tienen políticas para maximizar las oportunidades y minimizar el impacto de las inminencias.

Según Brume (2017), en la Figura 1 se detallan las cinco fuerzas de Porter.

Figura 1

Estructura de competencia de las cinco fuerzas de Porter



Nota. Adaptado de Brume (2017)

Concretamente se compone de un marco analítico que asiste a la evolución del atractivo y la competitividad en inherentes de una industria en particular. Su principal ecuánime es identificar y comprender las dinámicas competitivas que afectan a la rentabilidad y la posición estratégica de las empresas de la industria.

4.3.3. Indicadores de gestión

Cada vez más nuestras organizaciones, sin importar si son del sector público privado, ven la necesidad de hacer mediciones mucho más objetivas de las que actualmente hacen. Por ello,

hoy en día las organizaciones se preocupan por contar con información que les permita tomar decisiones más acertadas acerca del comportamiento de sus procesos para la evaluación de su gestión. Pero algunas de estas organizaciones olvidan que no basta recuperar información, sino que también es indispensable tomarse el tiempo necesario y suficiente para el procesamiento e interpretación de los resultados de la medición (Zabala, 2003).

Por ello es recomendable establecer la magnitud de desviación de una meta y consecuentemente tomar las debidas precauciones al tomar medidas de carácter correctivas o en su defecto preventivas.

El uso adecuado de los indicadores supone que cumplan ciertos requisitos, tales como:

- Deben ser contrastables: de todos, es el requisito más importante. Todo indicador debe tener una fuente de verificación o contrastación, de acuerdo con las fuentes que fueron enunciadas anteriormente.
- Deben ser explícitos: todo indicador debe quedar taxativamente descrito.
- Deben ser periódicos: como son parte del sistema de gestión, debe establecerse su monitoreo periódico, de acuerdo con los objetivos y metas del plan estratégico.
- Deben ser complementarios: un indicador aislado no revela la complejidad de los problemas de una organización; sólo es una señal entre un conjunto complejo de síntomas de la salud de una organización.

Los indicadores permiten:

- Obtener información significativa sobre los aspectos críticos claves de la organización, mediante la relación de dos o más datos.
- Expresar gráficamente el análisis de la evolución de los resultados.
- La observación específica de una o más áreas funcionales.
- Medir una dimensión particular de la acción administrativa.
- El análisis de las cualidades básicas de los criterios de evaluación.
- Formular hipótesis sobre los resultados de las acciones para mejorar el desempeño.

(Vidal, 2004)

4.3.4. Requisitos de los indicadores

- **Deben ser contrastables.** Todo indicador debe tener una fuente de verificación o contrastación, de acuerdo con las fuentes que fueron enunciadas anteriormente.
- **Deben ser explícitos.** Todo indicador debe quedar taxativamente descrito.
- **Deben ser periódicos.** Como son parte del sistema de gestión, debe establecerse su monitoreo periódico, de acuerdo con los objetivos y metas del plan estratégico.

- **Deben ser complementarios.** Un indicador aislado no revela la complejidad de los problemas de una organización; sólo es una señal entre un conjunto complejo de síntomas de la salud de una organización.
- **Deben ser relevantes.** Los indicadores cumplen la función de ser orientadores de la gestión. Un exceso de indicadores puede dificultar el proceso de toma de decisiones y confundir a la gerencia sobre la naturaleza real del proceso que se está estudiando.

Las herramientas de los requisitos de los indicadores son las principales para medir el desempeño de la organización frente a los objetivos estratégicos de la organización, para que estos indicadores sean útiles deben cumplirse a cabalidad.

4.3.5. Utilidad de los indicadores.

Los indicadores permiten:

- Obtener información significativa sobre los aspectos críticos claves de la organización, mediante la relación de dos o más datos.
- Expresar gráficamente el análisis de la evolución de los resultados.
- La observación específica de una o más áreas funcionales.
- Medir una dimensión particular de la acción administrativa.
- El análisis de las cualidades básicas de los criterios de evaluación.
- Formular hipótesis sobre los resultados de las acciones para mejorar el desempeño (Vidal, 2004).

Principalmente se refieren a la capacidad para proporcionar información relevante, precisa y procesable que ayudan a analizar, monitorear y mejorar el desempeño de una organización en comparación con sus objetivos estratégicos. En resumen, la utilidad de los indicadores de gestión radica en su capacidad.

4.3.6. Promedios de la industria

La relevancia histórica de las estadísticas industriales, como indicador de la producción de bienes y servicios, sigue siendo significativa. Esta información puede incluir indicadores que detallen la situación y expansión de sectores específicos dentro de las economías que producen bienes, así como indicadores que ilustren los resultados de la producción física (Statistics., 2007).

4.3.7. Sector Productivo

Los sectores productivos, también conocidos como sectores económicos, sirven para categorizar la actividad económica de una región el tipo de proceso productivo que la distingue. Hoy en día, se reconocen cinco sectores económicos principales, los cuales se subdividen en

diversas ramas productivas: primario, secundario, terciario, cuaternario y quinario. Los sectores cuaternario y quinario son considerados por algunos como extensiones del sector terciario.

Cada nación elige enfocarse en uno o varios sectores económicos basándose en factores cruciales como los recursos disponibles propios, sus oportunidades de desarrollo y expansión, de políticas y estrategias de crecimiento (Creditea, 2021).

De cierta manera, se refiere a una categoría económica que agrupa a las actividades empresariales y organizaciones que participan en la producción, fabricación, transformación o prestación de bienes y servicios en una economía. Este sector es fundamental para la generación de riqueza y el desarrollo de una sociedad, ya que engloba a todas las empresas y organizaciones que contribuyen a la creación de productos y servicios que satisfacen las necesidades de consumidores, otras empresas o instituciones.

Se divide a menudo en subsectores o industrias, que se caracterizan por la naturaleza de sus actividades y los tipos de productos o servicios que generan. Ejemplos de subsectores incluyen la industria manufacturera, la agricultura, la minería, los servicios financieros, la tecnología de la información, la salud, la educación, entre otros. Este sector desempeña un papel crucial en el crecimiento económico, la generación de empleo y la competitividad de una nación, y suele ser objeto de políticas gubernamentales y estrategias empresariales para promover su desarrollo y sostenibilidad (Santolaria et al., 2004).

4.3.8. Sector de servicios

González et al (2000) sostiene que la denominación de servicios o sector de servicios se ha empleado frecuentemente para agrupar una variedad de actividades económicas que son notablemente diversas entre sí, dichas actividades, clasificadas dentro del sector terciario, se caracterizan de manera amplia por su enfoque en la no producción de bienes tangibles. Este sector abarca cualquier operación que genere un valor intangible, el cual no es susceptible de ser almacenado ni de prolongada duración, y del cual no se puede obtener propiedad. Es decir, el sector de servicios incluye todas aquellas labores excluyentes de los ámbitos agrícola e industrial.

Este ámbito constituye uno de los componentes clave en la estructura del Producto Interno Bruto (PIB), siendo particularmente relevante tanto en naciones avanzadas como en aquellas que están en proceso de desarrollo. Como lo comenta Caballero (2023) “en los últimos años este sector ha ido creciendo debido al proceso de especialización. Por esa razón, se puede decir que es una actividad muy importante en todos los ámbitos de las tareas humanas” (párr. 2).

El sector de servicios ha desempeñado un papel de suma importancia en las economías pasadas y actuales, incluso superando el tamaño del sector industrial y el sector agrícola, esto debido a la evolución que han tenido y por como aportan económicamente a un país.

4.3.9. Importancia

El sector servicios ha adquirido una importancia notable, experimentando un crecimiento a través de la globalización y el desarrollo tecnológico, lo que ha facilitado la proliferación de servicios a un ámbito internacional. Este sector juega un papel esencial en la generación de empleo y en el cumplimiento de las necesidades y demandas de la sociedad, abarcando áreas tan diversas como la educación, la salud, el entretenimiento, la comunicación, entre otras.

A continuación, se exponen los motivos que subrayan la importancia del sector servicios en la economía según (Caballero, 2023).

- Se establecen convenios comerciales, tanto del ámbito nacional como en el internacional
- Se crean oportunidades de empleo de gran relevancia en cualquier nación.
- Genera competitividad y desarrollo; mientras más desarrollada es una economía, hay más calidad y cantidad de actividades del sector servicios.
- Grandes inversiones a nivel internacional.
- Para desarrollar una actividad con normalidad, la empresa necesitará hacerlo en una comunidad donde exista un marco jurídico establecido, seguridad interior y una administración que gestione los recursos públicos. Todas estas actividades están englobadas en el sector terciario.

4.3.10. Factores de éxito de las empresas

Estos elementos esenciales, que han sido cuidadosamente analizados y correctamente implementado, el progreso, expansión y mantenimiento a largo plazo de una compañía y sus divisiones operativas. Se convierten en puntos específicos que permiten la consecución de objetivos, cuando no se les brinda la importancia adecuada, pueden convertirse en un factor principal para el fracaso de la organización. Entre ellos tenemos los más importantes:

- **Innovación:** Una empresa competitiva es aquella que está abierta a nuevas ideas y a la innovación, de este modo, las más innovadoras son las más competitivas.
- **Comunicación con los clientes:** Lograr la fidelización de los clientes es un gran factor de éxito, pero se debe ir más allá. Puede que tu producto o servicio sea de excelente calidad, agregue valor y se venda.

- **Capital:** Contar con un capital de trabajo sólido que permita satisfacer las necesidades de tu negocio y de todo el mercado al cual se va a dirigir, es necesario un buen capital para enfrentar los cambios y escenarios posibles.
- **Servicios de calidad:** Ofrecer servicios de calidad a través de una actualización constante, innovación, seriedad, compromiso, honestidad y responsabilidad de todos los procesos destinados a satisfacer a los clientes.
- **Análisis del entorno:** Cuando se analiza a la competencia, también se debe analizar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que rodean a la empresa para permitir un buen desarrollo de la misma. Cualquiera de ellos podría afectar positiva o negativamente a la organización (Manzanilla, 2011).

4.3.11. Riesgos físicos y ambientales

La ergonomía ambiental estudia los elementos, principalmente físicos, que forman parte del entorno de interacción entre el individuo y la máquina, estos elementos se agrupan en diversas categorías de entornos, tales como:

- **Entorno visual:** incluye aspectos como la iluminación y el deslumbramiento.
- **Entorno sonoro:** abarca el ruido y la música de fondo, entre otros.
- **Entorno térmico:** se refiere a la temperatura, la humedad y el flujo del aire.
- **Entorno de calidad de aire:** contempla la presencia de contaminantes químicos y biológicos, así como la calidad general del aire interior.

Cada lugar de trabajo y centro laboral está sujeto a diversas condiciones ambientales, como la temperatura, humedad, corrientes de aire, olores, limpieza, iluminación, radiación solar y ruido, que bajo circunstancias extremas o de exposición prolongada, pueden representar peligros para la salud. Estos riesgos pueden tener efectos directos e inmediatos o causar impactos a largo plazo, variando su influencia según el sector específico (Lozano y Montero, 2015).

La gestión y mitigación de estos riesgos es fundamental para garantizar un entorno seguro y saludable en las peluquerías, tanto para los empleados como para quienes buscan sus servicios.

4.3.12. División general

El sector primario, también denominado sector agropecuario, se dedica a la extracción de productos de los recursos naturales, sean estos renovables o no, para convertirlos en materias primas básicas. Estas últimas son principalmente usadas en la industria manufacturera y en el

suministro de ciertos servicios, entre las actividades que caracterizan al sector primario se incluye la agricultura, la cría de animales, la pesca, el aprovechamiento forestal y la minería.

El sector secundario o industrial engloba aquellas actividades económicas enfocadas en procesar materias primas, abarcando la industria manufacturera y la construcción. A diferencia del sector primario, que extrae recursos directamente de la naturaleza, el sector secundario encarga de aplicar procesos industriales para modificar estos recursos. Este proceso de transformación puede ser artesanal, caracterizado por una producción simple y en pequeña escala. Algunos ejemplos notables del sector secundario incluyen la manufactura y fundición de metales, la producción de vehículos, la industria textil, la química, la manufactura en general, así como el sector energético y de ingeniería.

El sector terciario comprende todas las actividades que, a diferencia de producir bienes tangibles, ofrecen servicios y bienes intangibles al mercado, razón por la cual se le conoce también como el sector de servicios. Dentro de este sector se incluyen ejemplos como el transporte, la logística, el turismo, el ocio y entretenimiento, las finanzas y las entidades gubernamentales.

El sector cuaternario se caracteriza por englobar aquellas actividades económicas centradas en el trabajo intelectual o en lo que se conoce como la economía del conocimiento, donde el valor principal proviene de las innovaciones científicas. Este sector surge directamente de la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i), aspectos típicamente asociados al sector secundario e industrial, pero que, debido a su relevancia estratégica y sus métodos de producción contemporáneos, se consideran ahora distintos y separados de los demás. Entre los ejemplos de este sector se incluye la tecnología de la información científica, la cultura, la educación y los servicios de asesoría.

En cuanto la existencia de un quinto sector, no hay un acuerdo total entre los expertos, ya que algunos lo ven con una ampliación del sector terciario. No obstante, la descripción más aceptada identifica al sector quinario como aquel enfocado en la generación, organización e interpretación de ideas y proyectos mediante el uso de la ciencia de datos y tecnologías emergentes.

Adicionalmente, de acuerdo con la interpretación de ciertos economistas, este sector también abarca a las entidades sin fines de lucro y las organizaciones que se enfocan en la sostenibilidad y el enriquecimiento del bienestar ciudadano. Ejemplos notables del sector quinario incluyen a funcionarios gubernamentales, ejecutivos de corporaciones importantes, pioneros científicos, legisladores, directores de organización no gubernamentales y vanguardistas en tecnología (Creditea, 2021).

4.3.13. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

La CIIU establece una clasificación uniforme de las actividades económicas productivas, su función principal es brindar un conjunto de categorías que se emplean para reunir y presentar las estadísticas de acuerdo con las actividades correspondientes; de este modo, las entidades puedan clasificar en función de la actividad económica que desarrollen.

Sin embargo, sirve como guía para los países en el desarrollo de sus propias clasificaciones nacionales y se convierte en una herramienta significativa para la comparación internacional de estadísticas económicas sobre las actividades empresariales. La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) se emplea extensivamente, tanto a nivel nacional como internacional, para organizar los datos de acuerdo con la actividad económica en diferentes estadísticas económicas y sociales, incluidas las cuentas nacionales, la demografía empresarial, el empleo, entre otros temas (Naciones Unidas, 2006).

Bajo este contexto, las Naciones Unidas a nivel internacional propone la presente clasificación de las actividades productivas, que se muestra en la Tabla 2:

Tabla 2

Clasificación CIIU. estructura

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

Nota. Datos extraídos de las Naciones Unidas (2006)

4.3.14. Estructura jerárquica de la CIU

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

4.4. Fundamentación legal

Posteriormente, se presenta una base legal clara y apropiada para el desarrollo, el estudio incluye diversos participantes como empresas, sus categorías, sus reglas, etc.

4.4.1. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros es una entidad técnica con independencia en lo administrativo y financiero, encargada de supervisar y regular la creación, operación, funcionamiento, disolución y liquidación de compañías y otras entidades bajo las normas y condiciones dictadas por la legislación (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2023).

En la tabla 3 presenta las principales funciones que abarcan.

Tabla 3

Principales funciones de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Funciones	Concepto
Supervisión y regulación	Controla el cumplimiento de las leyes y regulaciones relacionadas con las compañías, valores y seguros en el país.
Registro y autorización	Registra y autoriza el funcionamiento de las empresas, aseguradoras, fondos de inversión, etc., garantizando que cumplan con los requisitos legales para operar.
Protección a los usuarios	Vigila que las entidades cumplan con estándares de transparencia, seguridad y estabilidad financiera para proteger los intereses de los usuarios y clientes.
Impulso del mercado	Impulsa el crecimiento y la estabilidad del mercado financiero y bursátil mediante la aplicación de políticas diseñadas para propiciar su expansión y firmeza.

Nota. Datos extraídos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

En el contexto empresarial y asegurador de Ecuador, el papel desempeñado por la Superintendencia de Compañías y Seguros se revela como esencial para la salvaguarda de la integridad y la estabilidad de los marcos financieros y comerciales nacionales. Este organismo se rige como un pilar fundamental en la protección de los consumidores y usuarios, al tiempo que fomenta la creación de un ambiente de negocios caracterizado por su equidad y su

transparencia. Su actuación se inscribe en el marco de una regulación que, adaptándose a las complejidades de la economía moderna y los desafíos de un mercado globalizado, busca optimizar la elección de estrategias y herramientas financieras que contribuyan al desarrollo sostenible de la actividad empresarial y aseguradora en el país.

4.4.2. Ley de Compañías

En todas las regulaciones establecidas en la Ley de Compañías y en otras normativas correspondientes, se ajusta a la regulación de las instituciones del derecho corporativo, mediante el cual está estructurado por 457 artículos y delimita los tipos de empresas que pueden existir y tramitar en nuestro país, siempre que ostenten requerimientos y objetivos que se ajusten a lo compacto en la ley. La planificación accede un número mínimo y máximo de socios las regulaciones y reformas introducidas bajo la ley de sociedades de responsabilidad limitada, para que un contrato sea un negocio jurídico, debe indicar la existencia de al menos dos personas (Vázquez, 2008).

4.4.3. Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares

El Sistema Simplificado para Empresarios y Comercios Populares en Ecuador es una iniciativa fiscal creada para simplificar las obligaciones tributarias de los pequeños comerciales y empresarios. El objetivo de este sistema simplificado es reducir la carga administrativa y financiera y promover la formalización de las pequeñas empresas

El RIMPE es un régimen que se aplica en Ecuador desde el año 2022 que reemplazó al régimen impositivo denominado RISE, dentro de ello encontramos dos integrantes muy importantes:

- **Emprendedores.** Participan tanto individuos como entidades legales que hayan registrado ingresos brutos de hasta \$ 300 000 al finalizar el año previo. Aquellos obligados por el RIMPE deben emitir facturas y liquidaciones de compra de bienes y servicios, que actúan como comprobantes de retención cuando sean necesarios.
- **Negocios populares.** Los individuos que, al 31 de diciembre del año previo, generaron ingresos anuales de hasta \$ 20 000 se clasifican como negocios populares. Estos pueden emitir notas de venta conforme a la legislación actual, pero si dejan de cumplir con estos criterios, deben cesar la emisión de dichas notas, anular la autorización correspondiente y proceder a emitir los comprobantes y documentos adecuados. Aquellos reconocidos como “negocios populares” y que lleguen a cabo actividades económicas no incluidas en el RIMPE tendrán que expedir facturas exclusivamente para esas operaciones.

- Simplicidad en el pago de impuestos: Los contribuyentes bajo este régimen pagan impuestos a través de un porcentaje fijo sobre sus ingresos brutos, en lugar de tener que calcular impuestos sobre utilidades.
- Requisitos simplificados: Los trámites y requisitos para inscribirse y mantenerse en este régimen son menos exigentes que aquellos para otros regímenes tributarios.
- Menor carga fiscal: Se aplican tasas impositivas reducidas en comparación con otros regímenes tributarios.
- Obligaciones fiscales simplificadas: Los contribuyentes en este régimen tienen menos obligaciones contables y tributarias, lo que reduce la complejidad y el tiempo dedicado a la gestión de impuestos (SRI, 2023).

Cabe recordar que en el sistema tiene ciertas limitaciones y condiciones especiales para su cumplimiento por ejemplo existe un límite máximo de ingresos brutos anuales para calificar y permanecer en este sistema simplificado.

4.4.4. Servicio de Rentas Internas

Es una entidad técnica y autónoma de Ecuador, establecida en 1997 con el objetivo de combatir la evasión fiscal y las prácticas tributarias indebidas vinculadas a la carencia de educación fiscal, a pesar de que estos problemas persisten, la entidad aspira a seguir avanzando a lo largo del tiempo para asegurar la transparencia y la precisión en la formulación de políticas fiscales.

La organización ha logrado significativos beneficios económicos en años recientes, registrando ingresos tributarios que excedieron los 189 millones de dólares de 2000 a 2021. Este éxito se atribuye en gran medida a la gestión adecuada de la agencia, así como a su eficiencia, eficacia, estrategias y a las mejoras implementadas en el cumplimiento tributario para incrementar la transparencia frente a la evasión fiscal. Su trabajo facilita la recaudación de fondos destinados al financiamiento de servicios públicos, proyectos de infraestructura y programas sociales, contribuyendo así a elementos clave para el progreso nacional (SRI, 2023).

4.4.5. Resolución de obligatoriedad en llevar contabilidad

En Ecuador, la resolución específica que regula las obligaciones contables es la Resolución no. NAC-DGERCGC17-00000496 emitido por el Servicio de Impuestos Internos (SRI). La decisión fija los parámetros y condiciones según los cuales los contribuyentes, independientemente de si son personas naturales o jurídicas, deben realizar la contabilidad.

A continuación, en la siguiente Tabla 4 se especificará los tipos de contribuyentes.

Tabla 4*Tipos de Contribuyente en Ecuador*

TIPOS DE CONTRIBUYENTE	DESCRIPCIÓN
Persona Natural	Pueden ser las personas que desarrollan actividades agrícolas, pecuarias, forestales, profesionales, etc. Sus ingresos brutos deben ser mayores a \$ 300 000,00.
Persona Jurídica	Comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo el control de la Superintendencia de Compañías, de Bancos y SEPS. Las organizaciones sin fines de lucro.

Nota. SRÍ (2023)

Es importante verificar en el sitio web oficial del Servicio de Rentas Internas o consultar con un contador o asesor tributario actualizado para obtener la información más reciente sobre las resoluciones vigentes que rigen la obligatoriedad de llevar contabilidad en Ecuador, ya que las normativas pueden haber sido actualizadas después de su último reajuste.

4.4.6. Índice de satisfacción al cliente

La Norma ISO 9001 es un estándar internacional que especifica un sistema de gestión de la calidad (SGC) en una organización. Su propósito es proporcionar un marco sólido y reconocido a nivel mundial para gestionar eficazmente la calidad de los productos y servicios que ofrece una empresa. Estas establecen QUÉ es lo que se debe hacer, pero no detallan el CÓMO. Se exige específicamente lo siguiente: la organización debe considerar, como uno de los indicadores del rendimiento de su sistema de gestión de calidad, el seguimiento de datos relacionados con la percepción del cliente sobre cómo la organización satisface sus expectativas. Es necesario definir los procedimientos para recopilar y aplicar esta información. (Ríos, 2012).

Obsérvese que no se habla de calcular, sino de realizar el seguimiento, concepto que desglosa a continuación en dos etapas, según (Ríos, 2012).

- **Previsión del cliente:** se refiere a la proyección anticipada que el cliente tiene sobre la calidad esperada de los productos y servicios provistos por la organización.
- **Calidad observada:** basada en las expectativas del cliente, la calidad observada se relaciona esencialmente con dos aspectos: la adaptación a las necesidades específicas del cliente y el propósito o utilidad del producto o servicio.

4.4.7. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

En el artículo 14 de la constitución de la República del Ecuador se establece la obligación de garantizar el derecho a vivir en un ambiente saludable y equitativo desde el punto de vista ecológico, promoviendo la sostenibilidad y el buen vivir. Además, se encarga de

formular políticas nacionales de salud y regular las actividades relacionadas con este ámbito, así como supervisar el funcionamiento de las entidades del sector correspondiente. En este contexto normativo, se destaca la responsabilidad de los municipios en la gestión integral de los desechos generados por establecimientos que producen residuos perjudiciales para la salud, estos municipios están regidos por la legislación, reglamentos y ordenanzas que regulan el tratamiento adecuado de dichos residuos. Asimismo, se establecen para controlar las condiciones de higiene sanitarias en locales de servicios públicos y otros sujetos bajo supervisión sanitaria, este control es necesario para la emisión o modificación de permisos de funcionamiento, conforme lo establece el artículo 177 de la Ley Orgánica de Salud (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2019).

Este reglamento establece las normas y documentación sanitaria técnica requerida para que salones de belleza, centros de estética, y peluquerías puedan ejercer sus funciones y servicios de manera adecuada. Este documento es obligatorio para cualquier institución en el Ecuador que realice actividades y tareas relacionadas con la cosmetología para evitar operaciones invasivas en el Ecuador (Vance, 2013).

Dentro de los establecimientos de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza se prohíbe lo siguiente:

- La ejecución de intervenciones invasivas.
- La distribución y empleo de productos cosméticos que carezcan de la notificación sanitaria requerida dentro del local.
- La comercialización y consumo de licor y tabaco dentro de los salones de belleza.
- La adquisición y mercadeo de medicamentos.

Por otro lado, La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, periódicamente deberán realizarse controles sanitarios periódicos y controles de vigilancia en los centros de estética, peluquerías y salones de belleza para garantizar que cumplen con los requisitos legales establecidos en este Reglamento.

Algunas de las instituciones relevantes que pueden estar involucradas en el control y regulación de las empresas de peluquería en Ecuador son:

- Ministerio de Salud Pública: Este ministerio suele establecer regulaciones y normativas relacionadas con la higiene y seguridad en los establecimientos de belleza y peluquería para garantizar condiciones sanitarias adecuadas.

- **Gobiernos Municipales:** A nivel local, los municipios pueden tener regulaciones específicas sobre el funcionamiento de estos establecimientos, licencias de funcionamiento, control de la actividad comercial, entre otros aspectos.
- **Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS):** Puede estar involucrado en temas relacionados con la afiliación de empleados y seguridad social de los trabajadores de las empresas de peluquería.

Las regulaciones específicas pueden variar según la ubicación geográfica y la naturaleza exacta de la actividad de la empresa de peluquería. Es importante que los propietarios de estos negocios estén al tanto de las regulaciones correspondientes y cumplan con los requisitos establecidos por las entidades pertinentes para evitar problemas legales o sanciones.

4.5. Marco histórico

4.5.1. Historia del sector de servicios

El sector de servicios ha experimentado una evolución notable a lo largo de la historia, inicialmente limitando en las sociedades agrícolas preindustriales y ampliando con la Revolución Industrial hacia nuevos servicios con el transporte y las finanzas.

En el siglo XX, la urbanización y el desarrollo de la clase media impulsaron una expansión significativa en servicios comerciales, educativos, de salud y de entretenimiento. La llegada de la era digital y la globalización ha transformado aun mas el sector, facilitando la prestación de servicios a distancia y la creación de nuevos modelos de negocio basados en tecnología. Actualmente, el sector de servicios constituye una parte fundamental de las economías modernas, abarcando desde servicios esenciales como educación y salud, hasta servicios avanzados como la consultoría y el desarrollo de software, reflejando una diversificación y sofisticación continua en respuesta a las demandas cambiantes del mercado global (Jiménez, 2011).

4.5.2. Inicios de las peluquerías

La preocupación por el cuidado y la apariencia personal era una práctica común entre diferentes culturas, en la antigua Grecia y Roma, por ejemplo. Existían establecimientos dedicados al arreglo del cabello y la barba, frecuentados tanto por hombres como por mujeres de clases sociales diversas. Durante la Edad Media, estas prácticas perdieron popularidad en muchas partes de Europa, pero surgieron en el Renacimiento, donde las peluquerías se convirtieron en lugares populares para socializar y recibir servicios de cuidado personal, con el tiempo, las peluquerías se han modernizados y diversificado, incorporando nuevas técnicas, productos y estilos según las tendencias de cada época y cultura.

Las peluquerías como lo menciona Fuentes y Rojas (2020) posee una profunda historia entre los humanos se originó como parte de las practicas relacionadas con el cuidado personal, se fue depurando con el tiempo hasta convertirse en parte de un concepto que trascendió los procedimientos técnicos pues afectaba a la persona que se sometía a estas prácticas. Hay una estética asociada con cómo quiere verse y sentirse y el significado que otros ven en ella: es un intercambio continuo de significados que opera en diferentes órdenes como el social, cultural, económico o en diferentes órdenes políticos como el social, cultural.

4.5.3. Actividades de peluquerías y otros tratamientos de belleza

Las peluquerías, generalmente pequeñas y medianas empresas situadas en espacios pequeños, ofrecen una variedad de servicios principalmente manuales como el lavado, corte, coloración y peinado del cabello, además de manicura, pedicura, depilaciones y tratamientos faciales, entre otras (Lozano y Montero, 2015).

5. Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron diferentes tipos, métodos y técnicas que permitieron dar cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos planteados.

5.1. Área de estudio

El proyecto se desarrolló en el catón Catamayo, ubicado al sur del país, pertenece a la provincia de Loja. Se localiza al oeste de la ciudad de Loja, siendo sus límites: al norte con la provincia de El Oro y el cantón Loja, al sur con los cantones Gonzanamá y Loja, al este con el cantón Loja y al oeste con el cantón Chaguarpamba y el cantón Olmedo; tiene una extensión de 645.5 Km², está integrado por las parroquias urbanas, Catamayo y San José, y parroquias rurales El Tambo, Zambí, San Pedro de la Bendita y Guayquichuma (Municipio de Catamayo, 2023)

5.2. Enfoque de la investigación

Otero (2018) afirma que el proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos.

Partiendo de esta base, se utilizó la metodología cualitativa para describir la naturaleza del servicio, identificar los elementos clave para el éxito y definir los indicadores clave de rendimiento. Por otro lado, la metodología cualitativa se utilizó para calcular estadísticas y promedio del sector en términos financieros y no financieros. Esto se logró gracias a la organización y análisis de los datos recogidos en encuestas realizadas a los propietarios de los locales estudiados, con el objetivo de responder a la pregunta de investigación planteada: ¿En qué condiciones económicas se encuentran las empresas que realizan actividades de peluquería para varones y mujeres en el cantón Catamayo, que permitan determinar el desempeño organizacional de dicho sector?

5.3. Alcance de la investigación

5.3.1. Descriptiva

Morales (2012) busca principalmente encontrar las características y perfiles de un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. En el curso de esta investigación, se llevó a cabo una caracterización del sector de servicios personales en relación con las actividades de las peluquerías. A continuación, se definieron factores críticos de éxito e indicadores de desempeño específicos para este ámbito.

5.3.2. Exploratorio

Morales (2015) subraya la importancia de buscar una referencia general sobre la temática, a menudo desconocida, de la investigación. Este estudio, realiza un análisis sobre un diagnóstico sectorial, una temática que ha recibido escasa atención a nivel nacional y local. La falta de estudios previos en este ámbito confiere a esta investigación una relevancia significativa, ya que aborda un área poco explorada.

5.3.3. De campo

De igual manera, la investigación se desarrolló a través de un trabajo de campo, Morales (2012) indica que este tipo de trabajo se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio, con la finalidad de obtener datos cuantitativos mediante encuestas, detectando tanto aspectos financieros como no financieros, y recopilando información cualitativa a través de la observación.

5.4. Métodos de investigación

5.4.1. Deductivo

Abreu (2014) menciona las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas. Utilizando este método, se recopiló información bibliográfica sobre las características específicas del sector y contribuciones de varios autores respecto a los indicadores de desempeño y factores claves de éxito. Esto permitió identificar los indicadores más apropiados para evaluar el rendimiento y la condición de las organizaciones, proporcionando así una valiosa contribución para el cumplimiento del objetivo 1: Caracterizar las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial y el objetivo 2: Establecer los indicadores de desempeño empresarial de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo, para facilitar el acopio de información primaria.

5.4.2. Inductivo

El método inductivo, según Abreu (2014) estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta o ley científica de índole general. En el estudio, se utilizó este enfoque para recopilar datos primarios y secundarios, lo que permitió obtener estadísticas y promedios relacionados con las empresas que se dedican a las actividades de peluquerías. La información derivó de analizar los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, y con base en estas conclusiones, se logró

cumplir con el objetivo establecido 3: Determinar las estadísticas y los promedios de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo con información primaria y secundaria.

5.4.3. Sintético

Finalmente, se utilizó este método para simplificar la información recolectada, según Cervera (2014) parte del conocimiento de los elementos esenciales e imprescindibles de una realidad y de las relaciones que los vinculan para tratar de alcanzar un conocimiento general y simplificado de dicha realidad considerada como un todo, de este modo, en el estudio se utilizó para examinar cada dato, tanto financiero como no financiero, fusionándolos para la implementación de indicadores de rendimiento. Esta condujo a la obtención de promedios y estadísticas, facilitando la presentación de informe final y permitiendo la formulación de conclusiones y recomendaciones basadas en todos los resultados recabados en la investigación.

5.5. Diseño de investigación

5.5.1. Transversal

En referencia al diseño de investigación, Casas (2011) señala que los datos se recolectan en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. En este caso, los datos de la parte cuantitativa se recopilaron en el mes de diciembre del 2023 a través de encuestas.

5.6. Técnicas de investigación

La investigación científica requiere de una gran variedad de técnicas apropiadas que determinan el tipo de problema investigativo, la clase de datos requeridos y la metodología elegida para el estudio, de manera, que se utilizó la revisión bibliográfica y la encuesta.

5.6.1. Observación

Sánchez (2010) argumenta que la observación se utiliza de forma sistemática siguiendo los principios del método científico, con el fin de asegurar la validez y confiabilidad de los datos recolectados. En este contexto, empleó el método de observación para obtener información precisa y confiable. Esto se da a cabo durante la aplicación directa de encuestas a los propietarios de las organizaciones.

5.6.2. Bibliográfica

La técnica de revisión bibliográfica posibilitó la recopilación de información acerca de investigaciones previas relacionadas con un diagnóstico sectorial, las características del sector, los indicadores de rendimiento en el servicio personal en las actividades de peluquerías, así como los factores de éxito, entre otros aspectos. Este proceso se llevó a cabo mediante la revisión de dos tipos de fuentes: las primarias, constituidas por encuestas, y las secundarias,

provenientes de libros vinculados a los temas de investigación, artículos científicos de revistas especializadas como Scielo, Mundo de la investigación y el conocimiento, Ciencias económicas, Redalyc, entre otras. Además, se consultaron investigaciones, sitios web de entidades regulatorias tales como Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Instituto Nacional de Estadística y Censos y el Servicio de Rentas Internas, así como proyectos de informes. Estas fuentes proporcionaron información teórica esencial para la elaboración y redacción de la revisión de literatura.

5.6.3. Encuesta

En el Anexo 3 se presenta la formulación de un cuestionario que recopiló información primaria. Este cuestionario aborda aspectos financieros (como el monto de activos, pasivos, ingresos y gastos) y no financieros (número de empleados, propietarios, entre otros).

El cuestionario mencionado en el anexo fue desarrollado después de llevar a cabo una revisión bibliográfica sobre los factores clave de éxito de igual forma los indicadores utilizados en empresas de servicios personales. El cuestionario consta de 27 preguntas distribuidas en diversas perspectivas: clientes, recursos humanos, procesos internos, financieros y factores clave éxito. Las opciones de respuesta se especificaron en rangos, basados en la calificación y datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Censos. La encuesta se aplicó a los propietarios o responsables de los locales de servicio personal de actividades de peluquerías del cantón de Catamayo, utilizando métodos de aplicación tanto directos y personales.

5.7. Procedimiento y análisis de datos

Para el progreso de la investigación y la afirmación de los objetivos planteados, se realizó una serie de actividades. En el objetivo 1 se caracterizó las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial, de manera que se llevó a cabo una revisión bibliográfica utilizando información proveniente de fuentes secundarias. Posteriormente, considerando lo encontrado como referencia, se detallaron las características particulares del sector, abordando aspectos como las características del servicio, la categorización según la CIIU, los servicios principales y secundarios, así como las barreras específicas del sector. Además, se presentaron estadísticas a nivel nacional utilizando como base de datos el Instituto Nacional de Estadística y Censos. Se procedió a cuantificar las empresas del sector a nivel cantonal utilizando información disponible en la base de datos del Servicio de Rentas Internas. Asimismo, se definió el perfil de clientes y se cuantificó, realizando una proyección de la población económicamente activa mediante la aplicación de la siguiente fórmula.

$$Pt = P0(1 + r)t$$

Donde:

Pt = Población proyectada a 2022

P0 = Población a 2022

r = tasa de crecimiento de la población (1,1%)

t = número de años

Para verificar y comparar los datos de la base de información con la presencia real de los actores del sector, y asegurar una correcta cuantificación, se creó un directorio que contenía los contactos y direcciones de las empresas involucradas. Posteriormente, se procedió a localizar estas empresas y se inició un primer contacto a través de vistas institucionales, con el propósito de verificar sus actividades y promover la conciencia entre los propietarios. Durante estas visitas, se presentó el proyecto y se solicitó su colaboración, entregando un folleto que incluía información relevante sobre el proyecto.

Para cumplir con el segundo objetivo, que consiste en identificar los indicadores de desempeño de las peluquerías en el cantón Catamayo, se utilizó información obtenida de fuentes secundarias sobre elementos claves para el éxito y otros factores pertinentes al sector de servicios personales, utilizando estos datos, se establecieron indicadores de desempeño, incluyendo tanto financieros como no financieros, facilitando así la evaluación del desempeño empresarial. En la etapa siguiente, se elaboró una herramienta para la recolección de datos, específicamente una encuesta, con el fin de recabar información relevante y guiar el análisis de los indicadores.

Para avanzar en el cumplimiento, del tercer objetivo, que consiste en determinar las estadísticas y promedios relevantes de las peluquerías en el cantón Catamayo, se recurrió tanto a las fuentes de información primaria como secundaria. Se realizó una encuesta que, tras su aplicación, permitió la recolección de datos necesarios para su posterior análisis, la información obtenida fue organizada bajo diferentes enfoques, incluyendo aspectos relacionados con los clientes, el personal, los procesos internos, y los financieros, siguiendo los indicadores financieros y no financieros previamente establecidos en el segundo objetivo, se emplearon las fórmulas pertinentes, lo que facilitó la obtención de estadísticas y promedios para cada uno de los indicadores y preguntas planteadas. La etapa final consistió en una interpretación precisa de estos resultados, lo que accedió identificar de manera clara la proporción de la población que fue sujeta de estudio.

Para el procesamiento y análisis de los datos, se optó por utilizar Software libre, lo cual simplificó la tabulación de la información, la aplicación de indicadores y la elaboración de tablas, en cuanto a la etapa de procesamiento, análisis y presentación final de los datos, se

recurrió al uso del Software Word. Durante la tabulación de indicadores, se identificaron valores inusuales procedentes de la encuesta. Para abordar esta situación, se aplicó la técnica de Winsorizing, que consiste según Benites (2021) es una forma de minimizar la influencia de los valores atípicos en sus datos mediante: asignación al valor atípico un peso más bajo, cambiar el valor para que este cerca de otros valores en el conjunto.

Se utilizó la técnica mencionada anteriormente debido a la presencia de valores atípicos en el cálculo de los indicadores, lo que afectaba la precisión del promedio. La aplicación de esta técnica permitió obtener valores más ajustados mediante el uso del percentil (P) en una distribución normal de datos. Para valores atípicos inferiores, se reemplazaron por el valor cercano al P10, mientras que, los valores superiores, se sustituyeron por el valor próximo al P80, dependiendo del caso. Por esta razón direccionó en la normalización del conjunto de datos con la formula siguiente: =PERCENTIL.INC.

6. Resultados

En consecuencia, se presentan los resultados obtenidos a partir de la revisión de la literatura especializada, el análisis directo y la recopilación de datos a través de encuestas en diversas empresas pertenecientes a las actividades de las peluquerías.

6.1. Objetivo 1: Caracterizar las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo para definir los factores de éxito del sector empresarial.

El enfoque del primer objetivo radica en detallar las características específicas de las actividades de peluquería, ofrecer datos estadísticos a nivel nacional dentro del sector, llevar a cabo un recuento de las empresas dedicadas a las peluquerías y otros tratamientos de belleza en el cantón Catamayo y, por último, establecer el perfil del cliente junto con su cuantificación.

6.1.1. Descripción de las particularidades de las peluquerías para varones y mujeres

Este segmento implica examinar y especificar las disparidades en las características entre los tipos de establecimiento. Esto abarca elementos como el tipo de servicio ofrecido, el ambiente, los estilos de corte y estilismo, los productos empleados, la atención a las tendencias y la experiencia general proporcionada en los ámbitos del cuidado y la cosmética capilar. Esta descripción facilita la comprensión de las distintas necesidades, preferencias y enfoques comúnmente asociados con los salones de belleza dirigidos a hombres y mujeres.

6.1.1.1. Características de las actividades de peluquería. Las peluquerías, como establecimientos especializados en el cuidado capilar, exhiben características distintivas que definen su operación. Ofrecen una amplia gama de servicios, desde cortes de cabello hasta tratamientos capilares, con un énfasis en la especialización de su personal, compuesto por estilistas y coloristas. Cada peluquería presenta un ambiente único y un estilo particular, que puede variar desde lo moderno hasta lo clásico. Utilizan productos especializados para el cuidado del cabello y se mantienen al tanto de las últimas tendencias para ofrecer opciones actualizadas a sus clientes. La atención centrada en la experticia del cliente, junto con el equipamiento especializado y la categorización según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), completa el perfil distintivo de las actividades de peluquería.

En este contexto, la calidad del servicio al cliente, la atención personalizada y la satisfacción del cliente son esenciales. Además, la presencia de equipos especializados, como sillas de corte y estaciones de lavado de cabello, contribuye a la experiencia global ofrecida por estas empresas. La diversidad en el estilo y enfoque de cada peluquería, junto con la constante adaptación a las tendencias actuales, refleja la dinámica naturaleza de estos establecimientos dedicados al cuidado y la estética capilar.

6.1.1.2 Clasificación CIU Nacional de las actividades de peluquerías. Las compañías analizadas se encuentran dentro del sector de servicios personales, y según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU), la actividad específica de las peluquerías se identifica con el código S960200, clasificado dentro de la sección S. La presente clasificación se detalla en la Tabla 5.

Tabla 5

Clasificación Industrial Internacional Uniforme del Sector de peluquerías

Código	Descripción
Sección S	Otras actividades de servicio
División: S96	Otras actividades de servicios personales
Grupo: S960	Otras actividades de servicios personales
Clase: S9602	Actividades de peluquerías y otros tratamientos de belleza
Actividad: S960200	Actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares para hombres y mujeres; afeitado y recorte de la barba; masajes faciales, manicura y pedicura, tatuajes, maquillaje, etcétera.

Nota: Adaptado de CIUU (2009)

6.1.2. Particularidades de las actividades de peluquería

Las peluquerías no se limitan únicamente a corte y peinados, sino que representan entornos dinámicos que trascienden la función capilar. Más que simples centros de transformación del cabello, estos establecimientos se destacan como espacios donde convergen diversas habilidades, relaciones interpersonales y expresiones culturales. Las características distintivas de las actividades en las peluquerías abarcan desde la amplia variedad de servicios ofrecidos hasta las complejas interacciones entre los profesionales del sector y sus clientes. Estas particularidades, a su vez, se ven moldeadas por influencias como las tendencias sociales, la destreza técnica, la conexión emocional y la interacción de identidades culturales.

En lo que respecta a la diversidad de servicios, proporcionan un extenso catálogo que supera las tradicionales cortes y peinados. Incluyen tratamientos especializados para el cabello, servicios de tinte, alisamiento, permanentes, además de maquillaje, manicura y otros, transformándose en centros completos de bienestar personal. Esta expansión de servicios se debe a la creciente demanda de clientes que desean diversas opciones para manifestar su identidad y estilo único.

La interacción entre el estilista y el cliente desempeña un papel crucial en las peluquerías. Más allá de recibir un simple servicio, los clientes buscan una experiencia personalizada y empática. Los peluqueros asumen el papel de confidentes temporales al escuchar las historias, deseos y preocupaciones de los clientes, fortaleciendo así el vínculo

y creando un ambiente de confianza. La evolución de las tendencias en cortes, estilos y técnicas de coloración está estrechamente vinculada a las tendencias culturales y de moda, los profesionales de cambiantes demandas de la clientela, ya que la capacidad de adaptación se vuelve esencial para mantener la relevancia en el sector.

El ejercicio de la peluquería demanda no solo destrezas creativas, sino también habilidades técnicas bien fundamentadas, desde adquirir maestrías en el manejo de tijeras y máquinas de corte hasta comprender la química de los productos capilares, los profesionales deben destacarse como expertos en su campo. La educación continua y la actualización constante de conocimiento resultan esenciales en una industria que experimenta cambios continuos.

Estos elementos destacan la complejidad y diversidad inherentes a las operaciones en las peluquerías, donde la destreza técnica se funciona con el servicio al cliente, la percepción de las tendencias y la habilidad para adaptarse a un entorno en constante evolución.

6.1.3. Desarrollo Económico

En el aspecto económico tienden a contratar a un considerable número de individuos, que van desde estilistas y barberos hasta personal de recepción y administrativo, esto genera oportunidades laborales para diversos profesionales, a lo que contribuye, positivamente al empleo en la comunidad, además, estas empresas consumen una variedad de productos y servicios, que van desde herramientas específicas para la actividad y productos químicos hasta suministros de limpieza. Esta dinámica impulsa la demanda de proveedores locales o regionales, generando para las empresas que suministran dichos productos y servicios.

Su ubicación a menudo frecuente en áreas comerciales o zonas urbanas, lo que genera un efecto multiplicador en la economía local. La instalación de estos establecimientos puede incentivar la llegada de más comercios y servicios del área, favoreciendo a restaurantes, comercios minoristas y otros negocios. Dado que este sector está siempre en evolución, la adopción de nuevas técnicas, productos y tendencias promueve la innovación y aumenta los servicios de calidad, estimulando de esta manera un ciclo sostenido.

6.1.4. Servicios Principales

Estos son algunos de los servicios principales ofrecidos por las peluquerías, aunque la variedad exacta de servicios puede variar según el salón y su especialización. La tabla 6 proporciona una descripción detallada de cada servicio, incluyendo su nombre y una breve descripción.

Tabla 6*Servicios principales para el cuidado capilar y personal*

Principales gamas de servicios para el cuidado capilar y personal	
Cortes de cabello	Desde cortes tradicionales hasta estilos contemporáneos, los profesionales del estilismo están preparados para llevar a cabo una diversidad de cortes personalizados según las preferencias individuales de sus clientes
Peinados y estilismo	Desde pinados diseñados para ocasiones especiales hasta opciones para el día a día, los estilistas tienen la capacidad de confeccionar estilos elegantes, recogidos, ondulados o lisos, adaptándose a las preferencias específicas de cada cliente.
Coloración del cabello	Brindan una variada selección de posibilidades de coloración, que abarca desde tintes convencionales hasta opciones más avanzadas como mechas, reflejos y otras técnicas de coloración.
Tratamientos capilares	Esto implica a llevar a cabo procesos de hidratación, reparación, fortalecimiento o revitalización del cabello, adaptados a las necesidades específicas de cada cliente.
Maquillaje y manicura	Ofrecen servicios adicionales, como la aplicación de maquillaje para ocasiones especiales y tratamientos de cuidado y embellecimiento de las uñas.
Asesoramiento personalizado	Los profesionales de estilismo generalmente ofrecen orientación personalizada acerca del cuidado capilar, sugieren productos apropiados y enseñan técnicas de peinado para que los clientes puedan mantener su estilo
Barbería (en peluquería masculina)	Además de los servicios estándar de corte y estilismo, las peluquerías dirigidas a hombres pueden proporcionar servicios de afeitado, perfilado de barba y tratamientos específicos para el cabello masculino

Nota: Adaptado de López et al. (2023)

6.1.5. Barreras de entrada para ingresar en el sector de las peluquerías.

Algunas barreras de entrada que podrían dificultar el ingreso para nuevos participantes pueden incluir:

- Capital inicial. Empezar un salón de belleza conlleva una inversión importante en equipamiento, mobiliario, sus factores y la adquisición o arrendamiento del espacio, este desembolso inicial puede ser un desafío con recursos financieros limitados.
- Regulaciones y requisitos legales. en algunas ubicaciones, cumplir con las normativas y regulaciones legales para operar un salón de peluquería puede resultar complicado y costoso, esto implica, en ocasiones, obtener licencias, cumplir con capacitaciones, certificaciones y garantizar el cumplimiento de estándares de seguridad e higiene.
- Competencia consolidada. En áreas donde ya existen salones de belleza bien establecidos, entrar en el mercado y atraer clientes puede ser todo un reto. Esto se

complica aún más si los negocios existentes ya tienen una base sólida de clientes y una reputación establecida.

- Diferenciación y reputación. Destacar en un mercado saturado puede resultar desafiante, por lo que es esencial desarrollar una identidad de marca sólida, ofrecer servicios distintivos o especializados y mantener una reputación positiva entre los clientes para destacar en la industria.
- Tecnología y tendencias. Mantenerse al tanto de las últimas tendencias en cortes, estilos, técnicas y productos puede implicar costos en formación continua y actualización. Esto puede representar un obstáculo para algunos emprendedores

Para superar estos desafíos, es crucial realizar una planificación cuidadosa, asegurar el financiamiento adecuado, comprender el mercado local y desarrollar estrategias efectivas para atraer clientes en un entorno competitivo

6.1.6. Estadísticas del sector

En América Latina, el sector de la belleza y cuidado personal han experimentado un crecimiento constante en los últimos años. En Ecuador, las peluquerías y salones de belleza desempeñan un papel significativo en la industria de servicios, aportando de manera importante a la generación de empleo y a la economía local, la evolución de las tendencias en belleza y el aumento de la atención hacia el cuidado personal han sido factores determinantes en el continuo desarrollo de este mercado.

Es plausible que en Ecuador estén ocurriendo ajustes y adaptaciones para responder a las demandas específicas del mercado local ya las tendencias globales en la industria de la belleza. La digitalización, la adopción de nuevas técnicas y la preferencia por productos más naturales o sostenibles podrían estar influyendo en la forma en que las peluquerías operan en el país.

6.1.7. Cuantificación de las empresas

En el cantón Catamayo, teniendo un entendimiento exhaustivo de las particularidades de los consumidores en esta área, es viable calcular la cantidad de posibles clientes en esta industria, Según el censo del año 2022 presenta una estimación de los clientes potenciales en el sector. En total la población del cantón Catamayo es de 35.240 de los cuales, 17.034 son hombres y 18.206 son mujeres, pertenecientes a clases medias o altas, quienes representan una parte significativa del consumo. No obstante, es importante señalar que los servicios ofrecidos en peluquerías y otros tratamientos de belleza están dirigidos a cualquier persona.

Se emplea la Clasificación Industrial Uniforme (CIU) para categorizar adecuadamente las actividades de peluquerías, proporcionando un marco que permite comparar y contrastar estos negocios con otros sectores económicos. Este análisis se profundiza al examinar las características específicas de las peluquerías, incluyendo el desarrollo económico del sector, los servicios principales ofrecidos, y las barreras de entrada que nuevos competidores podrían al intentar ingresar al mercado.

La investigación también incluye estadísticas relevantes del sector, tales como el número de empresas operativas en Catamayo, lo cual ofrece una visión cuantitativa de la industria de las peluquerías en la región. Este enfoque integral permite no solo entender la dinámica actual del sector sino también identificar oportunidades y desafíos para los empresarios interesados en este ámbito.

6.2. Objetivo 2: Establecer los indicadores de desempeño empresarial de las actividades de peluquerías para varones y mujeres del cantón Catamayo, para facilitar el acopio de información primaria.

Con el propósito de alcanzar el segundo objetivo, se amplió el estudio mediante el uso de datos secundarios. Esto permitió identificar los principales factores de éxito dentro del sector y desarrollar indicadores específicos para evaluar su cumplimiento. Esta información se detalla en el Anexo (X), el cual incluye una tabla presentando un resumen fundamental para establecer los factores clave de éxito y los indicadores utilizados para medir su cumplimiento.

6.2.1. Factores claves de éxito del sector de peluquerías

Tras visitar personalmente las empresas del sector en estudio y realizar una exhaustiva revisión de la literatura relevante, se han identificado los factores clave de éxito para esta área. Estos factores se detallan a continuación en la Tabla 7.

Tabla 7

Factores claves de éxito de las actividades de peluquerías

Factor de Éxito	Detalle
Conocer al cliente y establecer una atención que sea eficaz y eficiente	Involucra la comprensión de las necesidades individuales de cada cliente, sus preferencias en términos de estilos, cortes y cuidado capilar. Este entendimiento se logra a través del seguimiento detallado de sus elecciones, historial de servicios y una comunicación efectiva. Brindar atención eficaz y eficiente implica la entrega de servicios personalizados, la optimización de los tiempos de espera, la oferta de recomendaciones pertinentes y el aseguramiento de la satisfacción del cliente, todo esto se gestiona de manera organizada y fluida con el objetivo de maximizar la calidad del servicio y mejorar la experiencia.

Factor de Éxito	Detalle
Modernidad de servicios y desarrollo continuo de estrategias	La adaptación y la continua actualización de las prácticas y servicios son esenciales para mantenerse al tanto de las tendencias, tecnologías y demandas cambiantes del mercado y de los clientes. Esto implica la aplicación de métodos innovadores, herramientas avanzadas y enfoques actualizados con el propósito de elevar la calidad de los servicios proporcionados. Este concepto también incluye la constante creación y evolución de estrategias destinadas a mejorar la eficiencia, la satisfacción y competitividad en su entorno que está en constante transformación.
Presentar una gestión y administración efectiva	La evaluación financiera es reconocida como una herramienta clave para analizar el desempeño económico y financiero de una organización. Este proceso descubre las circunstancias bajo las cuales la empresa funciona respecto a su liquidez, capacidad de pago, niveles de deuda, eficacia operativa, rendimiento y rentabilidad de un lapso determinado.
Capacitación y aplicación de la tecnología	Esta capacitación posibilita que los individuos obtengan las habilidades y conocimientos esenciales para emplear de manera efectiva las innovaciones tecnológicas disponibles en un entorno específico, asimismo, involucra la aplicación práctica de estas herramientas en situaciones reales o profesionales son el propósito de mejorar procesos, maximizando de esta manera los beneficios que la tecnología puede proporcionar.
Capacitación y de desarrollo personal	Al examinar las habilidades y requisitos en la empresa, es crucial que los propietarios cumplan con las expectativas que abarcan competencias técnicas, habilidades sociales, emocionales y cognitivas, además de fomentar la autoconciencia y mejorar la autoestima, la meta del desarrollo personal es impulsar el crecimiento integral del individuo, no solo en su rendimiento laboral, sino también en su bienestar y satisfacción personal en diversas áreas de su vida.

Nota: Adaptado de López et al. (2023)

6.2.2. Indicadores de desempeño financiero

Para evaluar el rendimiento financiero de las peluquerías, es recomendable emplear indicadores como herramientas para obtener datos numéricos que reflejen cómo se desarrolla la organización en aspectos como liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad.

Cada indicador proporciona información específica sobre el éxito clave, el objetivo, la unidad de medida y la fórmula asociada en relación con estos aspectos financieros.

6.2.1.2 Razón de actividad. En la Tabla 8 se puede observar los índices de actividad que evalúan la efectividad con la que la empresa de peluquería emplea sus recursos y activos para generar ganancias. Estos indicadores de actividad revelan datos sobre el desempeño operativo y el aprovechamiento de sus activos en este tipo de negocios.

Tabla 8*Indicadores de actividad*

Factor clave de éxito	Indicador	Objetivo	Medida	Fórmula
	Rotación de activos	Evalúa la eficiencia de la compañía al utilizar sus activos fijos para producir ingresos	Porcentaje	Ingresos/Activos totales
Gestión Financiera	Rotación de patrimonio	Evalúa que tan eficazmente la empresa emplea su capital para producir ingresos	Porcentaje	Ingresos/Patrimonio
	Inversión en Publicidad	Evalúa el rendimiento o la eficacia de la inversión publicitaria en la generación de ingresos	Porcentaje	Publicidad/Ingresos

6.2.1.3 Razón de endeudamiento. Estos son criterios que evalúan la proporción de deuda de una empresa respecto a sus activos y capital. Las empresas de peluquerías emplean estos indicadores para analizar la organización financiera y la habilidad de la empresa para manejar su endeudamiento. En la Tabla 9 se detallan las métricas que evalúan el nivel de endeudamiento.

Tabla 9*Indicadores de endeudamiento*

Factor de éxito	Indicador	Objetivo	Medida	Formula
	Endeudamiento del activo	Indica el porcentaje de activos que están financiados por deudas con terceros	Porcentaje	$\text{Pasivos totales/Activos totales} * 100$
Gestión financiera	Endeudamiento del patrimonio	Indica el porcentaje del capital total financiado con recursos externos	Porcentaje	$\text{Pasivos Totales/Patrimonio} * 100$

6.2.1.4 Razón de rentabilidad. En la Tabla 10 se detallan los criterios de rentabilidad que evalúan cómo la empresa utiliza sus inversiones y operaciones para generar beneficios. En el ámbito de las empresas de servicios de peluquerías, estas métricas de rentabilidad son fundamentales para evaluar tanto el desempeño financiero como la efectividad en la generación de ingresos.

Tabla 10*Indicadores de Rentabilidad*

Factor de éxito	Indicador	Objetivo	Medida	Fórmula
Gestión financiera	Rentabilidad sobre los activos	Evalúa la rentabilidad total sobre los activos de la empresa, conocida como ROA	Porcentaje	Utilidad neta/Activo*100
	Rentabilidad sobre el patrimonio	Evalúa el rendimiento de la empresa en relación a su capital propio	Porcentaje	Utilidad neta/Patrimonio*100

6.2.3. Indicadores de desempeño no financiero

Para evaluar la eficacia y el rendimiento de la actividad de peluquerías, resulta beneficioso emplear métricas no financieras que permitan medir el desempeño de la empresa en aspectos como la cantidad de clientes, modernidad de servicios y desarrollo continuo de estrategias y capacitación y aplicación de la tecnología, entre otros elementos relevantes. Estos aspectos son fundamentales para alcanzar altos niveles de productividad y eficiencia en todas las actividades.

A continuación, se presenta en la Tabla 11 un conjunto de indicadores no financieros cuantitativos que ofrecen información detallada sobre áreas clave de la organización.

Tabla 11*Indicadores no financieros cuantitativos*

Factor de éxito	Indicador	Objetivo	Unidad	Fórmula
Conocer la demanda y generar lealtad en los clientes	Promedio de clientes atienden diariamente	de La capacidad del negocio que para atraer y retener clientes	Número	Pregunta
	Promedio de servicios ofertan	de los Identificar métodos y herramientas para optimizar la calidad y eficacia del servicio	Número	Pregunta
Desarrollo y mejora continua de los servicios	Promedio Inversión en publicidad	de Determinar los medios de comunicación para difundir información y promover el servicio	Número	Pregunta
	Capacitaciones a los directivos	a Determinar las habilidades y capacitaciones del personal de la empresa mediante programas de formación	Número	Pregunta

Este análisis define los indicadores de desempeño empresarial para las peluquerías en el cantón Catamayo, con el fin de simplificar la recolección de información primaria. La

identificación de los factores clave de éxito en el sector mencionado constituye el primer paso hacia la comprensión que determina el buen rendimiento. Los indicadores de desempeño seleccionados se dividen en dos categorías principales: financieros y no financieros, dentro de los indicadores financieros, se analizan la razón de actividad; que mide la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos, la razón de endeudamiento, que evalúa la proporción de los activos financiados con deuda; y la razón de rentabilidad, que determina la capacidad de la empresa para generar ganancias de sus ventas, activos y capital social.

Además, se consideran indicadores de desempeño no financiero, para entender otros aspectos del éxito empresarial que no se reflejan directamente en las cifras financieras. Estos pueden incluir la satisfacción del cliente, la retención de empleados, la innovación en servicios, entre otros. La inclusión de estos indicadores proporciona una visión más completa y equilibrada del rendimiento de las peluquerías en Catamayo, permitiendo a los propietarios y gestores tomar decisiones más informadas para el éxito continuo de los negocios, en la Tabla 12, se presenta lo expuesto.

Tabla 12

Matriz de indicadores financieros y no financieros en las actividades de peluquerías

SECTOR ORGANIZACIONAL	PROPUESTA DE VALOR A LA SOCIEDAD (Misión) (¿Para qué existe dicho sector organizacional?)	CARACTERÍSTICAS (A través de qué se logra el propósito del sector organizacional)	CONDICIONANTES (¿para qué lo hacen?)	FACTORES CLAVES DE ÉXITO (Funciones sustantivas del sector organizacional)	INDICADORES DE DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL (que facilite compararse con otros actores del sector)	INFORMACIÓN REQUERIDA (para modelo de encuesta)
<p><u>SECCIÓN: S</u> Otras actividades de servicios</p> <p><u>DIVISIÓN: S96</u> Otras actividades de servicios personales</p> <p><u>GRUPO: S960</u> Otras actividades de servicios personales</p> <p><u>CLASE: S9602</u> Actividades de peluquerías y otros tratamientos de belleza</p> <p><u>ACTIVIDAD:</u> Actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares</p>	<p>Proporcionar un entorno donde las personas puedan transformar su apariencia física, fortalecer su confianza y encontrar un espacio que priorice productos de calidad.</p>	<p>Conocer al cliente y establecer una atención que sea eficaz y eficiente</p> <p>Modernidad de servicios y desarrollo continuo de estrategias</p>	<p>Identificar al cliente, así como, desarrollar habilidades de comunicación para entender y satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.</p> <p>Formar agrado a los clientes, y consecuentemente aumentar la rentabilidad</p> <p>Con el fin de fortalecer la estabilidad financiera de la empresa y elevar su posición en el mercado</p>	<p>Conocer la demanda y generar lealtad en los clientes</p> <p>Desarrollo y mejora continua de los servicios</p> <p>Gestión financiera eficiente</p>	<p>El promedio de clientes que atiende diariamente</p> <p>Promedio de los servicios que ofertan en Inversión en publicidad</p> <p>Razón corriente Capital de trabajo neto Rotación de activos totales Rotación del patrimonio</p>	<p>Número de clientes que atiende diariamente</p> <p>Número de servicios que ofertan Monto en publicidad</p> <p>Activos corrientes/Pasivos corrientes Ingresos/Activos totales Ingresos/Patrimonio Ingresos/Publicidad</p>

para hombres y mujeres; afeitado y recorte de la barba; masajes faciales, manicura y pedicura, tatuajes, maquillaje, etcétera.

-Inversión en publicidad
 -Endeudamiento del activo
 -Endeudamiento del patrimonio
 -Rentabilidad sobre los activos
 -Rentabilidad sobre el patrimonio
 -Rentabilidad sobre el aporte de socios

en
 Pasivos totales/Activos totales*100
 Pasivos totales/Patrimonio*100
 Utilidad neta/Activo*100
 Utilidad neta/Patrimonio*100
 Utilidad neta/Aporte de socios*100

Capacitación de desarrollo personal	Para lograr un desarrollo profesional optimo y un personal motivado	Capacitación del personal	Capacitación a los directivos	Número total de capacitaciones Tipos de capacitaciones
-------------------------------------	---	---------------------------	-------------------------------	---

6.3. Objetivo 3: Determinar las estadísticas y los promedios de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo con información primaria y secundaria.

Para lograr el cumplimiento del objetivo 3, se llevó a cabo la aplicación de encuestas a los directivos o responsables de cada compañía. Posteriormente, se procedió a la compilación de los datos por cada empresa, analizando las estadísticas con base en la información recabada. Luego de este proceso, se aplicaron tanto los indicadores financieros como los no financieros previamente establecidos para el sector, calculando promedios que representan la industria general.

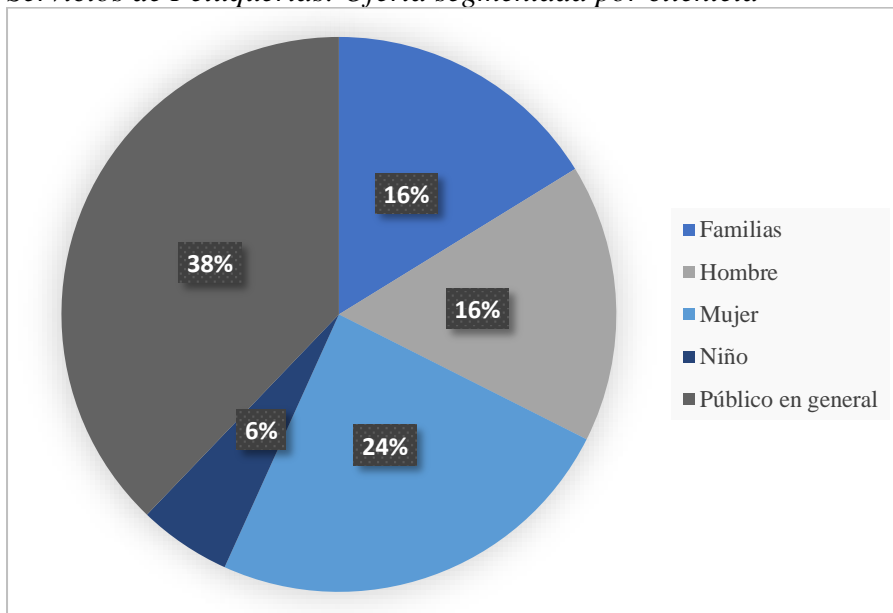
Es relevante destacar que la información presentada corresponde a un total de 37 de las 48 empresas activas, ya que no se pudo obtener datos de todas las compañías.

6.3.1. Tabulación de resultados de encuesta

Se agrupan todas las interrogantes vinculadas a las particularidades de la entidad, ya que esto facilita una aproximación más clara a la situación de las empresas en el ámbito. En este contexto presenta información clave para describir las siguientes características del sector.

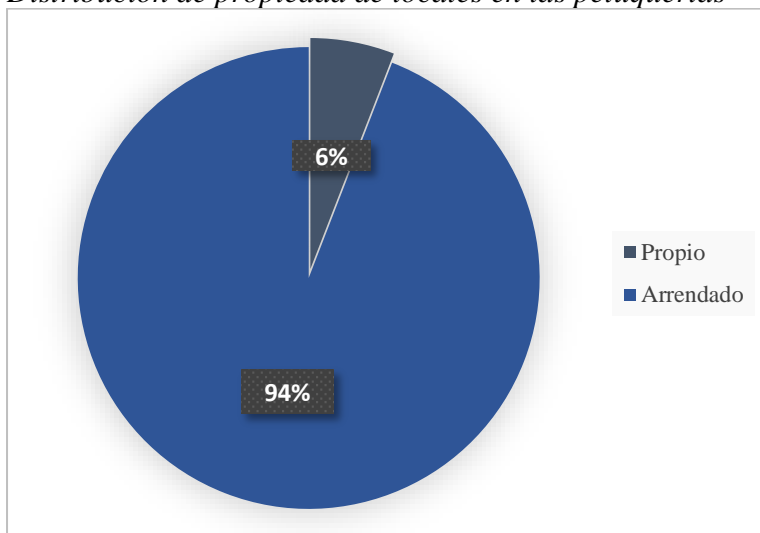
Figura 2

Servicios de Peluquerías: Oferta segmentada por clientela



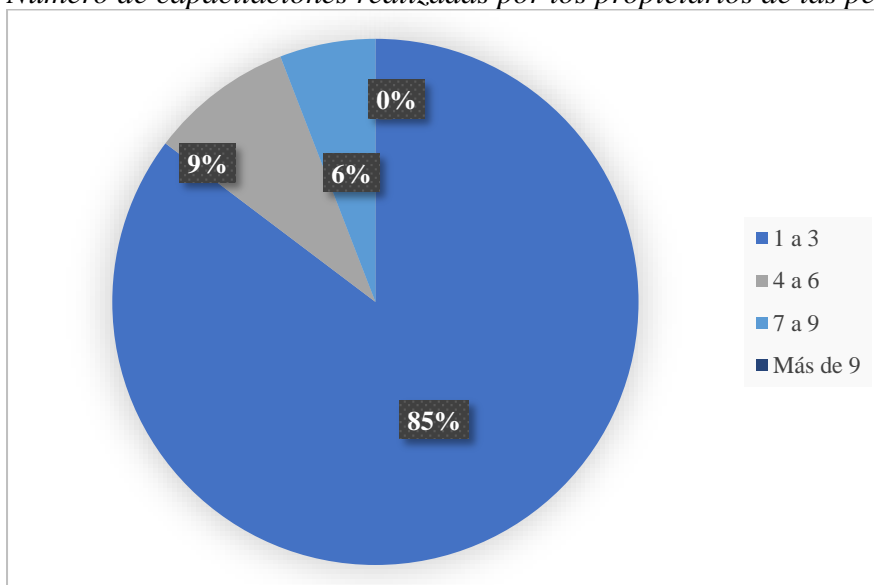
En la Figura 2 se puede visualizar la mayoría de los servicios de peluquería están dirigidos al "Público en general" con un 37,8% de las respuestas. Las categorías de "Mujeres" y "Hombres" también tienen una participación significativa, con el 24,3% y 16,2% respectivamente. Los servicios dirigidos a "Familias" y "Niños" son menos comunes, representando el 16,2% y 5,4% respectivamente.

Figura 3
Distribución de propiedad de locales en las peluquerías



La Figura 3, muestra la gran mayoría de las peluquerías (94%) tienen sus locales arrendados, lo que indica que la mayoría de los propietarios de peluquerías no son dueños del espacio físico donde operan. Solo un pequeño porcentaje (6%) de las peluquerías tienen sus locales propios.

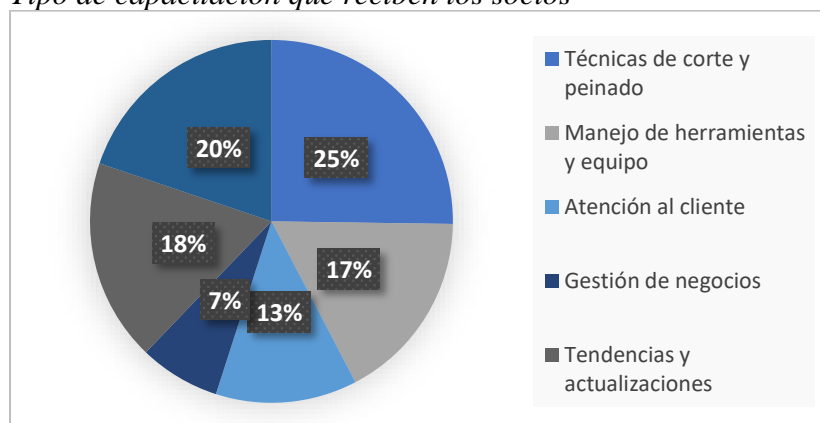
Figura 4
Número de capacitaciones realizadas por los propietarios de las peluquerías



En la Figura 4 se observa que la mayoría de los propietarios de las peluquerías han recibido entre 1 y 3 capacitaciones, representando el 85% de las respuestas. Un pequeño porcentaje de socios (9%) ha recibido de 4 a 6 capacitaciones. Otro grupo minoritario (6%) ha recibido de 7 a 9 capacitaciones. Los socios han recibido un número moderado de capacitaciones, lo que indica una combinación adecuada de habilidades y conocimientos para operar en el entorno.

Figura 5

Tipo de capacitación que reciben los socios



La Figura 5 ostenta que la gran mayoría de las peluquerías han recibido capacitación en "Técnicas de corte y peinado" (25%) y "Higiene y seguridad" (20%). Otras áreas importantes de capacitación incluyen "Tendencias y actualizaciones" (18%) y "Manejo de herramientas y equipo" (17%). Aunque en menor medida, también hay un enfoque significativo en la "Atención al cliente" (13%) y la "Gestión de negocios" (7%). Po ello las peluquerías valoran una variedad de habilidades, cubriendo tanto aspectos técnicos como de gestión y servicio al cliente, este enfoque integral puede contribuir al éxito general del negocio.

6.3.2. Tabulación de resultados

En la fase de análisis estadístico de los datos recopilados en la encuesta, las preguntas fueron clasificadas en cuatro categorías distintas: clientes, recursos humanos, procesos y financiera. Este proceso de categorización se llevó a cabo en consonancia con las cuatro perspectivas del Cuadro de Mando Integral, un enfoque de gestión estratégica diseñado para ayudar a las organizaciones a alinear sus objetivos y estrategias.

6.3.2.1. Perspectivas de Servicios que brinda. Para determinar el impacto de la eficiencia en los procesos de las empresas dentro de un sector específico, se realizó un estudio que examinó dos variables: el tiempo que las empresas llevan en el mercado y el presupuesto destinado a las actividades de peluquerías.

Tabla 13

Perspectivas de servicios ofrecidos por peluquerías

Número de empresas	Años en el mercado	Inversión en publicidad
1	10	\$ -
2	5	\$ -
3	1	\$ 19,00
4	16	\$ -
5	10	\$ -

Número de empresas	Años en el mercado	Inversión en publicidad
6	2	\$ -
7	20	\$ -
8	4	\$ -
9	17	\$ -
10	15	\$ 19,00
11	14	\$ -
12	13	\$ -
13	12	\$ -
14	7	\$ -
15	10	\$ -
16	10	\$ -
17	7	\$ -
18	3	\$ -
19	7	\$ -
20	6	\$ -
21	5	\$ -
22	8	\$ -
23	7	\$ -
24	13	\$ 19,00
25	10	\$ 19,00
26	5	\$ -
27	4	\$ -
28	4	\$ -
29	13	\$ -
30	4	\$ -
31	3	\$ -
32	3	\$ -
33	1	\$ -
34	1	\$ -
Promedio	8	\$ 2,24

La Tabla 13 exhibe la información acerca del tiempo que tienen las empresas en el mercado, las empresas especializadas en las actividades de peluquerías tanto varones como para mujeres, se destaca un promedio de 8 años de operar en el sector ya mencionado. La mayoría de las empresas (31 de 34) no ha invertido en publicidad, ya que se indica con "\$ 0,00". Las empresas que han invertido \$19,00 en publicidad son las empresas que puede ayudar a atraer a nuevos clientes, aumentando la visibilidad del negocio entre el público objetivo, no obstante, esto podría interpretarse como que, en general, a medida que las empresas pasan más tiempo en el mercado, tienden a invertir ligeramente más en publicidad, pero la relación no es muy

pronunciada. El promedio de inversión en publicidad en redes sociales para las peluquerías es de \$2,00 dólares.

Es importante tener en cuenta que la correlación no implica causalidad. Aunque hay una relación, no se puede afirmar que la antigüedad en el mercado cause directamente una mayor inversión en publicidad o viceversa.

6.3.2.2. Perspectivas de recursos humanos. Se centran en la gestión efectiva del personal, promoviendo un entorno inclusivo y diverso, e implementando estrategias de reclutamiento y flexibilidad laboral.

Tabla 14
Datos de los recursos humanos en peluquerías

Número de empresas	Número de clientes	Precios	
		Mínimo	Máximo
1	12	\$ 7	\$ 15
2	11	\$ 4	\$ 6
3	5	\$ 4	\$ 6
4	20	\$ 5	\$ 110
5	4	\$ 4	\$ 4
6	6	\$ 3	\$ 4
7	4	\$ 3	\$ 45
8	6	\$ 3	\$ 65
9	7	\$ 3	\$ 40
10	9	\$ 3	\$ 45
11	8	\$ 3	\$ 20
12	8	\$ 3	\$ 25
13	7	\$ 5	\$ 7
14	6	\$ 5	\$ 15
15	7	\$ 5	\$ 20
16	8	\$ 5	\$ 20
17	7	\$ 10	\$ 80
18	5	\$ 5	\$ 17
19	4	\$ 5	\$ 15
20	5	\$ 5	\$ 25
21	4	\$ 5	\$ 17
22	4	\$ 5	\$ 100
23	7	\$ 5	\$ 27
24	4	\$ 4	\$ 30
25	8	\$ 3	\$ 8
26	10	\$ 3	\$ 20
27	9	\$ 5	\$ 30
28	7	\$ 5	\$ 40
29	7	\$ 5	\$ 20
30	6	\$ 5	\$ 30

Número de empresas	Número de clientes	Precios	
		Mínimo	Máximo
31	8	\$ 3	\$ 40
32	7	\$ 4	\$ 20
33	4	\$ 4	\$ 30
34	9	\$ 3	\$ 15
Promedio	7	\$ 4	\$ 30

De acuerdo con la Tabla 14, la relación entre el precio mínimo y máximo en las peluquerías de Catamayo es relativamente débil. En general, a medida que aumenta el precio mínimo, también tiende a aumentar el precio máximo, pero esta relación no es constante.

Hay varias empresas que tienen un precio mínimo de \$3, y algunas de ellas tienen precios máximos bastante elevados. Por ejemplo, la empresa 4 tiene un precio mínimo de \$3 y un precio máximo de \$110, que es significativamente más alto que el promedio. La empresa 7 también tiene un precio mínimo de \$3 y un precio máximo de \$45, que también está por encima del promedio. Sin embargo, también hay empresas con precios mínimos altos y precios máximos bajos. Por ejemplo, la empresa 1 tiene un precio mínimo de \$10 y un precio máximo de \$25. La empresa 2 tiene un precio mínimo de \$15 y un precio máximo de \$30.

Esta relación débil es que los precios de las peluquerías están influenciados por una serie de factores, incluyendo la ubicación, la calidad de los servicios, y la competencia. Las peluquerías ubicadas en zonas de alto poder adquisitivo pueden cobrar precios más altos. Las peluquerías que ofrecen servicios de alta calidad, como tratamientos de coloración o depilación, también pueden cobrar precios más altos. Y las peluquerías que tienen mucha competencia pueden verse obligadas a ofrecer precios más bajos para atraer clientes.

La afluencia de clientes es relativamente estable, por lo que las peluquerías pueden cobrar precios más altos sin perder clientes. Sin embargo, la relación entre el precio mínimo y máximo aún es relativamente débil, lo que sugiere que los factores mencionados anteriormente también están influyendo en los precios.

6.3.2.3. Perspectivas de servicios que brinda. Se refiere al conjunto de opciones y enfoques estratégicos que estos establecimientos ofrecen para satisfacer las demandas variadas de sus clientes en términos de cuidado capilar.

Tabla 15

Datos generales de la empresa

Número de Empresas	Número de Empleados	Total, de servicios
1	1	2

Número de Empresas	Número de Empleados	Total, de servicios
2	1	2
3	1	4
4	1	9
5	1	6
6	1	2
7	1	6
8	1	6
9	1	6
10	1	8
11	1	8
12	1	6
13	1	3
14	1	5
15	1	4
16	1	9
17	1	10
18	1	6
19	1	4
20	1	4
21	1	9
22	2	4
23	2	2
24	2	2
25	2	8
26	2	2
27	2	6
28	2	3
29	2	7
30	2	4
31	2	2
32	3	7
33	3	8
34	3	7
Promedio	1	5

En la Tabla 15 muestra que hay una relación positiva entre el número de empleados y el número de servicios ofrecidos por peluquería. El promedio de empleados por peluquería es de 1, y el promedio de servicios ofrecidos por peluquería es de 5. Esto significa que, en general, las peluquerías con más empleados también ofrecen más servicios.

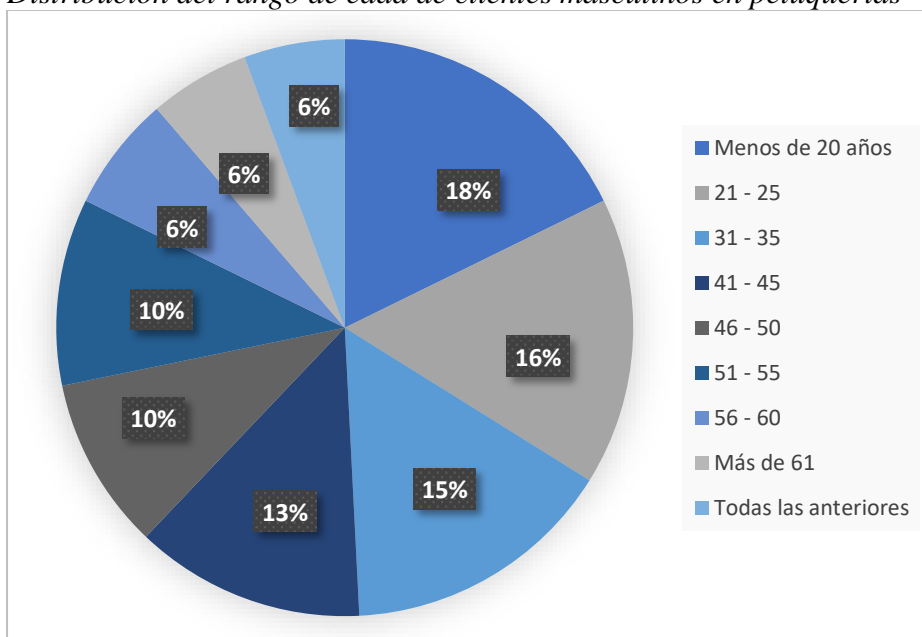
Sin embargo, esta relación no es muy pronunciada. Hay peluquerías con un solo empleado que ofrecen más de 5 servicios, y también hay peluquerías con más de 1 empleado

que ofrecen menos de 5 servicios. Por ejemplo, la peluquería 1 tiene un solo empleado y ofrece 6 servicios, mientras que la peluquería 5 tiene 2 empleados y ofrece 4 servicios.

Esto puede deberse a varios factores, como la especialización de la peluquería, el tamaño de la población a la que atiende, o el tipo de servicios que ofrece. Por ejemplo, una peluquería que se especializa en cortes de pelo para hombres puede ofrecer menos servicios que una peluquería que se especializa en cortes de pelo para mujeres. O, una peluquería que atiende a una población pequeña puede ofrecer menos servicios que una peluquería que atiende a una población grande.

6.3.2.4. Perspectiva cliente. En la Figura 6, presenta los datos y promedio del número de clientes que posee cada empresa de las actividades de peluquerías.

Figura 6
Distribución del rango de edad de clientes masculinos en peluquerías

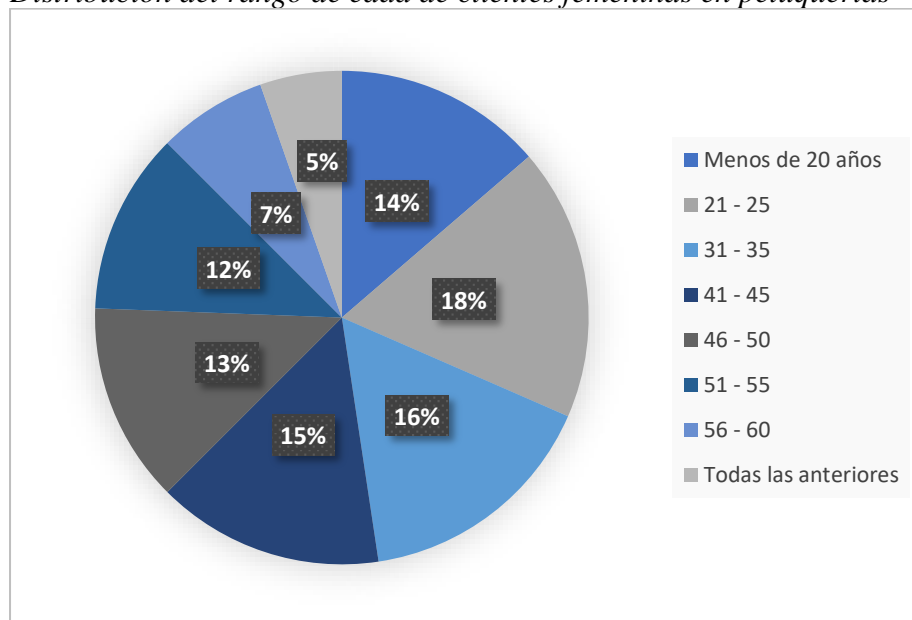


La tabla muestra que la mayoría de los clientes son hombres jóvenes, entre las edades de 20 y 35 años. El grupo de edad de 21-25 años es el más numeroso, con un 18% de los encuestados. Los grupos de edad de 31-35 y 41-45 también son importantes, con un 17% y un 15% de los encuestados, respectivamente.

En Catamayo están dirigidas principalmente a un público joven. Esto podría deberse a una serie de factores, como la moda cambiante, las preferencias de los clientes o el aumento de la competencia de las peluquerías en línea. Por ejemplo, la moda actual favorece los cortes de pelo cortos y modernos, que son populares entre los hombres jóvenes. Además, los hombres jóvenes suelen ser más conscientes de su apariencia y están más dispuestos a gastar dinero en servicios de peluquería.

Figura 7

Distribución del rango de edad de clientes femeninas en peluquerías



En la gráfica, se puede observar que el grupo de edad de 21 a 25 años es el más numeroso, con un 18% de los encuestados. Los grupos de edad de 31 a 35 y 41 a 45 también son importantes, con un 17% y un 15% de los encuestados, respectivamente. Los grupos de edad de 20 años o menos, 46 a 50 años y 51 a 60 años representan un porcentaje menor de la clientela.

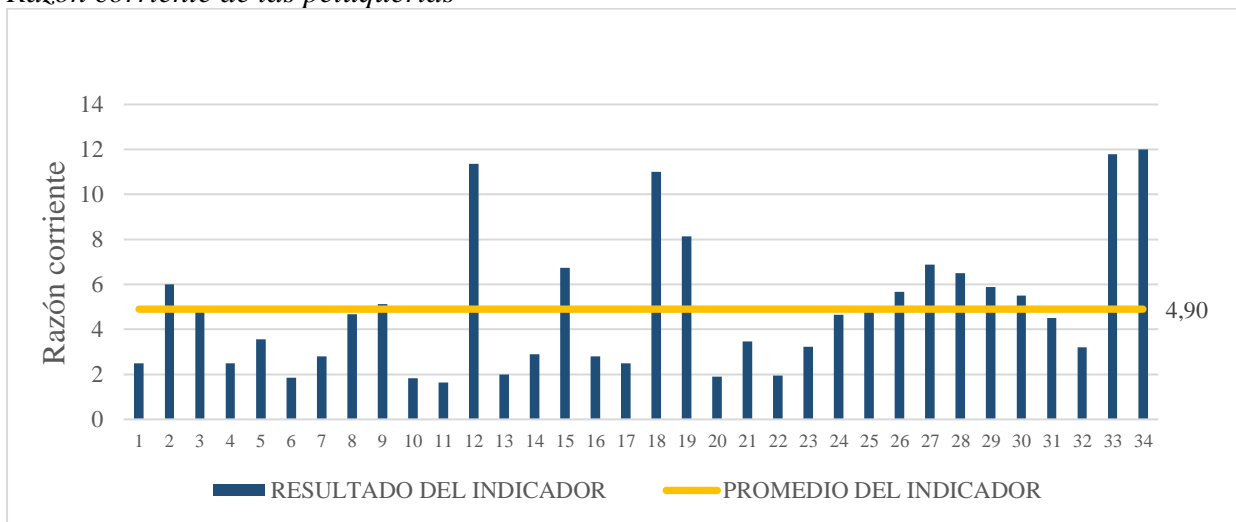
6.3.3. Indicadores financieros

Son herramientas clave para evaluar el desempeño financiero y la salud de una empresa. Estos indicadores proporcionan información valiosa para los inversionistas, gerentes, analistas y otras partes interesadas. Aquí hay algunos indicadores financieros comunes:

6.3.3.1. Razón corriente. Para calcular este indicador, se divide el valor del activo corriente entre el pasivo corriente. La Gráfica 8 ilustra que, a nivel de la industria, el promedio para la razón corriente se establece en 4,90. Esto implica que las empresas con una razón corriente superior a 2,81 tienen la capacidad adecuada para cumplir sus obligaciones a corto plazo y se encuentran en una buena posición de liquidez. En otras palabras, por cada dólar que adeudan a corto plazo, cuenta con un respaldo o disponibilidad de 4,90 dólares. En el sector de las peluquerías, donde los costos operativos son vitales para la operación comercial, una buena razón corriente indica que las empresas poseen suficientes activos para cubrir sus deudas a corto plazo.

El 62 % están por debajo de la industria, lo que refleja que la mayoría están enfrentando algún tipo de dificultades para cubrir sus obligaciones y tan solo el 38 % superan el promedio.

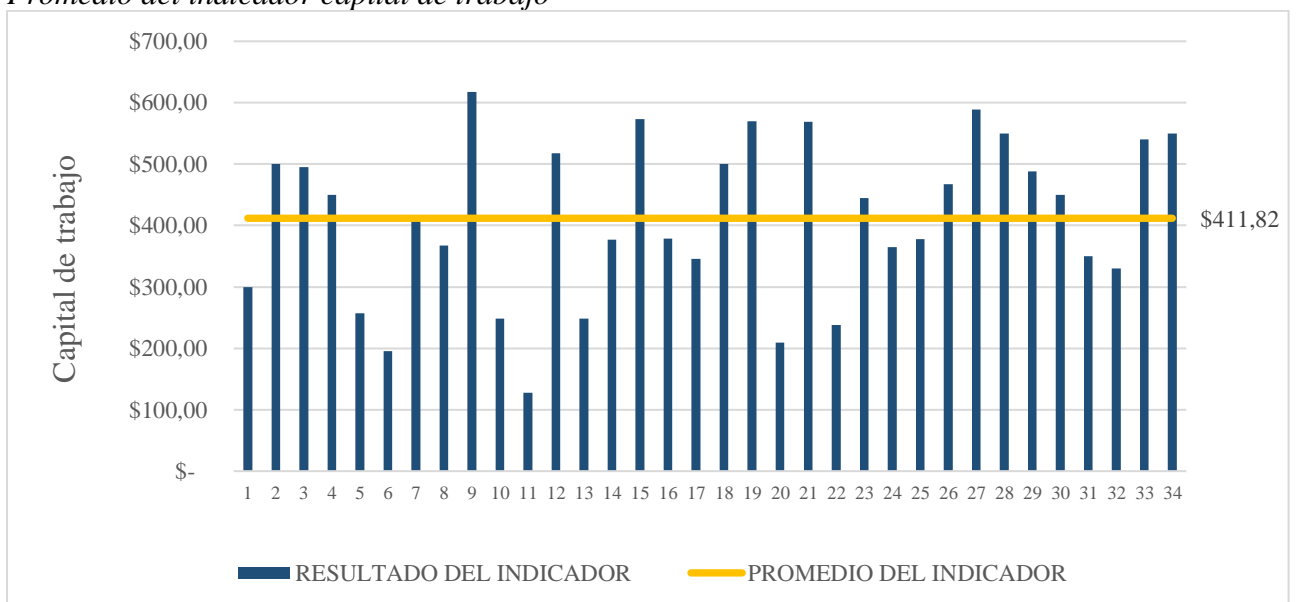
Figura 8
Razón corriente de las peluquerías



6.3.3.2. Capital de trabajo. El cálculo de este indicador implica la resta de los activos corrientes y pasivos corrientes. En la gráfica 9, se destaca que el promedio de capital de trabajo neto en la industria es de \$ 411,82 lo que indica que las empresas tienen ese monto disponible para cubrir sus obligaciones una vez que han restado sus pasivos corrientes de sus activos corrientes, resultando un capital de trabajo neto positivo.

El 53 % se encuentran por encima de este promedio, lo que significa que más de la mitad de las empresas tienen una capacidad sólida para hacer frente a sus obligaciones. Por otro lado, el 47 % restante está por debajo del promedio, lo que evidencia que están enfrentando dificultades para gestionar su liquidez y cumplir con sus compromisos.

Figura 9
Promedio del indicador capital de trabajo

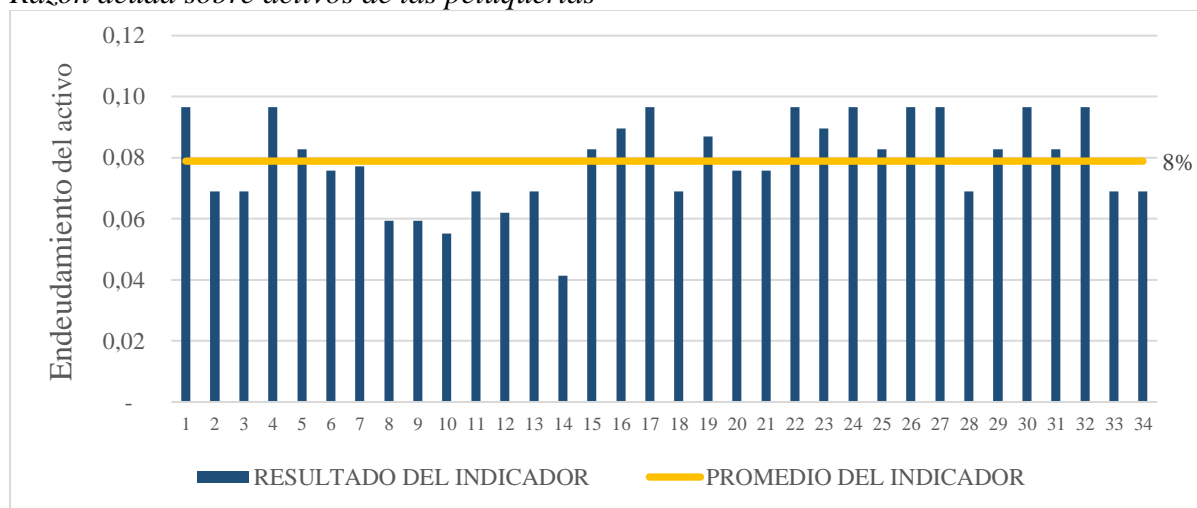


6.3.3.3. Endeudamiento del activo. Este indicador se deriva de la división de los pasivos totales entre los activos totales. La Gráfica 10 revela que el promedio de la industria en la razón deuda considerando el activo es del 8 %. Este valor indica que las empresas de este sector mantienen una proporción equivalente entre deuda y activos, de manera que, por cada dólar invertido en activos, 0,8 están respaldados por financiamiento externo. Esta baja razón señala que las empresas están principalmente financiando sus operaciones con capital propio y no depende en gran medida de préstamos o créditos.

El 35 % superan el promedio. Esto sugiere que la mayoría de las empresas poseen una razón deuda alta, lo que conlleva un mayor riesgo al depender de financiamiento externo. Por otro lado, el 65 % restante se sitúa por debajo del promedio, lo que indica un enfoque más conservador al depender en mayor medida de su propio capital para financiarse y 5 empresas cumplen el promedio.

Figura 10

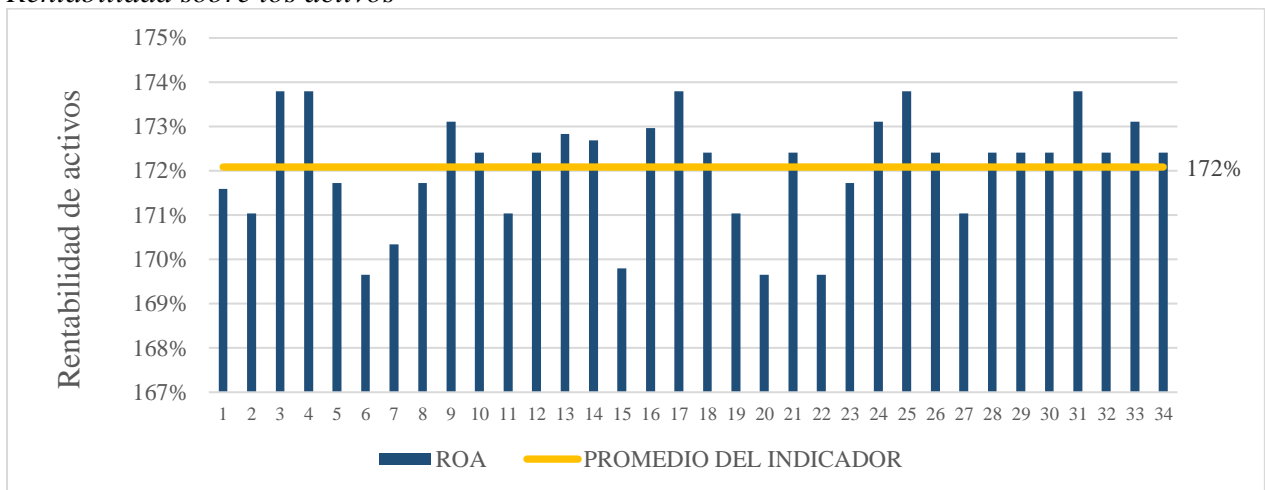
Razón deuda sobre activos de las peluquerías



6.3.3.4. Rentabilidad sobre los activos. El cálculo del ROA implica dividir la utilidad entre los activos. En la Figura 11, se presenta que el promedio de la industria se sitúa en el 1,72 %, sugiere que la empresa está generando beneficios, en este sector generan una ganancia neta equivalente a esta proporción en relación con sus activos totales. Además, obtienen un retorno satisfactorio por la utilización de sus activos, es decir que, por cada dólar en activos, logra obtener una utilidad neta equivalente al \$ 0,72 de este monto.

De las 34 empresas encuestadas, 11 están utilizando sus recursos de manera eficiente logrando obtener una utilidad superior al promedio lo que indica que obtienen buenos resultados y las otras 23 empresas se sitúan por debajo del promedio, lo que refleja una deficiencia en términos de rentabilidad y señala que están siendo relativamente menos eficientes en relación con el promedio.

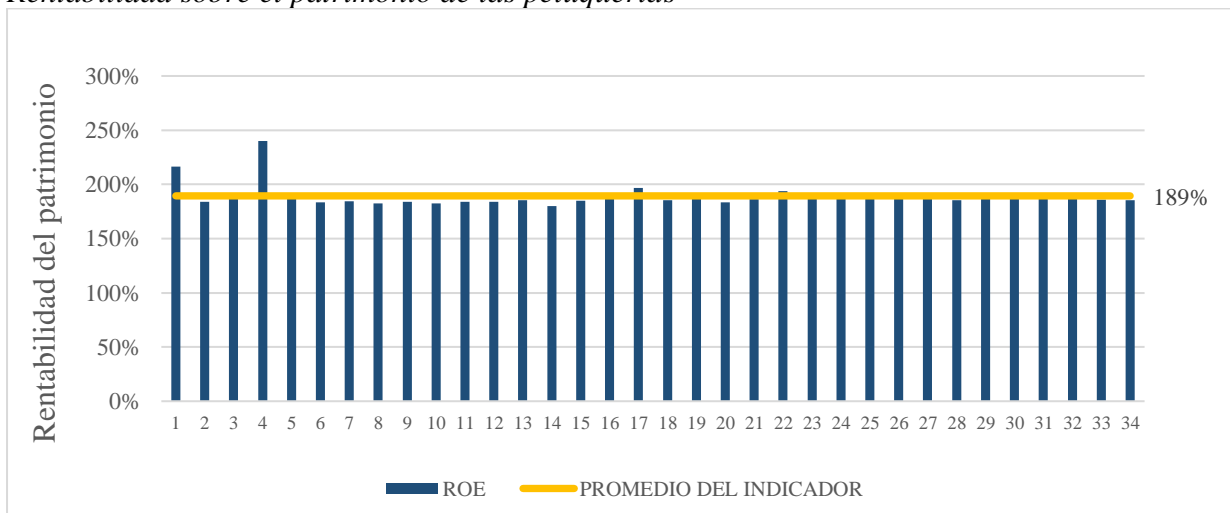
Figura 11
Rentabilidad sobre los activos



6.3.3.5. Rendimiento sobre el patrimonio neto. El cálculo del ROE deriva de la división de la utilidad entre el patrimonio. En la Figura 12, se presentan los resultados que las empresas obtienen en relación con el capital invertido por los accionistas. En este caso, el promedio de la industria se sitúa en el 1,89 %. Esto indica que las empresas logran una utilidad neta equivalente a esa proporción de su patrimonio es relativamente bueno, indica que la empresa está generando una gran cantidad de beneficios en comparación con su patrimonio neto.

De las 34 empresas encuestadas, 10 superan el promedio, lo que significa que tienen un ROE más alto, esto indica que estas empresas generan una mayor rentabilidad en comparación a su competencia usando el capital invertido de sus socios, lo que refleja una gestión eficiente de recursos. Por otro lado, las otras 24 empresas se sitúan por debajo del promedio, lo que indica que están siendo poco eficientes en términos de rentabilidad

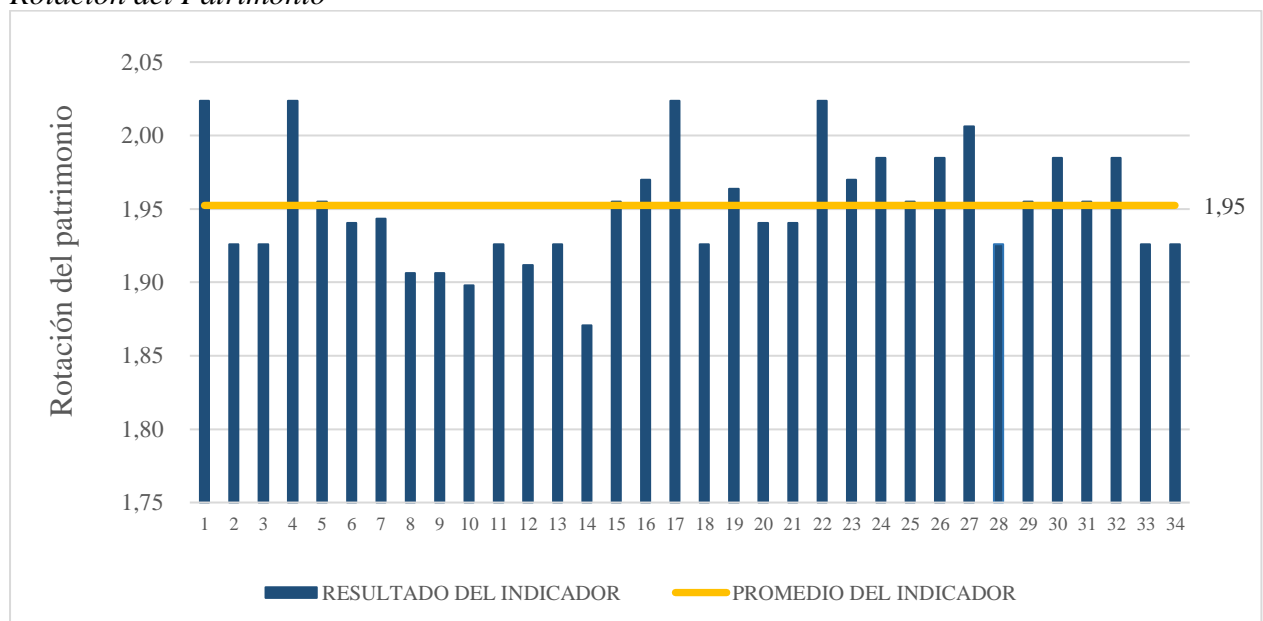
Figura 12
Rentabilidad sobre el patrimonio de las peluquerías



6.3.3.6. Rotación del patrimonio. Para calcular la rotación del patrimonio, se divide los ingresos entre el patrimonio. Los datos presentados en la Figura 13 revelan que el promedio de la industria en términos de rotación del patrimonio es de 1,89 veces. Este indicador analiza la efectividad con la que una empresa emplea su patrimonio para generar ingresos, en este caso, se señala que las empresas logran generar ingresos equivalentes a 1,89 veces su patrimonio.

El 35 % de las empresas cumplen con el promedio de la industria, es decir lo superan, lo que significa que un número reducido de empresas demuestra eficiencia. En contraste, el 65 % equivalentes a 22 empresas, se ubican por debajo del promedio de la industria, lo que significa que la mayoría de las empresas no están utilizando su patrimonio de manera eficiente para generar ingresos.

Figura 13
Rotación del Patrimonio



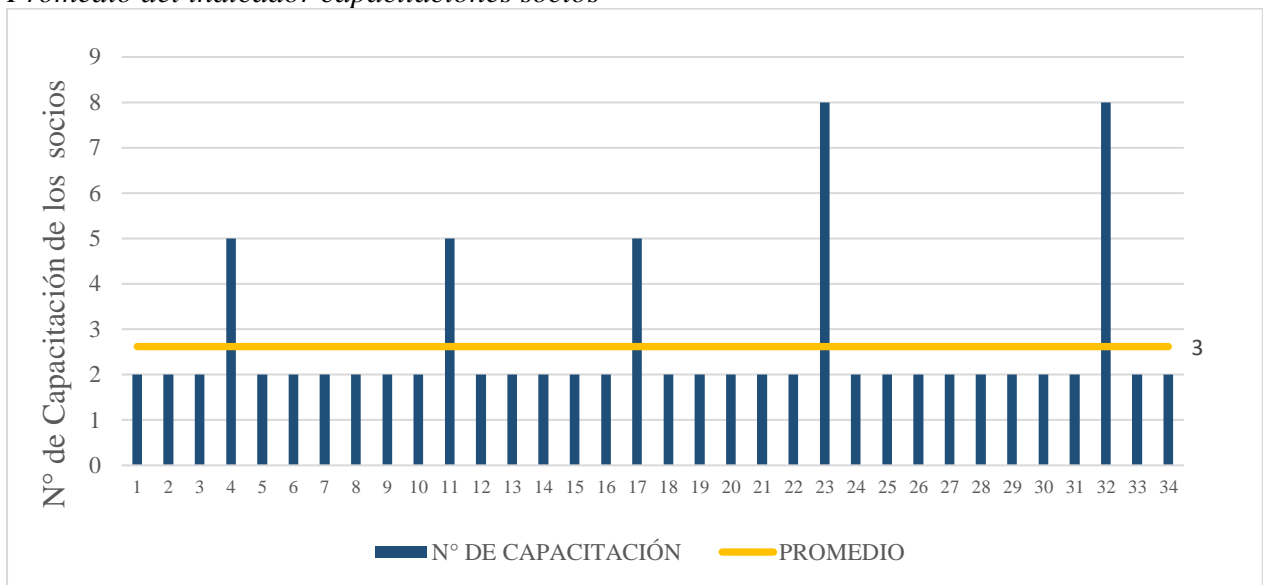
6.3.4. Indicadores no financieros en las actividades de peluquerías.

Esta sección se aplicará los siguientes indicadores no financieros en métricas cuantitativas, el número de veces de capacitaciones

6.3.4.1. Capacitación de los socios. La Figura 14 muestra el promedio de la industria en cuanto al número de capacitaciones que reciben los socios, arrojando un resultado promedio de 3 capacitaciones anuales. Este hecho indica la importancia de realizar capacitaciones con regularidad, ya que ello contribuye a mejorar la calidad del servicio y a mantener una eficiencia operativa. De las 34 empresas encuestadas, 5 cumplen con el promedio, es decir llevan a cabo 3 o más capacitaciones al año, en cambio las 29 empresas están por debajo del promedio.

Figura 14

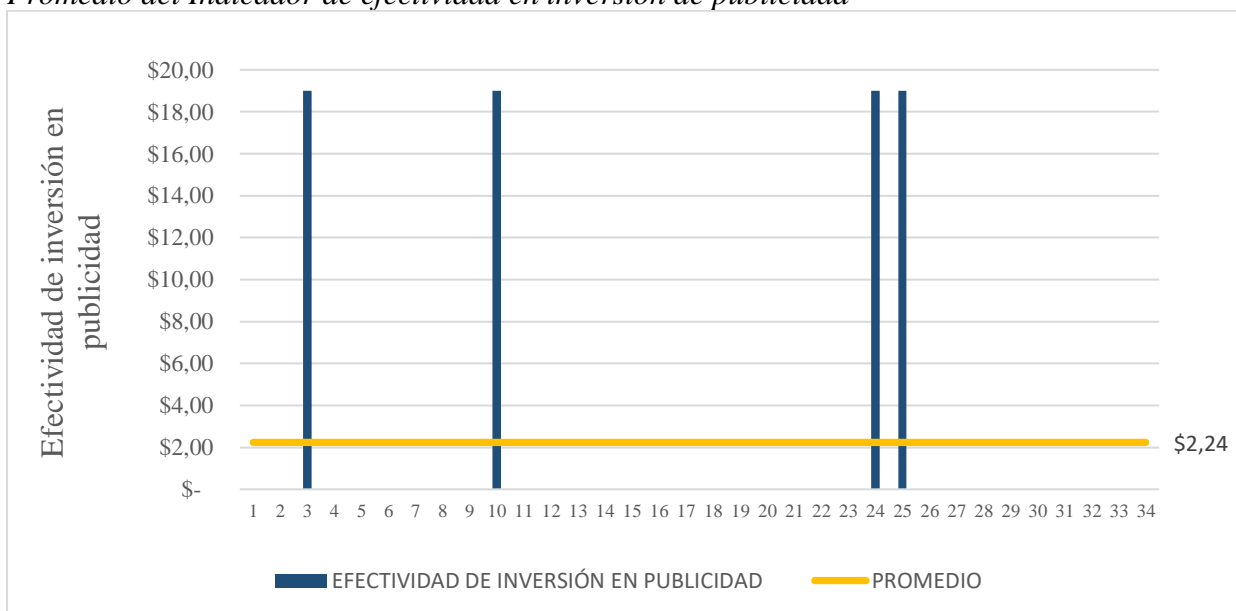
Promedio del indicador capacitaciones socios



6.3.4.2. Efectividad en inversión de publicidad. La Figura 15 muestra el promedio de la industria en cuanto a la inversión en publicidad para su negocio, arrojando un resultado promedio de 2,24 dólares mensuales. Esto implica dedicar recursos financieros y esfuerzos estratégicos para promocionar sus servicios y atraer a nuevos clientes. ya que ello contribuye a mejorar la diferenciación competitiva, adaptación tendencias del mercado. De las 34 empresas encuestadas, solamente 4 cumplen con el promedio, es decir llevan a cabo \$ 2,64 dólares o más en inversión de publicidad, mientras que las 30 peluquerías están por debajo del promedio.

Figura 15

Promedio del Indicador de efectividad en inversión de publicidad



Por lo tanto, la Tabla 16 presenta un resumen de los resultados obtenidos de los indicadores utilizados, demostrando para las 34 peluquerías encuestadas sus porcentajes de rendimiento tanto por encima como por debajo del promedio.

Tabla 16

Resumen de los promedios y estadísticas de los indicadores aplicados

Variable	Promedio	Empresas por debajo del promedio (%)	Empresas por encima del promedio (%)
Activos	\$ 7.250,00	50	50
Activos corrientes	\$ 563,88	44	56
Pasivos	\$ 646,18	68	32
Pasivos corrientes	\$ 152,06	59	41
Ingresos	\$ 13.000,00	50	50
Gastos	\$ 523,82	62	38
Años en el mercado	8,00	59	41
Inversión en publicidad	\$ 2,24	88	12
Número de clientes	7,00	65	35
Número de empleados	1,00	62	38
Número de servicios	5,00	47	53
Utilidad neta	\$ 12.476,18	38	62
ROA	1,72	68	32
ROE	1,89	71	29

Así, la Tabla 16 presenta una comparación entre las peluquerías que se encuentran por encima y por debajo del promedio industrial llegando a la siguiente interpretación de las actividades financieras y operativas de peluquerías para varones y mujeres, se observa que, en términos generales, las empresas están equilibradas en cuanto a activos e ingresos, con un 50% de las empresas situándose tanto por encima como por debajo del promedio en ambos indicadores. Sin embargo, presentan un desempeño inferior al promedio en varias áreas clave: poseen menos activos corrientes, años en el mercado, inversión en publicidad, número de clientes, empleados y servicios ofrecidos. Además, registran una menor utilidad neta y menores ratios de ROA y ROE, lo cual refleja un rendimiento más bajo sobre los activos y el patrimonio. Por otro lado, las empresas tienden a tener más pasivos y gastos, lo que sugiere desafíos en la gestión de deudas y control de costos. En resumen, aunque algunas peluquerías logran superar las medias del sector en ciertos aspectos, muchas enfrentan dificultades significativas en otros, indicando la necesidad de estrategias focalizadas para mejorar su sostenibilidad y competitividad en el mercado.

7. Discusión

El diagnóstico sectorial de las actividades de peluquerías juega un papel crucial en la economía local y en la vida cotidiana de sus habitantes, este estudio se enfoca en abordar tanto los aspectos internos como los externos que influyen en las peluquerías que atienden a varones y mujeres. Al analizar internamente, consideramos la operatividad, la calidad del servicio, la formación del personal y las estrategias de gestión de estos establecimientos.

Argandoña (2018) menciona un aspecto a resaltar un factor crucial en las capacitaciones que influyen directamente en la rentabilidad de estas pequeñas y medianas empresas. Buscando determinar la medida en que la gestión de capacitación, como una inversión en el desarrollo del personal, se correlaciona con el éxito financiero de estos negocios. La esencia de este estudio es explorar la relación entre la mejora de habilidades y conocimientos a través de la formación continua y el rendimiento económico de las peluquerías en esta región específica durante el año 2016, Pino (2021) manifiesta la importancia de la atención al cliente en la calidad de servicio en las Pymes del sector de belleza. Sin embargo, también revela ciertas áreas, como el conocimiento en técnicas de atención al cliente, y la ausencia de una base de datos, donde hay espacio para mejoras significativas. Estos hallazgos pueden ser fundamentales para desarrollar estrategias de mejora en la calidad del servicio en estas empresas.

En las actividades de peluquerías y otros tratamientos de belleza, en una investigación realizada por Arias et al. (2022) en Caracas-Venezuela. El estudio destaca también la vulnerabilidad de este sector, especialmente en lo que respecta a la inversión en publicidad y servicios que ofrecen, con acceso limitado o nulo a servicios relevantes. Esta carencia se traduce en dificultades para la inclusión de los trabajadores en programas de capacitaciones laborales y técnicas de las nuevas tendencias. En este marco, las características coinciden, señalando la visibilidad reducida en el mercado encamina a una inversión insuficiente en publicidad que conlleva a una menor visibilidad en el mercado. De la misma forma al existir un mercado competitivo y establecido por los locales con operación de 7 años encamina a no tener la necesidad de invertir en publicidad ya que consideran que al tener una base de clientes leales y satisfechos, estos pueden recomendar el servicio a amigos y familiares lo que puede ser más efectivo y menos costoso que los métodos tradicionales de publicidad.

De acuerdo con el análisis realizado sobre los elementos esenciales para el éxito, los propietarios de las entidades indicaron que, para ofrecer un servicio efectivo, es crucial considerar la calidad del mismo, la formación adecuada del personal y el compromiso con la mejora constante. Estos factores están en línea con las contribuciones de varios autores en el tema.

Por consiguiente, Carmona et al. (2019), en su investigación destaca los elementos claves para una administración efectiva en las empresas de peluquerías, indican que el proyecto de estudio de *STYLES PAUL BARBER PELUQUERÍA* busca fortalecer su posición en el mercado y mejorar su rendimiento económico a través de la optimización de sus procesos y la ampliación de su oferta de servicios en la comuna 13 de Cali. Estos servicios incluyen una variedad de cortes de cabello para diferentes públicos (infantes, estilos americanos, cortes para damas), así como tratamientos de estética, spa y otros. El foco principal es ofrecer una experiencia de alta calidad, comodidad y seguridad a sus clientes. Con la incorporación de estos nuevos servicios, como tratamientos especializados para niños, colorimetría, maquillaje, y otros, *STYLES PAUL BARBER PELUQUERÍA* apunta a diferenciarse en el mercado, inyectando innovación y renovando su imagen, destacándose por su excelencia en el arte y la moda de la peluquería.

Externamente, exploramos factores como las tendencias de mercado, la demanda de los consumidores, la competencia y el marco socioeconómico y cultural en el que estas empresas operan, de la misma forma ayuda a identificar áreas clave para la toma de decisiones estratégicas que promuevan la competitividad y el crecimiento sostenible.

Finalmente, la información recopilada da la página Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros a nivel nacional revela que, en el año 2020, el desempeño financiero de las compañías de peluquerías presentó los siguientes resultados promedio para los indicadores: un liquidez corriente de 627,53; un ROA de -2,20 %; un ROE de -2,22 %; y un endeudamiento del activo de 6,78. Sin embargo, estos resultados difieren de los obtenidos en la presente investigación, donde se registran indicadores de liquidez del 4,81; un ROA 1,72 %; un ROE de 1,89 %; y un endeudamiento del activo de 8,00. Se observa diferencias notables en los indicadores clave, a nivel nacional, la liquidez corriente es excepcionalmente alta, lo que indica una retención de activos líquidos. En contraste, en Catamayo, la liquidez corriente es más realista pero relativamente baja. En cuanto a la rentabilidad, las peluquerías en Catamayo presentan tasas positivas de ROA y ROE, indicando una gestión eficiente de activos y rentabilidad favorable sobre el patrimonio de los accionistas. A pesar de tener un endeudamiento ligeramente mayor, ambas muestran desentendencia baja de la deuda. En general, las peluquerías en Catamayo están mejor posicionadas financieramente, destacando en rentabilidad y gestión de activos en comparación con el promedio nacional.

En cuanto a los indicadores no financieros, Carreño y Panchana (2020) el estudio se enfoca en Billy Díaz Peluquería, una microempresa de belleza en Guayaquil con 16 años de trayectoria, examinando como su manejo ineficaz de la publicidad y su limitado catálogo de

servicios han impactado negativamente su posicionamiento en el mercado y la atracción de clientes, a pesar de la experiencia y el reconocimiento de su propietario, la empresa ha perdido potenciales clientes al no comunicar efectivamente su oferta ni satisfacer las demandas de un mercado que prefiere establecimientos con una gama más amplia de servicios, contrasta significativamente con las actividades de peluquerías en el cantón Catamayo, donde la mayoría también muestra un uso limitado de la publicidad, con solo 4 de 34 peluquerías invirtiendo en publicitar sus servicios.

Es importante mencionar que la investigación se encontró con varias limitaciones, incluyendo la escasez de recursos bibliográficos relacionados directamente con el tema y una colaboración limitada por parte de las peluquerías incluidas en el estudio. Estos elementos influyeron en la precisión de los datos, llevando a resultados atípicos y a algunos indicadores excepcionalmente elevados. No obstante, este estudio sienta las bases para investigaciones futuras que podrían profundizar en el conocimiento del sector y así establecer promedios y estadísticas más precisos para otras áreas de la economía.

8. Conclusiones

A partir de los resultados derivados de la investigación realizada, se alcanzaron las siguientes conclusiones.

De acuerdo con la investigación, las actividades de peluquerías para varones y mujeres que realizan la actividad S9602 basándose en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme. En el cantón Catamayo existen 48 empresas de peluquerías que operan legalmente, su actividad principal consiste en proporcionar servicios relacionados con el cuidado y el estilizado del cabello y otros procedimientos estéticos, el servicio se caracteriza por estar disponible un horario prudente tanto en el día como en la noche, por ser cómodo y flexible para programar citas fuera del horario de atención de los clientes. El funcionamiento de las organizaciones se da mediante contratos de arrendamiento para llevar a cabo sus actividades gracias a la ubicación y demanda de los clientes por ende la gestión administrativa se presenta en gran instancia.

En cuanto a los factores para el éxito que influyen en el rendimiento positivo de las organizaciones, se puede identificar que son: conocer al cliente y establecer una atención que sea eficaz y eficiente, modernidad de servicios y desarrollo continuo de estrategias, presentar una gestión y administración efectiva de los recursos de manera adecuada y eficiente y capacitación y aplicación de la tecnología son indispensables para garantizar el buen desempeño de las empresas en el servicio de peluquerías. Con base en ello se estableció índices de desempeño que son métricas para analizar la situación, en este caso los indicadores financieros son la razón corriente, capital de trabajo, endeudamiento del activo, rentabilidad sobre los activos, Rendimiento sobre el patrimonio neto y rotación del patrimonio. Mientras que en el aspecto no financiero esta la capacitación de los socios, efectividad en la inversión en publicidad.

Finalmente, en cuanto a los promedios y estadísticas de la industria del servicio de peluquerías, las organizaciones del cantón Catamayo, en el aspecto financiero, tienen una situación financiera sólida. La razón corriente es de 4,90 indica que tienen activos corrientes para cubrir sus pasivos, el capital de trabajo es de \$ 411,82 lo que indica que las empresas tienen un monto disponible para cubrir sus obligaciones resultando un resultado positivo, tiene un 0,8 de endeudamiento de activo lo cual no depende de préstamos, y finalmente tenemos el indicador de ROA de 172% y ROE del 189%, en lo que representa beneficios buenos plasmando la eficiencia de las empresas de las peluquerías.

9. Recomendaciones

Basándonos en las conclusiones previamente mencionadas, se proponen las siguientes sugerencias:

Para fortalecer aún más el sector de peluquerías en el cantón Catamayo y asegurar su crecimiento sostenible, se recomienda ofrecer servicios relacionados con el cuidado y estilizado del cabello, así como otros procedimientos estéticos. Destacan por su horario normal y flexible, disponible tanto de día como de noche, lo que se ajusta a las necesidades de los clientes. Su funcionamiento mediante contratos de arrendamiento, aprovechando la demanda y ubicación estratégica, facilita la gestión administrativa. Para fortalecer este sector, se sugiere implementar estrategias de programas de capacitación continua con el personal, expansión de servicios, alianzas estratégicas con proveedores y la adopción de tecnologías para la gestión de citas. Fortaleciendo de la misma manera a atraer una clientela más diversa y asegurar el crecimiento sostenible de las peluquerías en esta área.

Se considera apropiado que los propietarios de cada empresa de las peluquerías, tengan conocimiento de un diagnóstico sectorial, específicamente enfocado en las estadísticas y promedios de la industria. Dado que se trata de información valiosa, se sugiere que utilicen esta investigación como base para analizar la situación actual de su organización. De esta manera, podrán identificar oportunidades, establecer metas realistas, evaluar su rendimiento, desarrollar estrategias y tomar decisiones más informadas con el objetivo de mejorar su desempeño en comparación con sus competidores.

Considerando la favorable posición financiera de la industria de servicios de peluquerías donde las organizaciones cuentan con bajos niveles de endeudamiento y demuestran eficiencia en la generación de ingresos, se abre la posibilidad para que las empresas busquen inversiones que impulsen su crecimiento. Una opción sería destinar recursos a la mejora de prácticas financieras prudentes y la exploración de oportunidades estratégicas para garantizar la estabilidad y el crecimiento constante del sector, Además, otra alternativa para aumentar la productividad y calidad del servicio sería la implementación de programas de capacitación continua para los propietarios de las peluquerías y sus trabajadores. Este enfoque contribuiría significativamente a mejorar la calidad del servicio ofrecido, elevando la satisfacción del cliente.

10. Bibliografía

- Amador, C. (2022). Uno Sapiens Boletín Científico De La Escuela. *El análisis PESTEL*. <https://n9.cl/zvtv7>
- Anilema, J., Moreta, R., y Mayorga, M. (2020). *Diagnóstico de comprensión lectora en estudiantes del cantón Colta, Ecuador*. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/305>
- Aranda, P. (2022). *Metodología de diagnóstico y mejoramiento sectorial empleando la dinámica de sistemas*. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/11349/30629>
- Arango, L. (2011). Género, trabajo emocional y corporal en peluquerías y salones de belleza. *Dialnet*, 9-24. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8892966>
- Arbeláez, M., Zuleta, L., y Velasco, A. (2003). Las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia: diagnóstico general y acceso a los servicios financieros. *Fedesarrollo*, 2003. <http://hdl.handle.net/11445/1299>
- Ares, J. (2018). Diagnóstico y líneas de actuación del caprino en España. *Industrias Lácteas*. <https://www.editorialprensatecnica.net/revista/industrias-lacteas/articulos/diagnostico-y-lineas-de-actuacion-del-caprino-en-espana>
- Arias, A. (01 de 03 de 2020). *Estados Financieros*. Estados Financieros: <https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html>
- Arias, C., Rodríguez, A., Rivero, Á., Rangel, R., y Covaro, M. (2013). Riesgos Laborales en Trabajadores de Barberías y Peluquerías de Economía Informal. Caracas, Venezuela. *SCIELO*. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-24492013000100005>
- Arrieta, V., Yulieth, C., Lina, D. I., y López, D. (2021). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. *Universidad de la Costa*. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/3580>
- Benites, L. (2021). Winsorize: definición, ejemplos en pasos sencillos . *statologos*. <https://doi.org/https://statologos.com/ganar/>
- Brume, M. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico. *Revista Espacios*. <https://n9.cl/jkqt>
- Carmona, A., Idrobo, S., y Mina, M. (2019). *Plan de mejoramiento en la gestión organizacional y control financiero para la empresa "STYLES PAUL BARBER PELUQUERÍA" ubicada en la ciudad de Santiago de Cali*. Cali. <https://n9.cl/8h6rk8>
- Carreño, M., y Panchana, S. (2020). Marketing de servicios para el posicionamiento de la peluquería Billy Díaz, ciudad de Guayaquil 2020. *Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4120>
- Carro, F., y Caló, A. (2012). *La administración científica de Frederick W. Taylor: una lectura contextualizada*. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4435>
- Casabuenas, S., y Beltrán, A. (25 de 08 de 2015). *Diseño de una Metodología de Diagnóstico Sectorial*. <http://hdl.handle.net/11349/3034>

- Casas, M. d. (2011). *Metodología de la investigación*. https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci3n_Sampieri.pdf
- Catañeda, E., Nuncira, J., y Mejía, J. (2022). Mejoras en el servicio de peluquería y salón de belleza mediante la implementación de Kaizen. Un estudio de caso. *Revista Ingeniería Industrial: Actualidad y Nuevas Tendencias*, 51-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.54139/riiant.v8i29.411>
- Cervera, R. (2014). *Métodos y técnicas de investigación internacional*. <https://n9.cl/gmhp>
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México. <https://n9.cl/wv0ik>
- Creditea. (2021). *¿Cuáles son los sectores económicos en los que se divide la actividad?* <https://www.creditea.mx/blog/post/sectores-economicos>
- Economipedia. (12 de 06 de 2023). Tu fuente de economía, inversión y finanzas. *Economipedia*. Tu fuente de economía, inversión y finanzas.: <https://economipedia.com/>
- Ecuador., S. T.-V. (2015). Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao en el Ecuador. *CEPAL*. <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-de-Cacao-rev.pdf>
- Estratégica, Consultoría de Organización*. (02 de 01 de 2020). ¿Cómo realizar un buen análisis sectorial?: <https://n9.cl/oqkvc>
- Fernández, J. (26 de 07 de 2022). *Toma nota de los principales indicadores financieros para controlar tu empresa*. <https://n9.cl/xbv13>
- Frank, M. (2012). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. <https://n9.cl/83jj9>
- Fuentes, N., y Rojas, F. (2020). Panorama del técnico en peluquería. *SENA*. <https://doi.org/10.23850/rediiis.v3i3.2977>
- Galaso, P. (2015). Diagnóstico del Sistema Español de Innovación: agentes, recursos y resultados. *SCIELO*. <https://n9.cl/0nw8s>
- Gómez, P. (24 de Abril de 2018). *Teorías de la administración y sus enfoques*. <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-administracion/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2023). *Encuesta de población*. <https://acortar.link/TqNTiM>
- Jamanca, C. (2015). Caracterización de la gestión de calidad bajo la teoría motivacional de Herzberg en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2015. *Uladech*. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/5562>
- Jiménez, B. (2011). Factores y riesgos laborales psicosociales: conceptualización, historia y cambios actuales. *Scielo*, 57, 4-19. <https://doi.org/10.4321/s0465-546x2011000500002>

- Jiménez, J., Mojica, J., Hernández, H., y Cardona, D. (2018). *Diagnóstico de la Innovación y Desarrollo Tecnológico en el Sector Hotelero de la Región Caribe Colombiana*. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000500157>
- Lema, A., Yoenia, C., Rodríguez, R., y Merida, E. (2022). Sistema contable para el mejoramiento en la administración de una peluquería en Guayaquil-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*. <https://doi.org/https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0159>
- López, E., Germán, M., y Carlos, F. (2021). Prototipo de metodología de diagnóstico sectorial en Colombia. *Asociación Colombia de Facultades de Ingeniería*. <https://acofipapers.org/index.php/eiei/article/view/1630>
- López, E., Méndez, G., Ávila, H., Franco, C., y Feizar, V. (2023). Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales: una revisión de la literatura. *Universidad Distrital Francisco José de Caldas*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14483/23448393.17872>
- López, F., Fadul, F., y Jaramillo, P. (2016). Diagnóstico ecológico en la determinación de los destinos turísticos en la provincia del Oro, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 3-4. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2218-36202016000300015&script=sci_arttext
- Lozano, T., y Montero, R. (2015). *Análisis de los riesgos ocupacionales que se originan en peluquerías y lugares de*. Cali. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=47843368008>
- Luis, A. J. (2014). *El método de la investigación*. <http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9%283%29195-204.pdf>
- Mahdi, M. H., y Ali Al-Mhanaa, A. H. (2022). The Role Of Organizational Diagnosis Strategy In Achieving Excellence Performance According To The European Model Criteria)Efqm(.A Study In The Youth And Sports Sector In Najaf. *Journal of Positive School Psychology*. <http://journalppw.com>
- Manzanilla, H. (2011). 10 Factores de éxito de una empresa . <https://victorhugomanzanilla.com/10-factores-de-exito-de-una-empresa/>
- Metodología de selección de las entidades financieras*. (08 de 04 de 2019). <https://acortar.link/ygnb0m>
- Morales, N. (2015). *Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos*. <https://bit.ly/3SI6XYh>
- Municipio de Catamayo, G. M. (2023). *Ubicación*. Catamayo. <https://n9.cl/lju4m>
- Naciones Unidas. (2006). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las (CIIU) Revisión,* 4. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Osorio, A., y Zambrano, C. (2012). *Diagnóstico del sector de microseguros en Ecuador*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3676/1/UPS-GT000360.pdf>
- Otero, O. A. (2018). *Enfoques de investigación*. <https://acortar.link/jZKGH>

- Pino, M. (2021). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio*, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/23934>
- Reglamento de gestión de desechos generales en establecimientos de salud. (2019). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. <https://n9.cl/9j15p>
- Review, H. B. (2007). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la*. <https://n9.cl/bna7>
- Ríos, Y. (2012). Diagnóstico ALEJANDRO'S PELUQUERÍA. *Prezi*. <https://prezi.com/txtthpel10q/diagnostico-alejandro-s-peluqueria/>
- Rodríguez, J. (2007). *Guía de elaboración de diagnósticos*. <https://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%EDa-de-diagn%F3stico.pdf>
- Sanchez, J. (2010). *La metodología observacional como desarrollo de competencias en el aprendizaje*. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832326022.pdf>
- Sánchez, J. (2020). *Sector económico*. *Economipedia*. https://economipedia.com/definiciones/sector.html#google_vignette
- Santolaria, E., Fernández, A., y Daponte, A. (2004). El sector productivo. *SCIELO*, 1-2. <https://n9.cl/x9piq>
- Selsy, C., y Beltrán, A. (2015). Diseño de una Metodología de Diagnóstico Sectorial. *Universidad Distrital Francisco José de Caldas*. <http://hdl.handle.net/11349/3034>
- Servicio de Rentas Internas. (2023). *DATASETS*: <https://www.sri.gob.ec/datasets>
- Steinberg, C., Gatto, F., y Cetrángolo, O. (2011). Desigualdades territoriales en la Argentina: insumos para el Planeamiento estratégico del sector educativo. *CEPAL*. <https://hdl.handle.net/11362/3853>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/Institucion.php>
- Torres, E. (2006). *Evolución del Empleo en el Sector Terciario en Venezuela* (Vols. 72-94). Venezuela. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545874005.pdf>
- Vance, C. (2013). *Anteproyecto centros de cosmetología y estética*. <https://goo.su/0FrjEOx>
- Vázquez, V. (2008). *La administración en las compañías de responsabilidad limitada y en las sociedades anónimas*. https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/2022-01/la_administracion.pdf
- Vidal, E. (2004). *Diagnóstico Organizacional*. ECOE EDICIONES. https://doi.org/https://www.academia.edu/35999176/Libro_diagnostico_organizaciona
- Zabala, W. (2003). *Indicadores de gestión*. <https://acortar.link/wzzGcF>
- Zambrano, E. P., y Tinoco, M. (2021). Aplicación de la metodología de diagnóstico sectorial del Grupo Arcoses en el sector de confección de prendas de vestir en Colombia. *Universidad distrital Francisco José de Caldas*. <http://hdl.handle.net/11349/29703>

11. Anexos

Anexo 1

Afiche de sensibilización

IMPORTANTE

En naciones como Colombia, Argentina, México, y España, entre otros, se llevan a cabo diagnósticos sectoriales de manera más prominente. Estos análisis posibilitan a las compañías evaluar y comprender el estado actual y las tendencias que prevalecen en diversos ámbitos económicos.

Proporcionar a las empresas privadas los estándares típicos de la industria, con el fin de que utilicen esta información para detectar sus puntos fuertes y áreas de mejora. Esto les permitirá tomar decisiones estratégicas de manera más efectiva.

Tesista: Edwin Alexander Pinzón Imaicela **Director del Proyecto:** Carlos Alfredo Rodríguez Armijos

EXPLORANDO LAS TENDENCIAS CLAVE QUE MOLDEARÁN EL HORIZONTE DEL SECTOR

Me gustaría solicitar su colaboración, destacando que cualquier información brindada será manejada con absoluta confidencialidad.

CARRERA DE FINANZAS

Director del proyecto
☎ 0994022030
✉ carlos.rodrigueza@unl.edu.ec

Dirección de Investigación
☎ (07)2545100
✉ direccion.investigacion@unl.edu.ec

Universidad Nacional de Loja

DIAGNÓSTICO SECTORIAL

ACTIVIDADES DE PELUQUERÍA PARA VARONES Y MUJERES

<https://unl.edu.ec/>

¿SABÍAS QUÉ?



Es un análisis exhaustivo de un sector específico de la economía. Se centra en comprender y evaluar diversos aspectos de dicho sector, como sus características, tendencias, desafíos, oportunidades, actores clave, estructuras de mercado, regulaciones, impacto económico y social, entre otros aspectos relevantes.



OBJETIVO



Realizar el diagnóstico sectorial, de acuerdo a la clasificación industrial internacional uniforme (CIIU), de las empresas privadas en el cantón Catamayo.

Proporcionar los promedios de la Industria a las empresas privadas para que entorne a ello se identifiquen fortalezas y debilidades que faciliten la toma de decisiones estratégicas.

La Universidad Nacional de Loja está realizando un proyecto de investigación en colaboración entre profesores y alumnos, con el objetivo claro de aportar de forma positiva a la sociedad.

Diagnóstico sectorial de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo.



Anexo 2

Afiche de resultados publicados

EXPLORANDO LAS TENDENCIAS CLAVE QUE MOLDEARÁN EL HORIZONTE DEL SECTOR

Tesista: Edwin Alexander Pinzón
Imaicela

Director del Proyecto: Carlos Alfredo Rodríguez Armijos

CARRERA DE FINANZAS

Director del proyecto
☎ 0994022030
✉ carlos.rodriguez@unl.edu.ec

Dirección de Investigación
☎ (07)2545100
✉ direccion.investigacion@unl.edu.ec

Universidad Nacional de Loja

DIAGNÓSTICO SECTORIAL
ACTIVIDADES DE PELUQUERÍA PARA VARONES Y MUJERES

 <https://unl.edu.ec/>

OBJETIVO

Brindar las fortalezas y debilidades de las empresas en comparación con el promedio de la industria, con el fin de brindar una base sólida para la formulación y ejecución de estrategias comerciales eficaces que potencien su competitividad en el mercado.

Se enfoca principalmente en la comparación interna con los estándares de la industria, lo que ayudará a identificar áreas clave de mejora y oportunidades de fortalecimiento.



ESTADÍSTICAS DE LA INDUSTRIA

Variable	Promedio
Número de empleados	1
Número de clientes	7
Años en el mercado	8
Promedio de servicios que ofrecen	5
Inversión en publicidad	\$ 2,24
Precio mínimo	\$ 4,00
Precio máximo	\$ 30,00

Estos indicadores son vitales para evaluar y mejorar el desempeño financiero de una peluquería, permitiendo tomar decisiones informadas para una administración más eficiente.

Variable	Promedio	Empresas por debajo del promedio (%)	Empresas por encima del promedio (%)
Activos	\$ 7.250,00	50%	50%
Activos corrientes	\$ 563,88	44%	56%
Pasivos	\$ 646,18	68%	32%
Pasivos corrientes	\$ 152,06	59%	41%
Ingresos	\$ 13.000,00	50%	50%
Gastos	\$ 523,82	62%	38%
Años en el mercado	8	59%	41%
Inversión en publicidad	\$ 2,24	88%	12%
Número de clientes	7	65%	35%
Número de empleados	1	62%	38%
Número de servicios	5	47%	53%
Utilidad neta	\$ 12.476,18	38%	62%
ROA	1,72	68%	32%
ROE	1,89	71%	29%



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Anexo 3

Modelo de encuesta

Estimado/a, me dirijo a usted de la manera mas comedida se digna a proporcionar informacion la presente encuesta que tiene como finalidad conocer los promedios en el sector de las actividades de peluqueria para varones y mujeres, su colaboracion es de gran importancia para obtener datos representativos.

Tenga la seguridad de que todos los datos proporcionados serán tratados de manera confidencial y utilizados únicamente con fines académicos.

Datos Generales

Nombre del propietario	
Nombre del Local	
Dirección	
Coordenadas	

Instrucción: Marque, con una (X) según corresponda.

1. ¿Cuántos años tiene su negocio en el mercado?

Indique _____

2. ¿Cuáles son los servicios que brinda? Puede seleccionar varias opciones

- Cortes de cabello de mujer
- Cortes y delineado de barba
- Exfoliación
- Tratamiento facial
- Cortes de cabello de hombre
- Tintes y coloración
- Tratamientos capilares
- Peinados y recogidos
- Maquillaje profesional
- Manicure
- Pedicura
- Tratamientos de cejas
- Extensiones de pestañas
- Otros _____

3. ¿Sus clientes en que rango de edad oscilan? Puede seleccionar varias opciones

Mujeres entre:

Menos de 20 años

- 21 años a 25 años
- 26 años a 30 años
- 31 años a 35 años
- 36 años a 40 años
- 41 años a 45 años
- 46 años a 50 años
- 51 años a 55 años
- 56 años a 60 años
- 61 años a 65 años
- 66 años a 70 años
- Más de 71 años

Hombres entre:

Menos de 20 años

- 21 años a 25 años
- 26 años a 30 años
- 31 años a 35 años
- 36 años a 40 años
- 41 años a 45 años

- 46 años a 50 años
 51 años a 55 años
 56 años a 60 años
 61 años a 65 años
 66 años a 70 años
 Más de 71 años
- 4. ¿A quién van dirigidos los servicios que oferta?**
 Familias
 Hombre
 Mujer
 Niño
 Público en general
- 5. ¿Cuál es el promedio de clientes que tiene en el día?**
 1 - 10 personas
 11 - 20 personas
 21 - 30 personas
 31 - 40 personas
 41 - 50 personas
 Más de 51 personas _____
- 6. ¿Número de capacitaciones de los socios?** Escoja una opción
 1-3
 4-6
 7-9
 Más de 9
- 7. ¿Qué tipo de capacitación reciben los socios?** Puede escoger varias opciones
 Técnicas de corte y peinado
 Manejo de herramientas y equipo
 Atención al cliente
 Gestión de negocios
 Tendencias y actualizaciones
 Higiene y seguridad
 Otros
- 8. ¿Cómo se tramita las citas y horarios en su local?**
 Reservaciones por red social
 Llamadas
 Personalmente
 Otros _____
- 9. ¿Cómo se notifica a los clientes acerca de promociones, eventos o recordatorios de citas?**
 Redes Sociales
 Llamadas
 Facebook
 Whats.App
 Otros _____
- 10. ¿Qué red social utiliza para promocionar su negocio?**
 Instagram
 Facebook
 Tik Tok
 Telegram
 Otro. Indique _____
- 11. ¿Cuánto invierte mensualmente en publicidad para promocionar su negocio?**
 Menos de 19

- Entre \$20 y \$50
- Entre \$51 y \$80
- Entre \$81 y \$110
- Entre \$111 y \$130
- Otro _____

12. ¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?

13. ¿Quién atiende diariamente en su negocio?

- Propietario
- Trabajador
- Otros _____

14. Su local es:

- Propio
- Arrendado

15. ¿Cuál es el precio mínimo y máximo de los servicios que ofrece?

Mínimo _____

Máximo _____

16. ¿Utiliza algún tipo de tecnología?

- Sí
- No
- Indique _____

17. Utiliza programas de facturación

- Sí Indique _____
- No

18. Usted es obligado a llevar contabilidad:

- Sí
- No

19. ¿Cuál es el monto aproximado de activos que posee su empresa?

- \$ 1.500 - \$ 13.000
- \$ 13.000 - \$ 25.000
- \$ 25.000 - \$ 37.000
- \$ 37.000 - \$ 49.000
- \$ 49.000 - \$ 61.000

Otro _____

20. ¿Cuál es el monto aproximado que corresponde a los activos corrientes (bancos, caja, cuentas por cobrar, inventarios)?

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

22. ¿Cuál es el monto aproximado que corresponde a los pasivos corrientes (cuentas por pagar a corto plazo, créditos bancarios)?

23. ¿Cuál es el monto aproximado de ingresos que percibe al mensual?

- 1.000 - 25.000
- 25.000 - 50.000
- 50.000 - 75.000
- 75.000 - 100.000
- 100.000 - 125.000

Otro _____

24. ¿Cuál es el monto aproximado de costos que incurre al mes?

25. ¿Cuál es el monto aproximado de gastos que incurre al mes?

26. ¿Cuáles considera que son los factores claves de éxito de las peluquerías? Puede seleccionar varias respuestas.

- Demanda
- Capacitación
- Ambiente y confort
- Calidad de servicio
- Empleados
- Todas las anteriores
- Otros _____

27. ¿Qué elementos considera fundamentales para el éxito de las peluquerías?

- Calidad de servicio
- Profesionales capacitados
- Atención al cliente
- Gestión eficiente
- Adaptación
- Todas las anteriores
- Otro _____

Gracias por su colaboración

Anexo 4*Estadísticas reales perspectiva financiera*

Informante	Activos totales \$	Activos corrientes \$	Pasivos totales \$	Pasivos Corrientes \$	Patrimonio \$	Patrimonio \$	Ingresos \$	Gastos \$	Utilidad \$	Inversión en Publicidad \$
1	7.250	500	700	200	5.750	6.424	13.000	560	12.440	0
2	7.250	600	500	100	6.750	6.750	13.000	600	12.400	0
3	7.250	625	500	130	6.750	6.750	13.000	400	12.600	19
4	7.250	750	700	300	5.250	6.424	13.000	400	12.600	0
5	7.250	357	600	100	6.650	6.650	13.000	550	12.450	0
6	7.250	425	550	230	6.700	6.700	13.000	700	12.300	0
7	7.250	645	560	230	6.690	6.690	13.000	650	12.350	0
8	7.250	467	430	100	6.820	6.820	13.000	550	12.450	0
9	7.250	768	430	150	6.820	6.820	13.000	450	12.550	0
10	7.250	548	400	300	6.850	6.850	13.000	500	12.500	19
11	7.250	328	500	200	6.750	6.750	13.000	600	12.400	0
12	7.250	568	450	50	6.800	6.800	13.000	500	12.500	0
13	7.250	498	500	250	6.750	6.750	13.000	470	12.530	0
14	7.250	577	300	200	6.950	6.950	13.000	480	12.520	0
15	7.250	673	600	100	6.650	6.650	13.000	690	12.310	0
16	7.250	589	650	210	6.600	6.600	13.000	460	12.540	0
17	7.250	576	700	230	6.400	6.424	13.000	400	12.600	0
18	7.250	550	500	50	6.750	6.750	13.000	500	12.500	0
19	7.250	650	630	80	6.620	6.620	13.000	600	12.400	0
20	7.250	439	550	230	6.700	6.700	13.000	700	12.300	0
21	7.250	799	550	230	6.700	6.700	13.000	500	12.500	0
22	7.250	488	700	250	6.350	6.424	13.000	700	12.300	0
23	7.250	645	650	200	6.600	6.600	13.000	550	12.450	0

Informante	Activos totales \$	Activos corrientes \$	Pasivos totales \$	Pasivos Corrientes \$	Patrimonio \$	Patrimonio \$	Ingresos \$	Gastos \$	Utilidad \$	Inversión en Publicidad \$
24	7.250	465	700	100	6.550	6.550	13.000	450	12.550	19
25	7.250	478	600	100	6.650	6.650	13.000	400	12.600	19
26	7.250	567	700	100	6.550	6.550	13.000	500	12.500	0
27	7.250	689	700	100	6.480	6.480	13.000	600	12.400	0
28	7.250	650	500	100	6.750	6.750	13.000	500	12.500	0
29	7.250	588	600	100	6.650	6.650	13.000	500	12.500	0
30	7.250	550	700	100	6.550	6.550	13.000	500	12.500	0
31	7.250	450	600	100	6.650	6.650	13.000	400	12.600	0
32	7.250	480	700	150	6.550	6.550	13.000	500	12.500	0
33	7.250	590	500	50	6.750	6.750	13.000	450	12.550	0
34	7.250	600	500	50	6.750	6.750	13.000	500	12.500	0
Promedio	7.250	564	572	152	6.604	6.661	13.000	524	12.476	2

Nota: Los valores mencionados se sometieron a un ajuste mediante la técnica de winsorizing, con el propósito de excluir valores atípicos que puedan distorsionar el conjunto de datos.

Anexo 5

Tabla resumen real de los indicadores por informante de los indicadores financieros

Informante	Liquidez Corriente	Capital de Trabajo	Razón Deuda sobre Activos	ROE %	ROA %	Inversión en publicidad
1	2,50	300,00	21%	2,16	1,72	0,00
2	6,00	500,00	7%	1,84	1,71	0,00
3	4,81	495,00	7%	1,87	1,74	19,00
4	2,50	450,00	28%	2,40	1,74	0,00
5	3,57	257,00	8%	1,87	1,72	0,00

Informante	Liquidez Corriente	Capital de Trabajo	Razón Deuda sobre Activos	ROE %	ROA %	Inversión en publicidad
6	1,85	195,00	8%	1,84	1,70	0,00
7	2,80	415,00	8%	1,85	1,70	0,00
8	4,67	367,00	6%	1,83	1,72	0,00
9	5,12	618,00	6%	1,84	1,73	0,00
10	1,83	248,00	6%	1,82	1,72	19,00
11	1,64	128,00	7%	1,84	1,71	0,00
12	11,36	518,00	6%	1,84	1,72	0,00
13	1,99	248,00	7%	1,86	1,73	0,00
14	2,89	377,00	4%	1,80	1,73	0,00
15	6,73	573,00	8%	1,85	1,70	0,00
16	2,80	379,00	9%	1,90	1,73	0,00
17	2,50	346,00	12%	1,97	1,74	0,00
18	11,00	500,00	7%	1,85	1,72	0,00
19	8,13	570,00	9%	1,87	1,71	0,00
20	1,91	209,00	8%	1,84	1,70	0,00
21	3,47	569,00	8%	1,87	1,72	0,00
22	1,95	238,00	12%	1,94	1,70	0,00
23	3,23	445,00	9%	1,89	1,72	0,00
24	4,65	365,00	10%	1,92	1,73	19,00
25	4,78	378,00	8%	1,89	1,74	19,00
26	5,67	467,00	10%	1,91	1,72	0,00
27	6,89	589,00	11%	1,91	1,71	0,00
28	6,50	550,00	7%	1,85	1,72	0,00
29	5,88	488,00	8%	1,88	1,72	0,00
30	5,50	450,00	10%	1,91	1,72	0,00
31	4,50	350,00	8%	1,89	1,74	0,00

Informante	Liquidez Corriente	Capital de Trabajo	Razón Deuda sobre Activos	ROE %	ROA %	Inversión en publicidad
32	3,20	330,00	10%	1,91	1,72	0,00
33	11,80	540,00	7%	1,86	1,73	0,00
34	12,00	550,00	7%	1,85	1,72	0,00
Promedio	4,90	411,82	9%	1,89	1,72	2,24

Nota: Aplicado la técnica de winsorizing de los indicadores financieros no mostraron en este apartado datos atípicos que puedan distorsionar el conjunto de datos

Anexo 6

Tabla resumen real de los indicadores por informante de los indicadores no financieros

Informante	Años en el mercado	Precio mínimo	Precio máximo	Número de capacitación de socios	Número de empleados	Total, de servicios
1	10	7	15	2	1	2
2	5	4	6	2	1	2
3	1	4	6	2	1	4
4	16	5	110	5	1	9
5	10	4	4	2	1	6
6	2	3	4	2	1	2
7	20	3	45	2	1	6
8	4	3	65	2	1	6
9	17	3	40	2	1	6
10	15	3	45	2	1	8
11	14	3	20	5	1	8
12	13	3	25	2	1	6
13	12	5	7	2	1	3
14	7	5	15	2	1	5
15	10	5	20	2	1	4

Informante	Años en el mercado	Precio mínimo	Precio máximo	Número de capacitación de socios	Número de empleados	Total, de servicios
16	10	5	20	2	1	9
17	7	10	80	5	1	10
18	3	5	17	2	1	6
19	7	5	15	2	1	4
20	6	5	25	2	1	4
21	5	5	17	2	1	9
22	8	5	100	2	2	4
23	7	5	27	8	2	2
24	13	4	30	2	2	2
25	10	3	8	2	2	8
26	5	3	20	2	2	2
27	4	5	30	2	2	6
28	4	5	40	2	2	3
29	13	5	20	2	2	7
30	4	5	30	2	2	4
31	3	3	40	2	2	2
32	3	4	20	8	3	7
33	1	4	30	2	3	8
34	1	3	15	2	3	7
Promedio	8	4	30	8	1	5

Nota: Aplicado la técnica de winsorizing de los indicadores no financieros no mostraron datos atípicos que puedan distorsionar el conjunto de datos

Anexo 7

Registro de entrega de volantes de difusión de resultados



Carrera de Finanzas

Registro de haber socializado los resultados en los actores que operan en la actividad S9602.00 (Actividades de peluquerías y otros tratamientos de belleza).

Los resultados compartidos por medio de una hoja volante permitirán a sus beneficiarios evaluar su gestión dentro de la industria, para a partir de ello la toma de decisiones y establecer metas puntuales para alcanzar el objetivo de crecimiento económico de los negocios.

A continuación, se pide registrar su firma como constancia de que se ha socializado los resultados del proyecto.

Empresa	Firma
Derby Barber Shop.	
Juan Carlos Impacto Barber Shop	
Johana Estetica	
Gabinete Mail	
The Original Barber Shop	
Peluquería Unisex Plus	
Gabinete de Belleza Yaneth	
Estetica Celp	
Estilos Unisex Cecy	
Gabinete de Belleza Jady	

Anexo 8
Evidencias fotográficas



Anexo 9

Certificado de traducción del ABSTRACT

Loja, 22 de junio del 2024

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, **Andrea Ivanova Carrión Jaramillo**, con cédula **1104691108**, con el “**Certificate of Proficiency in English**” otorgado por Fine Tuned English.

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado "**Diagnóstico sectorial de las actividades de peluquería para varones y mujeres del cantón Catamayo**" de autoría de **Edwin Alexander Pinzón Imaicela**, portador de la cédula de identidad número **1105806325**, estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encontró bajo la dirección del **Ing. Abraham Boanerges Crespo Córdova PhD**, previo a la obtención del título de Licenciado en Finanzas.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que este creyera conveniente.



Andrea Ivanova Carrión Jaramillo
C.I.: 1104691108