



unl

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DIÁGNOSTICO SECTORIAL DEL GRUPO EMPRESARIAL
ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO DEL
CANTÓN LOJA**

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

AUTOR:

Kevin Andrés Merino Córdova

DIRECTOR:

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

Loja, Ecuador

2024

Certificación

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Carpio Ayala Carlos Roberto**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**DIAGNÓSTICO SECTORIAL DEL GRUPO EMPRESARIAL ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO DEL CANTÓN LOJA**", perteneciente al estudiante **KEVIN ANDRES MERINO CORDOVA**, con cédula de identidad N° **1150191144**.

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, 23 de Febrero de 2024



CARLOS ROBERTO
CARPIO AYALA

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



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000232

Autoría

Yo Kevin Andrés Merino Córdova, 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:

Cedula de identidad: 1150191144

Fecha: 28 de noviembre del 2024

Correo: kevinps4_@hotmail.com

Teléfono: 0968206157

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

Yo, **Kevin Andrés Merino Córdova**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Diagnóstico sectorial del grupo empresarial de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja**, como requisito para optar por el título de **Licenciado en Administración de Empresas** y 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 de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinte ocho días del mes de noviembre del dos mil veinticuatro.

Firma:

Autor: Kevin Andrés Merino Córdova

Cedula de identidad: 1150191144

Fecha: 28 de noviembre del 2024

Correo: kevinps4_@hotmail.com

Teléfono: 0968206157

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Integración Curricular

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala. MAE

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi madre Verónica Córdova, por su amor incondicional, por ser mi mayor fuente de inspiración y fortaleza, a mi padre Carlos Julio Merino que desde el cielo me inspiro a ser mejor cada día más, a mi segunda madre Miriam Riofrio por su valor y coraje que me ayudaron a enfrentar los retos con determinación.

A mis amigos y seres queridos, que con su apoyo y compañía hicieron de este proceso algo más llevadero y me recordaron lo importante de tener un equilibrio en todas las cosas, a mi pareja Jessybell Alfonsina por ser mi pilar y mi soporte, por inspirarme, ayudarme y apoyarme durante todo este largo proceso.

Finalmente dedico este trabajo a todas aquellas personas que creen en el poder del esfuerzo y del conocimiento, a aquellos que saben que nunca es demasiado tarde para dejar de aprender.

Kevin Andrés Merino Córdova.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme la fortaleza, salud y sabiduría necesarias para culminar esta etapa tan importante en mi vida.

A la Universidad Nacional de Loja, mi alma máter, que me ha brindado las herramientas académicas y el espacio adecuado para formarme no solo como profesional, sino también como persona íntegra. Agradezco profundamente a todos los docentes en especial al Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala MAE que, con su conocimiento y dedicación, me ayudaron a alcanzar mis objetivos.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, de una forma u otra, contribuyeron a mi crecimiento durante estos años, ya sea con palabras de aliento, apoyo moral o motivación constante.

Índice de contenidos

Portada	I
Certificación.....	II
Autoría	III
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Índice de contenidos	VII
Índice de Tablas	IX
Índice de Figuras.....	X
1. Título.....	11
2. Resumen.....	12
2.1. Abstract.....	13
3. Introducción	14
4. Marco Teórico.....	16
4.1. Fundamentos Referenciales.....	16
4.2. Fundamentos teóricos	18
4.2.1. Empresa.....	18
4.2.2. Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	20
4.2.3. Diagnóstico.....	21
4.2.4. Sector.....	22
4.2.5. Sectores Económicos del Ecuador	23
4.2.6. Indicadores de Gestión.....	24
4.2.7. Gestión empresarial.....	26
5. Metodología	34
5.1. Área de estudio	34

5.2.	Enfoque de la investigación.....	34
5.3.	Método de investigación.....	35
5.4.	Tipo de investigación.....	35
5.5.	Diseño de la investigación.....	35
5.6.	Técnicas	35
5.7.	Instrumentos	36
5.8.	Población	36
5.9.	Procesamiento y análisis de la información	36
6.	Resultados	38
7.	Discusión.....	91
8.	Conclusiones	106
9.	Recomendaciones	107
10.	Bibliografía	108
11.	Anexos	111

Índice de Tablas

Tabla 1	<i>Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales</i>	16
Tabla 2	<i>Diagnóstico Sectorial de Ventas de Artículos de Ferretería del Cantón Loja</i>	17
Tabla 3	<i>Diagnóstico del Sector Empresarial de la Provincia de El Oro</i>	17
Tabla 4	<i>Clasificación de Empresas Según su Tamaño.</i>	19
Tabla 5	<i>Secciones del CIU</i>	20
Tabla 6	<i>Empresas con el código N en el cantón Loja</i>	36
Tabla 7	<i>Clasificación del Sector Según el CIU</i>	43
Tabla 8	<i>Porcentaje de Participación del Sector en el cantón Loja</i>	45
Tabla 9	<i>Perfil del Cliente</i>	47
Tabla 10	<i>Factores Clave de Éxito del Sector</i>	50
Tabla 11	<i>Indicadores que Miden la Gestión Financiera.</i>	52
Tabla 12	<i>Indicadores que Miden la Gestión de Ventas</i>	53
Tabla 13	<i>Indicadores que Miden la Calidad de Servicio</i>	53
Tabla 14	<i>Indicadores que Miden el Personal Cualificado</i>	55
Tabla 15	<i>Indicadores que Miden el Servicio al Cliente</i>	55
Tabla 16	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	57
Tabla 17	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	60
Tabla 18	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	63
Tabla 19	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	65
Tabla 20	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	68
Tabla 21	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	71
Tabla 22	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	74
Tabla 23	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	77
Tabla 24	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	79
Tabla 25	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	82
Tabla 26	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	85
Tabla 27	<i>Forma de Cálculo del Indicador</i>	88

Índice de Figuras

Figura 1	<i>Mapa del Cantón Loja</i>	34
Figura 2	<i>Capacitación del personal</i>	38
Figura 3	<i>Publicidad</i>	39
Figura 4	<i>Inversión en publicidad</i>	39
Figura 5	<i>Servicios realizados al mes</i>	40
Figura 6	<i>Horas laborales</i>	41
Figura 7	<i>Número de empleados</i>	41
Figura 8	<i>Factores clave de éxito</i>	42
Figura 9	<i>Promedio de la Razón de Liquidez</i>	92
Figura 10	<i>Promedio del Ratio de Endeudamiento</i>	93
Figura 11	<i>Promedio del Capital de Trabajo</i>	94
Figura 12	<i>Promedio de la Rentabilidad de Ventas</i>	95
Figura 13	<i>Promedio del Valor Medio de Ventas por Empleado</i>	96
Figura 14	<i>Promedio de la Tasa de Utilización de la Capacidad</i>	97
Figura 15	<i>Promedio del Ratio de Empleados por Cliente</i>	98
Figura 16	<i>Promedio de la Inversión en Publicidad por Cliente</i>	99
Figura 17	<i>Promedio del Ratio de Capacitación del Personal</i>	100
Figura 18	<i>Promedio de la Productividad por Empleado</i>	101
Figura 19	<i>Promedio de la Tasa de Atención al Cliente</i>	102
Figura 20	<i>Promedio del Ratio de Respuesta al Cliente</i>	103

1. Título

Diagnostico sectorial del grupo empresarial de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja.

2. Resumen

Un diagnóstico sectorial es un procedimiento ordenado mediante el cual se presenta información estadística sobre las empresas de un sector en específico, con el fin de obtener promedios de la industria, mismo que son de suma relevancia para medir y comparar su rendimiento frente a la competencia. La investigación tuvo como objetivo principal realizar un diagnóstico sectorial de la actividad administrativa y de apoyo en el cantón Loja, con el propósito de conocer sus características y establecer promedios de la industria. Para lograr este objetivo, se utilizó un enfoque cuantitativo utilizando un tipo de investigación exploratoria y descriptiva que permitió obtener una visión completa del sector mediante la recopilación de datos. Se llevaron a cabo encuestas y observaciones con los diferentes propietarios de negocios del sector, también se empleó la documentación bibliográfica la cual proporcionó información detallada sobre servicios, ingresos por ventas, empleados, clientes, publicidad y gestión de inventarios. En base a los datos recopilados se demostraron indicadores financieros como liquidez, corriente, razón de endeudamiento, rendimiento sobre activos y patrimonio, así como indicadores no financieros como la calidad del servicio, capacitación de los trabajadores, etc. El estudio reveló que el sector de servicios administrativos en el cantón Loja muestra una rentabilidad estable en la mayoría de los casos. Entre los resultados de los indicadores no financieros, se destaca que la calidad del servicio es relativamente buena. En este proyecto se presenta información que será de gran ayuda para los diferentes actores del sector. Para finalizar, se constató que en el cantón Loja se encuentran operando 76 empresas dedicadas a actividades de servicios administrativos y de apoyo, mismas que están distribuidas en los diferentes sectores urbanos, lo que evidenció la importancia y relevancia en la economía cantonal.

Palabras clave: promedios de la industria, indicadores de desempeño, servicios administrativos, factores claves de éxito.

2.1. Abstract

A sectoral diagnosis is a systematic process designed to generate statistical data about businesses within a specific industry. This data plays a crucial role in benchmarking performance and assessing competitiveness within the market. The research project focused on conducting a sectoral analysis of administrative and support activities in the canton of Loja, with the goal of identifying key characteristics and establishing industry benchmarks. In order to achieve this objective, a quantitative approach is applied, employing exploratory and descriptive research methods. These methods facilitated a thorough understanding of the sector through systematic data collection. Interviews and observations are conducted with business owners in the sector. In addition, bibliographical sources are consulted to provide detailed information on services, sales revenue, employees, customers, advertising, and inventory management. The analysis of the data collected showed both financial indicators, such as liquidity, current ratio, debt ratio, return on assets, and equity, and non-financial indicators, including service quality and employee training. The study emphasized that the administrative services sector in the canton of Loja is, in most cases, maintaining stable profitability. The non-financial indicators show that the quality of service is generally good. This project provides valuable information that is of great assistance to the various stakeholders in the sector. Finally, it has been confirmed that 76 companies operate in the administrative and support services sector in the canton of Loja. These companies are distributed in different sectors of the city, emphasizing their crucial role and contribution to the local economy.

Keywords: industry benchmarks, performance metrics, administrative services, key success factors.

3. Introducción

El diagnóstico sectorial se determina como un análisis exhaustivo de un sector en el que se examinan todos los factores y elementos que lo conforman. Esto permitirá recopilar la mayor cantidad de información posible para que la empresa pueda determinar, por ejemplo, su público objetivo, la idoneidad de su producto o servicio, y cómo abordar situaciones extremas de manera efectiva. (Tiempo de Negocios, 2017)

Según los autores Fayol & Taylor (1969) la gestión empresarial es un proceso expresado por cinco acciones o elementos administrativos: planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Estos elementos, tanto en su estructura como en su funcionamiento, siguen los principios administrativos que aseguran la buena forma y funcionamiento de la organización social, tales como división del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección e intereses comunes, remuneración, centralización, jerarquía, orden, equidad, estabilidad personal, iniciativa y la unión personal. (p. 13)

La investigación es importante ya que brindará información relevante para los propietarios. Esto les permitirá tomar decisiones estratégicas fundamentadas en las tendencias y preferencias del consumidor, lo que impulsará el desarrollo y el rendimiento empresarial en el sector. Además, esta investigación contribuirá al conocimiento académico y al crecimiento económico en general.

La problemática que aborda esta investigación radica en entender la situación actual de las empresas, debido a que no existen estudios sectoriales específicos que abarquen esta área, por lo que este estudio facilitara la toma de decisiones respaldadas por información relevante, identificara áreas de mejora, así como fortalezas a explotar y amenazas a tener en cuenta. La falta de información financiera detallada, actualizada y accesible limita el crecimiento de las empresas, al no poder compararse con el promedio estadístico industrial y llevando a decisiones equivocadas tanto para empresas establecidas como para aquellas que planean ingresar al mercado.

A pesar de ser un tema relativamente nuevo en el Ecuador y mas en la ciudad de Loja, para el resto del mundo no lo es, como en la investigación realizada en Guatemala por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (1990) donde se evidenció un diagnóstico sectorial agropecuario. De la misma manera, Ortiz Lopez (2019) expuso los resultados obtenidos de un análisis empresarial del sector agroindustrial en la ciudad de Lima. Ambas investigaciones permitieron constatar el desempeño empresarial en cuanto a datos estadísticos financieros,

competitividad, diagnósticos internos y externos, estrategias aplicadas para el sector de estudio, lo cual ofreció una visión de diferentes perspectivas que sirven como referencia para otras empresas.

Bajo este contexto, el objetivo principal es elaborar un diagnóstico sectorial de la actividad de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja. Para lograr este objetivo, se deben realizar varias actividades en conjunto, como la caracterización de la actividad económica estudiada para definir los factores clave de éxito del sector empresarial. También se debe establecer indicadores de desempeño propios de las entidades del sector para medir el nivel de cumplimiento de los factores clave identificados. Finalmente, se debe determinar las estadísticas y los promedios de la industria de la actividad económica.

Por medio del desarrollo de esta serie de actividades se logra dar respuesta a la afirmación generada al inicio de la investigación: La ausencia de estadísticas y promedios del sector empresarial en la provincia de Loja, priva a las organizaciones de información necesaria para la toma de decisiones informadas.

La investigación se estructura de la siguiente manera: Título, en el cual se ubica el tema de investigación; Resumen, que es una explicación breve de la investigación; Introducción, donde se destaca la importancia, objetivos, aporte y estructura del proyecto; Marco teórico, en donde se describe teorías y conceptos que son la base del proyecto; Metodología, donde explica las técnicas y el proceso para dar cumplimiento a los objetivos; Resultados, que se obtuvo tras el cumplir con los objetivos; Discusión, en donde se comparan los resultados encontrados en esta investigación con otras investigaciones similares; Conclusiones, las cuales se derivan de los resultados; Recomendaciones, a las cuales se ha llegado una vez concluida la investigación; Bibliografía, en donde plasma las fuentes físicas o virtuales utilizadas como soporte para la investigación; por último, Anexos, que contienen, fotografías, tablas, volantes, etc., mismos que sustentan a la investigación

4. Marco Teórico

4.1. Fundamentos Referenciales

El diagnóstico sectorial de un grupo empresarial es una evaluación integral que permite analizar la posición de una organización en relación con su entorno económico y competitivo. Este análisis ofrece una visión detallada de la estructura, desempeño y desafíos que enfrenta el grupo empresarial en los distintos sectores en los que opera. Para realizar un diagnóstico sectorial efectivo, es crucial basarse en investigaciones previas, teorías empresariales y enfoques metodológicos que hayan demostrado su eficacia en estudios similares. Estudios previos han explorado el diagnóstico sectorial de grupos empresariales en varios contextos y sectores, ofreciendo valiosas contribuciones a este ámbito:

Tabla 1
Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales

Datos	Contenidos
Autor y año	(López Santana et al., 2022)
Fuente	Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales: una revisión de la literatura
Objetivos	Comparar qué aspectos metodológicos han sido relevantes en distintos estudios, tanto específicos como generales, para realizar diagnósticos a diferentes sectores de la economía.
Muestra	Estudios realizados con anterioridad
Instrumentos	Revisión bibliográfica Observación
Resultados	Hace hincapié a la fase de recolección de datos acerca de un sector especificado, debido a que existen distintos retos como el diseño metodológico. Por ende, se sugiere un prototipo que corrobore los datos para poder recoger la información necesaria que servirá para extraer metodologías específicas en sectores específicos.

Nota. Información obtenida de la investigación titulada: “Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales: una revisión de la literatura”

Tabla 2*Diagnóstico Sectorial de Ventas de Artículos de Ferretería del Cantón Loja*

Datos	Contenidos
Autor y año	(Villa Cueva, Diagnóstico sectorial de la actividad venta al por mayor de artículos de ferreterías del cantón Loja, 2023)
Fuente	Diagnóstico Sectorial de la actividad venta al por mayor de artículos de ferreterías del cantón Loja
Objetivos	Realizar un diagnóstico sectorial de la actividad de venta al por mayor de artículos de ferreterías del cantón Loja, que permita conocer en qué condiciones se encuentra el sector.
Muestra	Ya que la población de estudio era limitada se utilizó el total de establecimientos comerciales estando activo 26 de los mismos.
Instrumentos	Encuestas Observación
Resultados	Indicadores financieros del sector, liquidez de \$3,68: manejan un capital de trabajo de \$16500 mensual, nivel de endeudamiento del 22% y rentabilidad es superior al 15%. Indicadores no financieros, 69% del personal es contratado y la productividad por empleados es de \$423. Esto data el equivalente a un sector atractivo, debido a que genera utilidades y tiene un gran potencial de crecimiento.

Nota. Información obtenida de la investigación titulada: “Diagnóstico Sectorial de la actividad venta al por mayor de artículos de ferreterías del cantón Loja”

Tabla 3*Diagnóstico del Sector Empresarial de la Provincia de El Oro*

Datos	Contenidos
Autor y año	(Briceño Loaiza & Bustamante González, 2013)
Fuente	Diagnóstico del sector empresarial de la Provincia de El Oro en relación a la gestión profesional y emprendimiento de los ingenieros comerciales de la Universidad Nacional de Loja
Objetivos	Elaborar una propuesta para mejorar la gestión profesional y emprendimiento de los Ingenieros en Administración de Empresas
Muestra	313 a gerentes

Datos	Contenidos
Instrumentos	Encuestas Observación Entrevista
Resultados	En esta investigación se deja en claro lo muy importante que puede llegar a ser la presencia de un profesional en administración de empresa en la organización para los diagnósticos sectoriales, debido a que, al existir este vacío laboral, provoca como se expuso en el trabajo del autor, el cual fue realizado en la provincia del Oro, una clara inexperiencia dentro de la gestión de la producción y las estrategias de venta, lo que conlleva a que futuras investigaciones sectoriales, una gran dificultad de obtención de datos para los investigadores.

Nota. Información obtenida de la investigación titulada: “Diagnóstico del sector empresarial de la Provincia de El Oro en relación a la gestión profesional y emprendimiento de los ingenieros comerciales de la Universidad Nacional de Loja”

4.2. Fundamentos teóricos

4.2.1. Empresa

4.2.1.1. Definición

La empresa no solo es el producto o servicio que ofrecen, la empresa es la unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros con el fin de cumplir su objetivo propuesto, por ende, algunos autores afirman:

Para Fernández Hernández & Campiña Domínguez (2010) “es el conjunto de acciones que permite producir e intercambiar bienes y servicios, con el fin de obtener y alcanzar un objetivo o meta” (p. 38).

De acuerdo con Münch (2007) “la palabra ‘empresa’ tiene su origen en el latín *empendere* que significa dar inicio a una actividad. Se define como la unidad económico-social de recursos que producen bienes y servicios para atender las demandas en la sociedad” (p. 132).

4.2.1.2. Importancia

La empresa proporciona una amplia gama de beneficios que son fundamentales tanto para su propio crecimiento económico y social, así como para el desarrollo de la sociedad en general, el autor menciona que las empresas generan fuentes de empleo, satisfacen las necesidades de su

entorno al producir bienes y servicios necesarios, también incentivan el desarrollo tanto económico como social fomentando así la inversión. Las empresas son fuentes de ingresos para un país por el pago de impuestos que realizan. Incentivan a la investigación y al desarrollo tecnológico (Münch, 2007, p. 132).

4.2.1.3. Clasificación de empresas

Los distintos avances en la ciencia, tecnología y economía favorecen la creación de diversas empresas en consecuencia el autor destaca que la importancia de analizar los distintos tipos de empresas que existen cabe recalcar que esta clasificación depende de la empresa dado que puede encajar en diferentes categorías o tipos al mismo tiempo. (Münch, 2007, pp. 135-140).

De acuerdo con lo planteado por el autor (Münch, 2007), se señala la existencia de varias categorizaciones de empresas, entre las cuales se resalta:

- ✚ Por su tamaño: existen diferentes formas de clasificar las empresas por su tamaño, ya sea por el nivel de ventas, producción, capital o el nivel de personal utilizado, el criterio más utilizado para definir el tamaño de la organización es el número de empleados cómo se demuestra en el siguiente cuadro:

Tabla 4

Clasificación de Empresas Según su Tamaño.

Tamaño	Industria	Comercio	Servicio
Microempresa	0-10 empleados	0-10 empleados	0-10 empleados
Pequeña empresa	11-50 empleados	11-30 empleados	11-50 empleados
Mediana empresa	51-250 empleados	31-100 empleados	51-100 empleados
Gran empresa	251 empleados adelante	101 empleados adelante	101 empleados adelante

Nota. Información obtenida del libro de Lourdes Münch, administración.

- ✚ Por su finalidad: son aquellas que fueron creadas con diversos tipos de aportaciones ya sea de aportaciones públicas o privadas.
 1. Privadas: el capital utilizado para este tipo de empresas proviene de diversos inversionistas con el fin de obtener ganancias o utilidades.
 2. Públicas: los recursos provienen del estado por lo general estas empresas son creadas con el fin de satisfacer necesidades sociales en beneficio de las comunidades.
- ✚ Por su actividad económica: pueden clasificarse de acuerdo a las diferentes actividades que realice cómo se presenta a continuación:

1. Industriales son todas las empresas que producen bienes mediante la transformación y extracción de materias primas.
 2. Comerciales: estas empresas son intermediarias entre el productor y el cliente, generalmente su principal actividad es la compra y venta de productos pero también se encargan de las distribuciones del mismo.
 3. Servicios: son aquellas organizaciones o empresas que ofrecen un tipo de servicio, ya sea, con o sin fines de lucro existen muchas empresas de servicios como las de salud, educación, transporte, turismo, financieras, de telecomunicaciones y de energía.
- ✚ Por su régimen jurídico: se pueden clasificar por el tipo de régimen que rige en un país ya sean como personas naturales, sociedades o compañías.

4.2.2. Clasificación Industrial Internacional Uniforme

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) se ha implementado con amplitud de su uso tanto a nivel nacional como global para organizar información según el tipo de actividad económica que realizan las empresas. Este sistema permite analizar áreas como la producción, el empleo, el PIB y diferentes campos estadísticos.

El CIIU se considera como una herramienta esencial para conocer los fenómenos económicos, facilitar la comparabilidad de datos, orientar la creación de clasificaciones nacionales y fortalecer el desarrollo de sistemas estadísticos en un país. (ILOSTAT, 2010).

Tabla 5
Secciones del CIIU

Código	Descripción
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

Código	Descripción
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
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. Sectores catalogados dentro del CIIU en el que se encuentran todas las actividades empresariales. Fuente, Organización Internacional del Trabajo.

Casi todos los países que utilizan directamente la clasificación industrial internacional uniforme y han elaborado clasificaciones que se derivan de este informe, en el Ecuador el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos adaptó el CIIU en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2017).

4.2.3. Diagnóstico

Conforme al autor (Francés, 2001) “El diagnóstico consiste en el análisis del entorno para identificar las oportunidades y amenazas de la empresa, así como, el análisis interno para identificar las fortalezas y debilidades”.

Sin embargo, por el modo en que se expresa el autor se alude que “el diagnóstico implica considerar los grupos de factores o condiciones competitivas y de la industria, las capacidades competitivas, los recursos, las fortalezas y debilidades internas, así como la posición en el mercado que ocupan las organizaciones” (Thompson & Strickland, 2004).

El diagnóstico implica un proceso de evaluación y análisis destinado a reconocer los problemas, desafíos, oportunidades y áreas de mejora en una organización. Una vez completado el diagnóstico, los datos se recopilan y se realizan evaluaciones para obtener una comprensión precisa de la situación actual de la empresa. Esto, a su vez, sirve como base para formular recomendaciones que respalden la toma de decisiones estratégicas.

Por consiguiente, un diagnóstico se define como los pasos que se llevan para comparar dos situaciones, como la situación actual la cual se llega a conocer en la investigación y otra investigación ya definida que sirve como guía o modelo para un estudio. (Vidal Arizabaleta, 2004, pág. 20)

4.2.3.1.El proceso de un diagnóstico

El autor sugiere una serie de pasos o fases para realizar un diagnóstico:

1. Identificar la empresa u organización.
2. Análisis externo ayuda a identificar el entorno en el que se encuentra la empresa la identificación de la cadena productiva y el análisis también de la competencia.
3. Auditoría interna (a) analiza directamente a la organización sumisión visión meta de estrategias políticas objetivos.
4. Auditoría interna (b) analiza todos los factores internos por funciones ya sea indicadores en las perspectivas financieras del cliente procesos internos y de crecimiento humano. Aquí se plantea también el uso de un mapa estratégico.
5. Selección descripción y análisis del problema que presenta la organización.
6. Diseño de estrategias que permite la mejora de la empresa. (Vidal Arizabaleta, 2004, pág. 24)

4.2.3.2.Diagnóstico Sectorial

El diagnóstico sectorial se determina como un análisis exhaustivo de un sector en el que se examinan todos los factores y elementos que lo conforman. Esto permitirá recopilar la mayor cantidad de información posible para que la empresa pueda determinar, por ejemplo, su público objetivo, la idoneidad de su producto o servicio, y cómo abordar situaciones extremas de manera efectiva. (Tiempo de Negocios, 2017)

4.2.4. Sector

El sector económico constituye la unidad fundamental de la economía de un país o región, y se subdivide en categorías que representan las diversas fases de producción y comercio, desde la

extracción de recursos hasta la distribución de productos y servicios a los consumidores. Esta clasificación es valiosa para comprender y administrar las actividades económicas de la sociedad.

El autor expresa que los sectores económicos son diversos grupos que realizan alguna actividad están comprendidos en un lugar determinado, por lo general, estos se clasifican dependiendo del proceso económico que realicen, van desde empresas que realizan extracción de recursos para fabricar un producto, hasta empresas comercializadoras que venden productos al consumidor final. (Frederick, 2017)

4.2.4.1. Tipos de sectores económicos

Los sectores económicos son divisiones que organizan las distintas actividades económicas de una región o país en función de su naturaleza y propósito. Estos se dividen en cinco tipos principales según el autor.

- ✚ Sector primario se dedica directamente a la extracción y explotación de recursos naturales, ya sea de productos de tierra como de mar, por lo que, este sector se relaciona directamente con la agricultura, la caza de animales, la ganadería y la pesca.
- ✚ Sector secundario este sector es el que generalmente transforma la materia prima que se obtiene en el sector primario en productos industrializados con el fin de poder crear diferentes tipos de alimentos procesados, bienes o productos.
- ✚ Sector terciario es el sector que provee diferentes servicios que la población requiere este sector exclusivamente solo provee servicios no bienes o productos.
- ✚ Sector cuaternario es aquel sector que engloba aquellos servicios relacionados con el conocimiento o el intelecto. Abarca la ciencia, la investigación y el desarrollo tecnológico, las empresas que se encuentran dentro de este sector se dedican a brindar avances e investigaciones científicas a los sectores primarios, secundarios y terciarios.
- ✚ Sector quinario se encuentran actividades sin fines de lucro, pero son fundamentales para la economía, también se incluyen aquí actividades que realizan las amas de casa; este sector se suele considerar como parte o una subdivisión del sector terciario. (Frederick, 2017)

4.2.5. Sectores Económicos del Ecuador

Ecuador, al igual que la mayoría de los países, está experimentando una diversificación en sus sectores económicos. Los principales sectores económicos del país son:

Sector Primario: Abarca actividades relacionadas con la obtención de recursos naturales, incluyendo agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

Sector Secundario: Engloban actividades de transformación de materias primas y alimentos mediante diversos procesos productivos. Incluye la industria manufacturera, la generación de energía eléctrica y la industria textil.

Sector Terciario: Se ocupa de actividades económicas que no producen bienes materiales directamente, sino que se centran en la prestación de servicios para satisfacer las necesidades de la población.

Sector de Recursos Naturales: Ecuador también cuenta con un sector de recursos naturales que abarca la extracción de petróleo y la minería.

Esta diversificación en los sectores económicos es característica de la evolución económica de muchos países, permitiendo un mayor equilibrio y estabilidad en la economía nacional. (Gómez Jurado Jarrín, 2016)

4.2.5.1. Sector administrativo y de servicios de apoyo

Según la clasificación industrial internacional Uniforme, este sector está dividido por diferentes actividades de apoyo o empresariales, estas actividades se desglosan de la clasificación en la sección N, su finalidad no es la transferencia de conocimientos. (Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2009)

Este estudio se centró en empresas de administración y de servicios de apoyo, dado que, el (INEC, 2012) afirma que esta clasificación comprende diversas actividades como servicios de viajes, viajes organizados, de transporte, alojamiento y diferentes actividades más, se incluyen actividades como de guías de turismo y promoción turística.

Por otro lado, con respecto a los servicios de seguridad el (INEC, 2012) expone que esta división se relaciona con actividades de seguridad como servicios de investigación, detectives, vigilancia, patrullaje, servicio de entrega y recogida de dinero, de recibos o algunos artículos de valor.

4.2.6. Indicadores de Gestión

Un indicador se define como una expresión matemática que se utiliza para medir un aspecto específico, basada en factores o variables clave, y tiene un objetivo y público objetivo predefinidos. Los indicadores, según su tipo o referencia, pueden ser de naturaleza histórica, estándar, teórica, basada en las necesidades de los usuarios, establecida por políticas, planificada, y otros. (Cruz Lezama Osain, 2007)

Por otra parte, “la gestión se define como el conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de objetivos previamente establecidos” (Beltrán Jaramillo, 2005, pág. 24).

En resumen, los indicadores son instrumentos matemáticos diseñadas para medir aspectos específicos, adaptadas a lo que es importante y para quién. Pueden variar en tipos según lo que se quiera medir, ya sea basado en el pasado, en estándares, teorías, necesidades de las personas o políticas. Son esenciales para tomar decisiones y evaluar el progreso hacia objetivos, lo que se relaciona con la gestión como el conjunto de elecciones y acciones que conducen a alcanzar objetivos establecidos.

Esta información brinda una comprensión más profunda del concepto de los indicadores de gestión. Estos indicadores son herramientas o instrumentos utilizados para medir en qué grado se están cumpliendo los objetivos estratégicos, también funcionan como unidades de medida gerencial que permiten evaluar el rendimiento de una organización en relación con sus metas, objetivos y responsabilidades hacia los grupos de interés. (Cruz Lezama Osaín, 2007)

Por lo que, el autor expone que “los indicadores de gestión se convierten en los "signos vitales" de la organización, y su continuo monitoreo permite establecer las condiciones e identificar los diversos síntomas que se derivan del desarrollo normal de las actividades” (Beltrán Jaramillo, 2005, pág. 5).

4.2.6.1. Categorías de indicadores

El autor sugiere diversas categorías de indicadores con el propósito de destacar las diferencias entre cada uno.

- ✚ **Indicadores de cumplimiento:** se relacionan con el nivel de cumplimiento, el cual tiene que ver con la finalización de una actividad, estos indicadores están directamente relacionados con el grado de secuencia que siguen las tareas o trabajos.
- ✚ **Indicadores de evaluación:** este tipo de indicador tiene que ver con la evaluación que se realiza a los empleados para saber el rendimiento que se obtiene de una tarea, trabajo o proceso. Los indicadores de evaluación se relacionan con métodos o fases que ayudan a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades de mejora y amenazas existentes en el entorno.
- ✚ **Indicadores de eficiencia:** estos indicadores tienen que ver con la capacidad para llevar a cabo una actividad o tarea con el uso mínimo de recursos, este tipo de indicadores se relacionan con la cantidad de recursos invertidos en la ejecución de trabajos.

✚ **Indicadores de eficacia:** se relaciona con hacer efectivo una actividad o un propósito, estos indicadores de eficacia se relacionan con la capacidad o la validación de los procesos.

✚ **Indicadores de gestión:** son indicadores que permiten evaluar la administración y establecer acciones para la realización de actividades programadas o planificadas, los indicadores de gestión permiten evaluar y administrar si un proceso se realiza adecuadamente. (Cruz Lezama Osaín, 2007, págs. 10,11)

4.2.7. Gestión empresarial

Según los autores (Fayol & Taylor, 1969) la gestión empresarial es un proceso expresado por cinco acciones o elementos administrativos: planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Estos elementos, tanto en su estructura como en su funcionamiento, siguen los principios administrativos que aseguran la buena forma y funcionamiento de la organización social, tales como división del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección e intereses comunes, remuneración, centralización, jerarquía, orden, equidad, estabilidad personal, iniciativa y la unión personal.

4.2.7.1. Gestión de la producción

Según lo expuesto por la SIMCORE (2023) la gestión de la producción es la utilización de métodos, procesos o técnicas con la finalidad de cumplir el objetivo de transformar materias primas en productos terminados, se resume en el conjunto de recursos entre los cuáles son las máquinas, los recursos humanos y las materias primas unificándolos con el fin de asegurar la producción o fabricación de un producto (p. 1).

- **Indicadores de producción**

Los indicadores de producción son métricas empleadas para evaluar el rendimiento y la eficiencia de los procesos de fabricación en una organización. Estos indicadores suministran datos importantes sobre la productividad, calidad y efectividad de las actividades de producción y operaciones de una empresa. Algunos indicadores de producción comúnmente empleados son:

- ✚ **Eficiencia de la producción**

Los autores expresan (Carro Paz & González Gómez, 2012) que la eficiencia de un proceso productivo se mide mediante la variedad de criterios, ya que, se puede decir que el proceso es muy eficiente si posee una productividad muy elevada, grandes resultados por unidad de consumo. Se puede manifestar que el proceso es eficiente porque produce en un nivel de calidad alto, por ende, el nivel de desperdicios es muy bajo. De la misma forma, se puede decir que el proceso es muy

eficiente porque produce a bajos costos, también sería correcto decir que, el proceso se vuelve eficiente porque tiene un ciclo de respuesta muy corto.

La fórmula para su cálculo se mide con la división de la tasa de producción real de un trabajador sobre la tasa de producción estándar, el resultado de la misma se multiplica por cien.

$$\text{Eficiencia de la producción} = \frac{\text{Tasa de producción real}}{\text{Tasa de producción estándar}} \times 100$$

Tiempo de ciclo

El tiempo de ciclo resuelve la interrogante de como medir que tan rápido o lento es un proceso productivo, por ende, utiliza el tiempo total de producción y la cantidad de productos producidos.

$$\text{Tiempo de ciclo} = \frac{\text{Tiempo total de producción}}{\text{Cantidad de productos producidos}}$$

Disponibilidad de equipos

La disponibilidad de equipos engloba el tiempo de uso de los equipos, su inactividad para de esta manera poder evitar posibles cuellos de botella o incluso mal uso de los mismos.

$$\text{Disponibilidad de equipos} = \frac{\text{Tiempo funcionamiento programado} - \text{Tiempo de inactividad}}{\text{Tiempo funcionamiento programado}}$$

Tasa de utilización de capacidad

La tasa de utilización de capacidad alberga lo que es la capacidad total y la producción real, con el fin de poder sacar una tasa que estime la capacidad y su manejo.

$$\text{Tasa de utilización de capacidad} = \frac{\text{Producción real}}{\text{Capacidad total}} \times 100$$

Tasa de desperdicio

Se refiere al material perdido por la elaboración errónea de productos defectuosos o no aptos para su entrega, en los que el total de los productos, se pueden entablar sus respectivas medidas correctivas.

$$\text{Tasa de desperdicio} = \frac{\text{Nº productos defectuosos o desperdiciados}}{\text{Nº total de productos producidos}} \times 100$$

Eficiencia del trabajo y mano de obra

La eficiencia del trabajo y la mano de obra se puede constatar gracias al trabajo empleado y el planificado para así determinar cuan eficiente se encuentra la empresa con respecto al trabajo realizado por sus trabajadores

$$\text{Eficiencia del trabajo y mano de obra} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de trabajo completado}}{\text{N}^\circ \text{ de trabajo planificado}} \times 100$$

Productividad laboral

Por otro lado, la productividad laboral se basa en el número de producciones y las respectivas horas de trabajo u/o los mismos trabajadores, los cuales definen su rendimiento.

$$\text{Productividad laboral} = \frac{\text{N}^\circ \text{ producción}}{\text{Horas de trabajo o trabajadores}}$$

Con el fin de medir el aprovechamiento integral de la maquinaria la eficiencia general de los equipos toma en cuenta la disponibilidad, el rendimiento y la calidad en la que se encuentra para poder obtener un porcentaje general que determine su eficiencia.

$$\text{Eficiencia general de los equipos} = \text{Disponibilidad} \times \text{Rendimiento} \times \text{Calidad}$$

4.2.7.2. Gestión de recursos humanos

Esta gestión se enfoca en las diferentes técnicas en las que se organiza el trabajo, la contratación, la selección del nuevo personal, la evaluación de rendimiento de los trabajadores, la formación, las capacitaciones y mejora de las cualificaciones, también el desarrollo personal y profesional, así como, la participación directa de los trabajadores. (Trebilcock, 2001)

- **Indicadores para el área de recursos humanos**

Los indicadores en el contexto de recursos humanos son herramientas utilizadas para medir y analizar varios aspectos de la gestión del personal en una empresa. Estos indicadores proporcionan detalles sobre el rendimiento del equipo de Recursos Humanos. Los indicadores más frecuentemente empleados, tal como se describen por el autor. (Beltrán Jaramillo, 2005) incluyen:

Índice de ausentismo

El autor (Chiavenato, 2011) propone que “El índice de ausentismo revela que el tiempo que no se trabaja genera algún tipo de falla en relación al volumen de la actividad esperada o planificada” Por ende, el autor plantea la siguiente expresión algebraica:

$$\text{Ausentismo} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de hombres}}{\frac{\text{Días perdidos por ausencia en el trabajo}}{\text{Valor promedio} \times \text{N}^\circ \text{ de días de trabajo}}} \times 100$$

Índice de tipos de trabajo

Este índice está diseñado para facilitar la toma de decisiones relacionadas con la gestión de recursos humanos, la comparación de puestos y la planificación de la fuerza laboral.

$$\text{Índice de tipos de trabajo} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de empleados de producción}}{\text{N}^\circ \text{ de empleados administrativos}}$$

Importancia de los salarios

Calcula las captaciones acerca de la importancia del pago en la satisfacción y la motivación laboral de los empleados.

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

Rotación de trabajadores

Es un índice empleado en el área de recursos humanos que nos ayuda a medir con qué frecuencia los empleados abandonan su puesto en la empresa y son cambiados por nuevos empleados.

$$\text{Indicador de rotación de trabajadores} = \frac{\text{Total de trabajadores retirados}}{\text{Nº promedio de trabajadores}}$$

Indicador horas trabajador

La métrica que mide la cantidad de horas trabajadas por un empleado durante un período específico se conoce como control de horas. Este indicador es especialmente útil en la gestión de recursos humanos y la planificación laboral, ya que ofrece información sobre las cargas de trabajo individuales y puede ser beneficioso para evaluar la eficiencia, la productividad y asegurar el cumplimiento de las regulaciones laborales.

$$\text{Indicador horas trabajador} = \frac{\text{Horas hombre trabajadas}}{\text{Nº promedio de trabajadores}}$$

Indicador horas extra en el período

Este indicador cuantifica el número de horas adicionales trabajadas por los empleados en un período de tiempo particular, típicamente un día, semana, mes u otro intervalo relevante para la organización. Las horas extras corresponden a las horas laboradas más allá del horario regular de trabajo o del horario legalmente establecido, y suelen implicar una remuneración adicional para los empleados.

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

4.2.7.3. Gestión de ventas

En base al autor “La gestión de ventas como una de las especialidades fundamentales en mercadotecnia. Una gestión efectiva de ventas surge de un personal muy orientado al éxito, que logra cumplir con su misión de manera económica y con eficiencia” (Vega Sánchez)

- **Indicadores para el área de ventas**

Los indicadores en el ámbito de las ventas son herramientas que se utilizan para medir y analizar el funcionamiento de las actividades de ventas en una empresa. Estos indicadores brindan información valiosa sobre las formas eficientes en que se realizan las ventas, los proveedores son productivos y la empresa avanza hacia objetivos comerciales. Los indicadores de ventas pueden cubrir diversos aspectos, como menciona el autor (Cutropía, 2005):

- ✚ **Distribución numérica**

Indica los diferentes puntos de venta que una empresa tiene para distribuir sus productos o servicios. Se expresa en porcentaje. Se calcula:

$$\text{Distribución numérica} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de establecimientos donde el producto está distribuido}}{\text{N}^\circ \text{ de establecimientos que venden este tipo de productos}} \times 100$$

- ✚ **Distribución ponderada**

Indica la cantidad de puntos de venta donde el producto está siendo distribuido. Se calcula:

$$\text{Distribución ponderada} = \frac{\text{Ventas de establecimientos donde el producto está distribuido}}{\text{Ventas totales del mercado}} \times 100$$

- ✚ **Cartera de clientes**

Indica la evolución de la cartera de clientes en un periodo determinado. Se calcula:

$$\text{Cartera de clientes} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de clientes actuales}}{\text{N}^\circ \text{ de clientes anteriores}} \times 100$$

- ✚ **Nivel de actividad**

Indica el porcentaje de clientes de la cartera que realizan pedidos en un ciclo de ventas determinado. Se calcula:

$$\text{Nivel de actividad} = \frac{\text{Clientes con pedido}}{\text{Total cartera de clientes}} \times 100$$

- ✚ **Índice de morosidad**

Indica el porcentaje en valor que representan las cantidades impagadas respecto al total de facturación neta. Se calcula:

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

- ✚ **Coste de la fuerza de ventas**

Indica el porcentaje que representa el coste total de la fuerza de ventas respecto a la facturación neta conseguida. Esta ratio suele calcularse con periodicidad anual:

$$\text{Coste de fuerza de ventas} = \frac{\text{Gastos de ventas}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

Coste del departamento de marketing

Se calcula igual que el anterior reemplazando los gastos de ventas por los gastos totales correspondientes al departamento de marketing. Se calcula:

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

Índice de devoluciones

Indica el porcentaje que representan las devoluciones respecto al total de facturación bruta. Puede calcularse en unidades o en valor. Tomando como ejemplo las unidades, se calcula:

$$\text{Índice de devoluciones} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de unidades devueltas}}{\text{N}^\circ \text{ total de unidades brutas vendidas}} \times 100$$

Valor medio de pedido

Indica el valor promedio de los pedidos válidos. Se calcula:

$$\text{Valor medio de pedido} = \frac{\text{Importe de ventas netas}}{\text{N}^\circ \text{ total de pedidos válidos}} \times 100$$

Cobertura de inventario en almacén

El ideal de toda empresa es mantener el nivel mínimo de inventario en almacenes propios. El ratio de cobertura indica en qué medida la empresa se aproxima a este ideal, midiendo el número de días de venta que se pueden cumplimentar con las existencias en almacén en un momento determinado. Tomando como ejemplo el control diario, se calcula:

$$\text{Cobertura de inventario en almacén} = \frac{\text{Existencias en almacén}}{\text{Ventas diarias previstas}} \times 100$$

Ventas diarias previstas

Este es realmente el parámetro que mide el éxito de un producto. Se calcula:

Ventas al consumidor final = Inventario del producto al inicio + Compras del producto realizadas - Inventario del producto al final

4.2.7.4. Gestión financiera

El autor Terrazas Pastor (2009) corrobora que la Gestión Financiera se refiere a la actividad llevada a cabo a cabo en una organización, que implica la planificación, organización, dirección, control, supervisión y coordinación de la gestión de los recursos financieros con el propósito de generar mayores beneficios y resultados. Su objetivo principal es garantizar que la organización

funcione de manera efectiva, apoyar la toma de decisiones financieras acertadas y crear oportunidades de inversión para la organización. (pág. 4)

- **Indicadores para el área de finanzas**

Los indicadores financieros son herramientas numéricas que se emplean para medir y analizar diversos aspectos relacionados con la gestión financiera de una empresa. Estos indicadores proporcionan datos cruciales acerca de la situación financiera de la empresa y su rendimiento en términos económicos. Son fundamentales para tomar decisiones importantes y para comprender el desempeño de la empresa desde una perspectiva financiera. De acuerdo con el autor (Aching Guzmán, 2006) se muestran algunos de los indicadores financieros más comunes en el campo de las finanzas:

- **Ratio de liquidez general**

El ratio de liquidez general se calcula mediante una división entre el activo corriente y el pasivo corriente. El activo corriente es todas aquellas cuentas como caja, bancos, cuentas por cobrar, valores negociables e inventarios. Esta métrica es una de las medidas principales para evaluar la liquidez, ya que, proporciona una visión detallada de las deudas que la empresa tiene a corto plazo y que pueden ser cubiertas por los activos.

$$\text{Ratio de liquidez general} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

- **Ratio de prueba ácida**

El índice de liquidez rápida, este índice se obtiene al eliminar del activo corriente los inventarios, ofrece una medida más detallada de la capacidad de pago que tiene una empresa en un periodo corto de tiempo, esta evaluación es más rigurosa que el anterior, ya que se calcula restando el valor de inventarios del activo corriente y dividiendo este resultado entre el pasivo corriente, se excluyen los inventarios porque son aquellos activos que no se vuelven rápidamente efectivo.

$$\text{Ratio de prueba ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

- **Ratio de rotación de cartera**

Estos indicadores miden la velocidad con la que se recuperan las cuentas por cobrar. Su fin es evaluar y analizar el plazo que tienen los créditos que se otorga a los clientes y permite evaluar la eficacia de los mismos y de los cobros que se realizan, cabe mencionar que, el saldo de cuentas por cobrar no debe superar jamás el volumen de ventas cuando este valor es superior al

volumen de ventas la empresa se enfrenta con fondos inertes lo que reduce la capacidad de poder pagar deudas y también reduce su poder adquisitivo.

$$\text{Ratio de rotación de cartera} = \frac{\text{Cuentas por cobrar promedio} \times 360}{\text{Ventas}}$$

Rotación de inventarios

El índice de rotación de ayuda a medir la cantidad de tiempo que toma realizar una inversión dentro de inventarios para que los mismos se conviertan en efectivo, también proporciona información sobre en qué tiempo se renueva la inversión y en qué tiempo se vuelve a invertir nuevamente.

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Inventario Promedio} \times 360}{\text{Costo de Ventas}}$$

Endeudamiento

Esta métrica representa la proporción de los recursos que tiene una empresa y que provienen de deudas. Este ratio permite evaluar el nivel de dependencia respecto al financiamiento externo y la capacidad para cubrir las obligaciones con sus acreedores o instituciones financieras.

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Ratio capital de trabajo

El Capital de Trabajo se usa comúnmente y se define como la relación entre los Activos Corrientes y los Pasivos Corrientes. No es una razón específica en términos de un rubro dividido por otro.

El capital de trabajo es la representación de la disponibilidad que tiene una empresa después de satisfacer sus deudas u obligaciones inmediatas, se calcula realizando una resta entre los activos corrientes y pasivos corrientes, es esencialmente el dinero que la empresa tiene disponible para poder operar día a día.

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

5. Metodología

5.1. Área de estudio

El ámbito de investigación se dirigió hacia el Cantón Loja, el cual está compuesto por seis áreas urbanas y trece zonas rurales. Este cantón se ubica en la provincia de Loja, situado en la zona 7 a 2060 metros sobre el nivel del mar, con coordenadas 03° 39' 55" y 04° 30' 38" de latitud Sur (9501249 N - 9594638 N); y, 79° 05' 58" y 79° 05' 58" de longitud Oeste (661421 E -711075 E); una región importante en el sur del Ecuador.

Figura 1

Mapa del Cantón Loja



Nota. Mapa Político del cantón Loja. Imagen extraída del GAD Municipal de Loja.

5.2. Enfoque de la investigación

Se optó por un enfoque cuantitativo debido a que este estudio se basó en la medición numérica y requirió un análisis estadístico. Esto implicó la recopilación y el análisis de datos que pueden ser cuantificados de manera objetiva. La elección de este enfoque cuantitativo se realizó con el propósito de asegurar que la investigación sea imparcial, medible y sujeta a un análisis estadístico. De esta manera, se garantiza que los resultados se basen en información sólida, lo que contribuirá a obtener una comprensión precisa y fiable del estado actual del sector.

5.3. Método de investigación

Este estudio aplico un método deductivo, porque empieza desde aspectos generales como el marco teórico, hasta aspectos específicos como las conclusiones derivadas del estudio del sector. La elección del método deductivo se sustenta en la intención de analizar de manera sistemática y lógica la situación del sector. La investigación sigue una estructura lógica basada en los objetivos definidos, lo que facilita la recopilación y análisis de datos de manera coherente y fundamentada en evidencia.

5.4. Tipo de investigación

Exploratorio, ya que se centró en un tema poco investigado que carece de investigaciones previas. La recopilación de datos se llevó a cabo directamente en el sector de estudio, utilizando herramientas apropiadas para la recolección de información. El componente exploratorio permitió abordar la investigación de manera imparcial, explorando los distintos sectores.

Descriptivo, dado que su fin no era comprobar hipótesis sino alcanzar los objetivos, este tipo de investigación proporciona una especificación de las características y atributos fundamentales del sector.

La conjunción de estos tipos, tanto exploratorio como descriptivo, permitió obtener una comprensión global de la situación actual, identificar áreas críticas y proporcionar datos sólidos y conocimientos que servirán como base para la toma de decisiones fundamentadas, la formulación de políticas y el fomento del desarrollo sostenible en la región.

5.5. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, debido a que esta indagación se sustentó en análisis numéricos sin experimentación, ni se realizó modificaciones de las variables. Acogió un diseño no experimental, basado en lo que conlleva el tema y en sus respectivos objetivos, sin manejar las variables presentadas.

5.6. Técnicas

5.6.1. Encuestas

Se utilizó la encuesta como método principal de recolección de datos, por su capacidad para captar información directa y relevante de los participantes. La encuesta incluyó un total de 8 preguntas, tanto abiertas como cerradas, permitiendo así obtener una mezcla de datos cualitativos y cuantitativos. Esta metodología facilitó el análisis estadístico de las respuestas, proporcionando una visión integral de los factores clave del sector.

5.7. Instrumentos

5.7.1. Cuestionario

Para realizar la encuesta, se implementó un cuestionario estructurado, diseñado específicamente para captar información relevante sobre el sector de actividades administrativas y de apoyo en el cantón Loja. Este cuestionario incluyó 8 preguntas clave, tanto abiertas como cerradas, que permitieron recolectar datos detallados y cuantificables, esenciales para el análisis estadístico y la evaluación integral del sector.

5.8. Población

La población objeto de estudio en esta investigación fueron las empresas que operan en el sector de servicios administrativos y de apoyo. Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, en el cantón Loja se identifican 76 empresas que se dedican a estas actividades.

Tabla 6

Empresas con el código N en el cantón Loja

Número	Código	Cantón	Cantidad de Empresas
1	N7710,00	Loja	7
2	N7730,11	Loja	1
3	N7730,15	Loja	1
4	N7911,00	Loja	16
5	N7912,00	Loja	9
6	N7990,05	Loja	2
7	N8010,03	Loja	11
8	N8110,00	Loja	3
9	N8121,00	Loja	17
10	N8129, 99	Loja	1
11	N8130,21	Loja	1
12	N8230,00	Loja	1
13	N8291,01	Loja	4
14	N8291,02	Loja	1
15	N8299,03	Loja	1
Total de empresas			76

Nota. Información obtenida de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme

5.9. Procesamiento y análisis de la información

Para cumplir con el primer objetivo de la metodología, se inicia con una revisión bibliográfica detallada, lo que permitió describir las características del sector, identificar su clasificación según la CIU, así como la actividad principal que desempeña. También se estableció

el perfil del cliente típico del sector. A través de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme del Servicio de Rentas Internas, se logró medir la participación de esta actividad en relación con el total de empresas a nivel nacional, provincial y cantonal dentro del código alfabético N. Además, se realizó una clasificación de las empresas según sus activos y se elaboró un ranking basado en el tamaño, utilizando promedios de ingresos, gastos y utilidades. Los datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías fueron fundamentales para comprender la estructura financiera del sector.

En cuanto al segundo objetivo, se identificaron los factores claves de éxito de las empresas mediante una revisión de literatura relevante, lo cual facilitó la construcción de una matriz con información esencial sobre las empresas. Esta matriz fue utilizada para diseñar los instrumentos de recolección de datos y seleccionar los indicadores apropiados.

Por último, para alcanzar el tercer objetivo se aplicó una encuesta estructurada, lo que permitió recopilar información fundamental para el cálculo de los indicadores financieros y no financieros. Estos indicadores fueron promediados para reflejar con precisión la situación del sector, proporcionando una visión integral de su desempeño actual en el cantón Loja.

6. Resultados

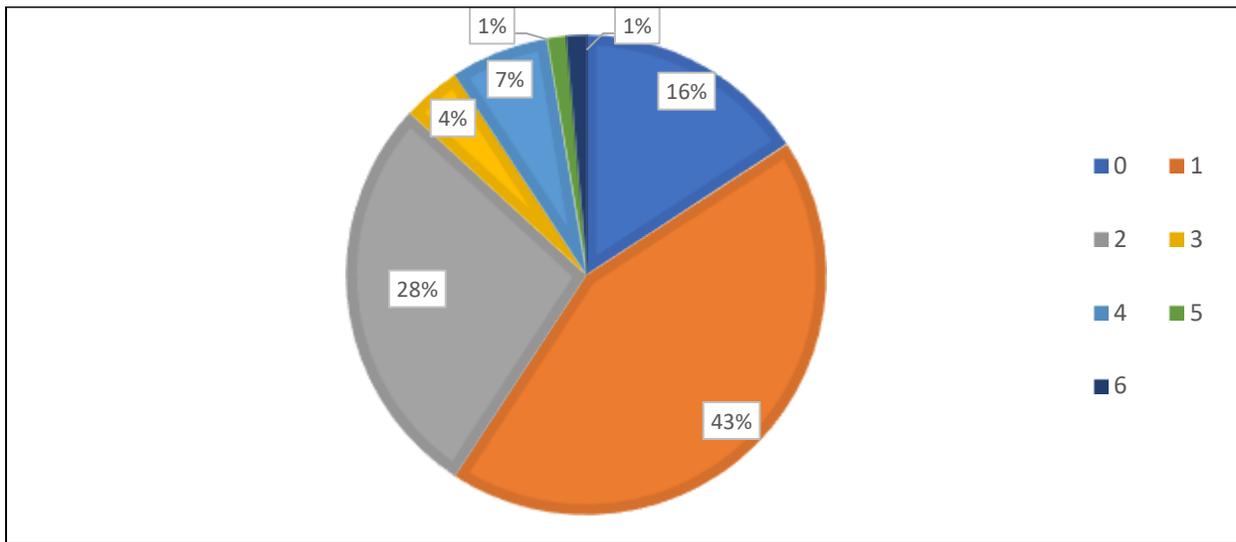
6.1. Tabulación, análisis e interpretación

A continuación, se presenta la tabulación y análisis de los datos obtenidos mediante la encuesta, para la tabulación se optó por el uso de figuras como se expone seguidamente:

¿Con qué frecuencia capacita a su personal?

Figura 2

Capacitación del personal

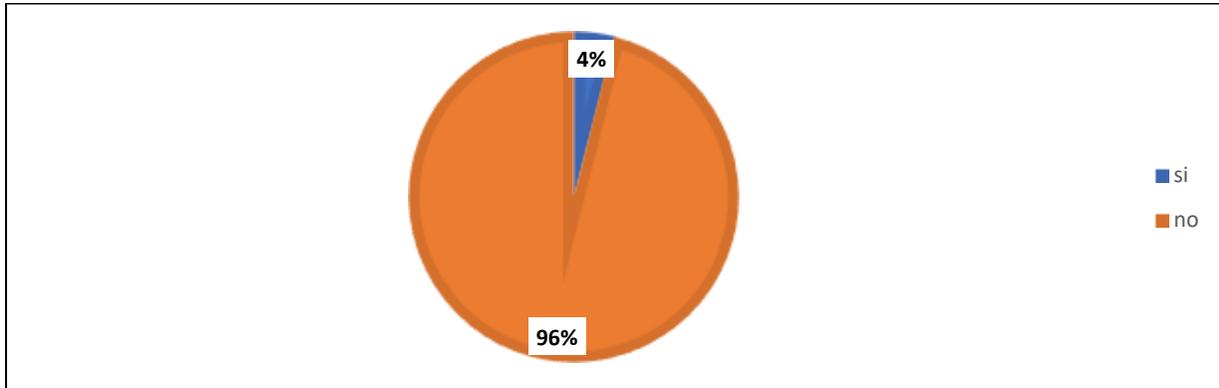


Nota. Elaborado por el autor.

En la Figura 2, se muestra la frecuencia con la que las empresas capacitan a su personal en el cantón Loja. Los resultados indican que el 16% de las empresas no capacitan a su personal, mientras que el 43% realiza una capacitación anual. Un 28% de las empresas capacitan a su personal dos veces al año, y solo un 4% lo hace tres veces. Las empresas que implementan cuatro, cinco o seis capacitaciones anuales representan el 7%, 1% y 1%, respectivamente. Estos resultados reflejan que la mayoría de las empresas no priorizan la capacitación frecuente, lo cual podría limitar el desarrollo de competencias del personal y, en consecuencia, la calidad de los servicios ofrecidos.

¿Realiza inversión en publicidad?

Figura 3
Publicidad

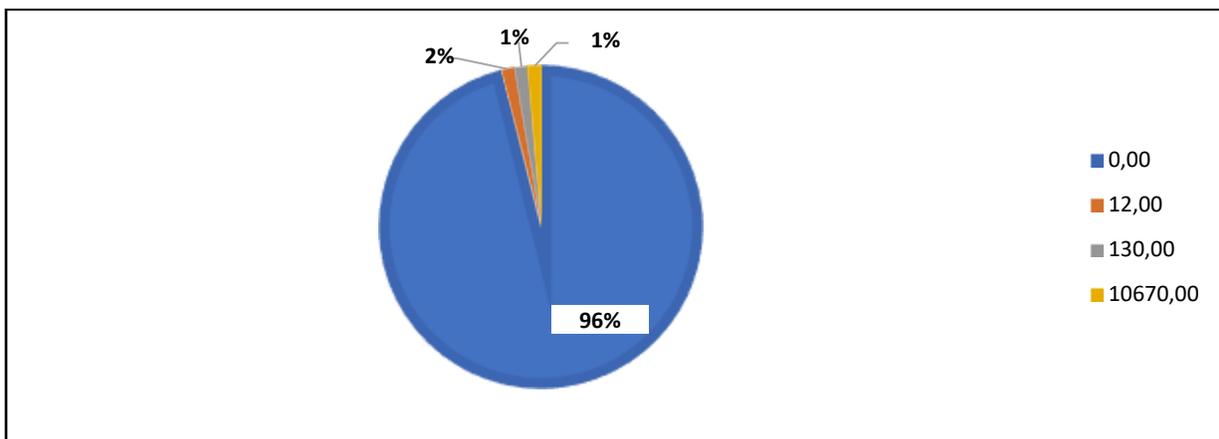


Nota. Elaborado por el autor.

En la siguiente figura, se presenta la distribución de las empresas en el cantón Loja respecto a la inversión en publicidad. Los resultados revelan que solo el 4% de las empresas invierte en publicidad, mientras que el 96% no destina recursos a esta área. Este bajo nivel de inversión sugiere que la mayoría de las empresas del sector de servicios administrativos y de apoyo dependen principalmente de otros métodos para atraer clientes, lo cual podría limitar su alcance y reconocimiento en el mercado competitivo actual.

¿Cuál es el monto que invierte en publicidad?

Figura 4
Inversión en publicidad



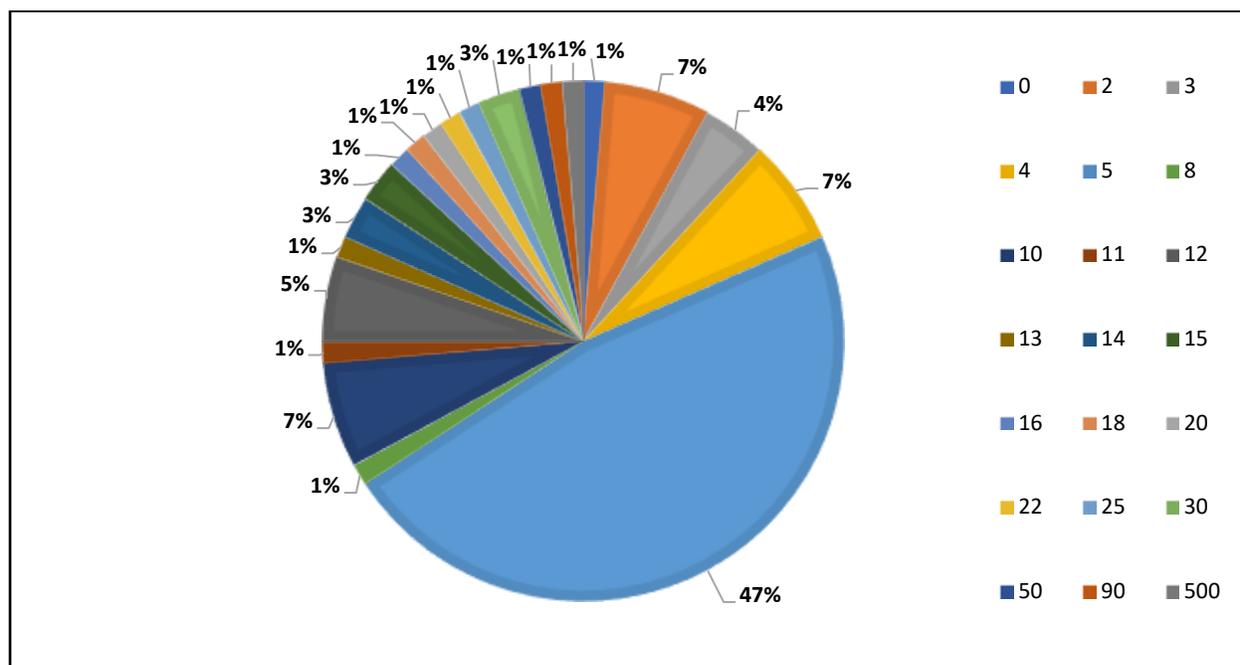
Nota. Elaborado por el autor.

En la Figura 4, se observa el monto de inversión en publicidad entre las empresas del cantón Loja. Los datos indican que el 96% de las empresas no realiza ninguna inversión en publicidad.

Un 1% de las empresas invierte aproximadamente 12 dólares al año, otro 1% destina alrededor de 130 dólares, y solo el 1% invierte una cantidad significativamente mayor, de 10,670 dólares. Esta tendencia demuestra que la mayoría de las empresas en este sector no priorizan la inversión en publicidad, lo cual podría limitar su visibilidad en el mercado y su capacidad de atraer nuevos clientes en un entorno cada vez más competitivo.

¿Cuál es el número total de servicios realizados al mes?

Figura 5
Servicios realizados al mes

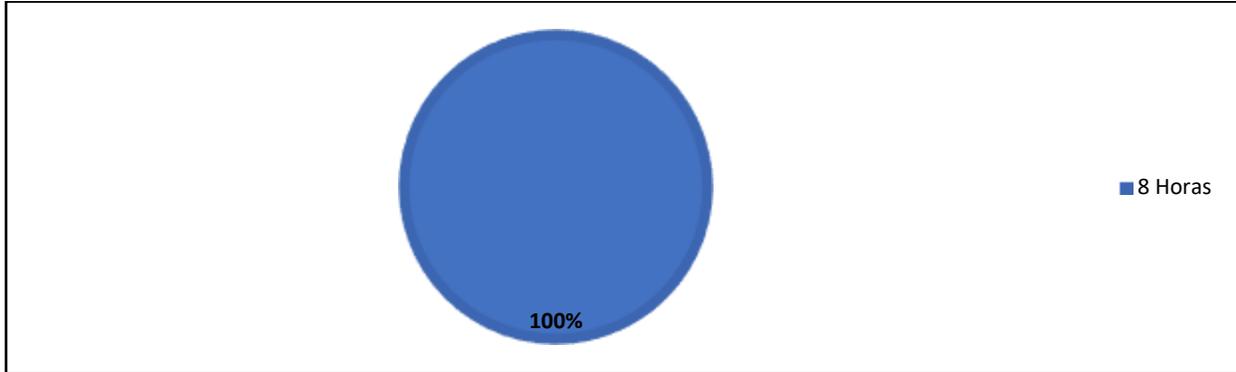


Nota. Elaborado por el autor.

En la Figura 5, se presenta el número total de servicios realizados al mes por las empresas del sector de servicios administrativos y de apoyo en el cantón Loja. Los datos muestran que el 47% de las empresas realiza aproximadamente cinco servicios al mes, siendo esta la frecuencia más común. Un 7% de las empresas reporta realizar dos, cuatro o diez servicios mensuales, mientras que un 4% realiza tres servicios. Las empresas que realizan entre doce y catorce servicios representan el 5% y el 3%, respectivamente. Los datos también reflejan una minoría de empresas (1%) que alcanza frecuencias de servicio más elevadas, como 50, 90 e incluso 500 servicios al mes. Estos resultados indican que la mayoría de las empresas se enfocan en un volumen reducido de servicios mensuales, lo cual podría sugerir una menor capacidad operativa o una estrategia de especialización en servicios específicos.

¿Cuántas horas de trabajo dedica cada empleado en el área de servicios?

Figura 6
Horas laborales

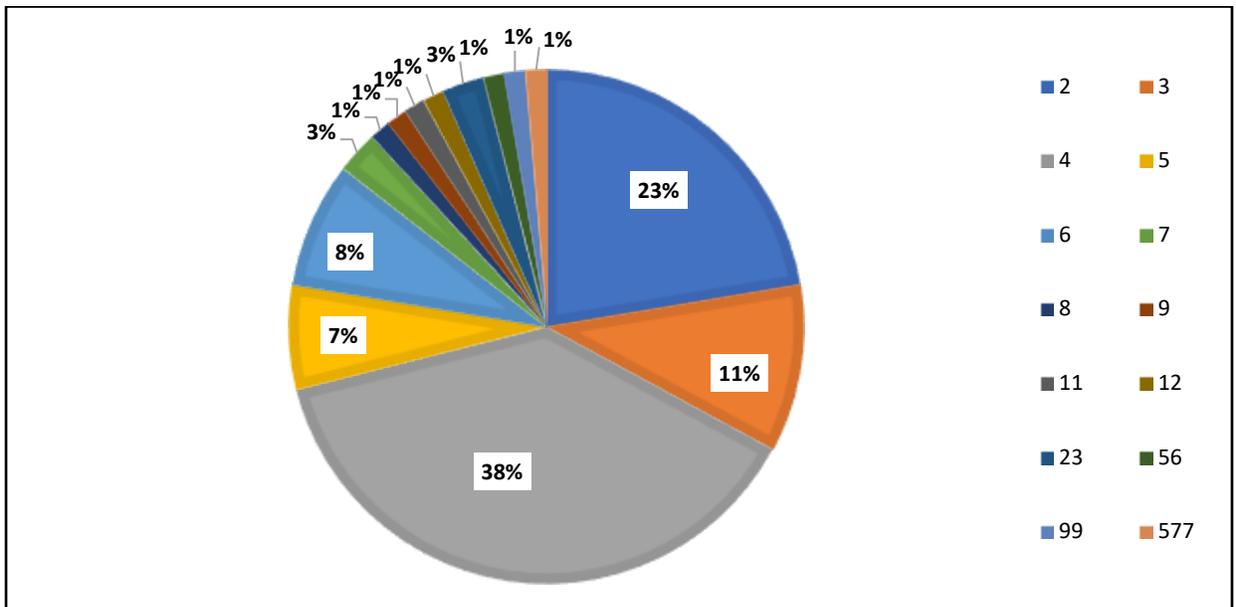


Nota. Elaborado por el autor.

Se observa el número de horas de trabajo por cada empleado en el área de servicios de las empresas del sector. Los resultados muestran que el 100% de los empleados trabaja ocho horas diarias. Este estándar de jornada laboral refleja una uniformidad en la carga horaria, alineándose con la jornada laboral regular establecida en la normativa laboral, lo cual facilita la planificación operativa y permite una mayor previsibilidad en los procesos de gestión de recursos humanos.

¿Cuántos empleados tiene la empresa?

Figura 7
Número de empleados

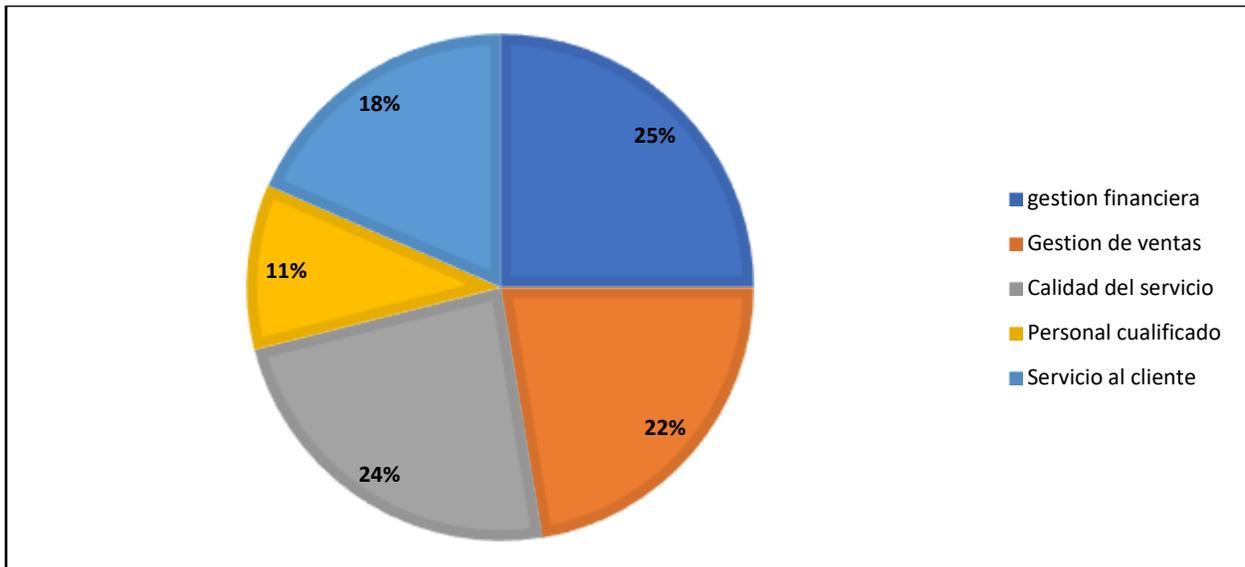


Nota. Elaborado por el autor.

En la Figura 7, se muestra la distribución del número de empleados en las empresas del sector de servicios administrativos y de apoyo en el cantón Loja. Los datos revelan que el 38% de las empresas cuenta con cuatro empleados, seguido por el 22% que tiene dos empleados y el 11% que cuenta con tres. Un 7% de las empresas emplea a cinco personas, y un 8% tiene seis empleados. Las empresas con mayor número de empleados, entre 23 y 577, representan el 3% o menos de la muestra. Este análisis sugiere que la mayoría de las empresas en el sector son de pequeña escala, lo cual podría estar relacionado con la naturaleza de sus operaciones y los recursos disponibles para la contratación.

¿Cuáles considera que son los factores claves de éxito de la empresa?

Figura 8
Factores clave de éxito



Nota. Elaborado por el autor.

En cuanto a los factores considerados clave para el éxito en el sector de servicios administrativos y de apoyo, el 25% de los encuestados destacó la gestión financiera como el aspecto más relevante, seguido de la calidad del servicio, que fue señalada por el 24% de los participantes. La gestión de ventas fue mencionada por el 22% como un elemento importante para alcanzar el éxito, mientras que el 11% destacó la importancia de contar con personal cualificado. Finalmente, el servicio al cliente fue considerado clave por el 18% de las empresas encuestadas. Estos resultados reflejan una diversidad de enfoques y prioridades que las organizaciones valoran para mejorar su competitividad en el sector.

6.2. Caracterizar el grupo de actividades de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial.

El primer objetivo, tiene como propósito caracterizar las propiedades de la actividad de servicios administrativos y de apoyo, presentar estadísticas, identificar los valores clave, los cuales serán a nivel provincial y cantonal. También se definirá el perfil del cliente.

Este estudio abarca el grupo empresarial de servicios administrativos y de apoyo, contrastando sus características, como su participación en el mercado, su categorización según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) y posibles barreras de entrada. Todos estos datos son importantes para adentrarse en el sector y poder gestionar e interactuar con el mercado.

6.2.1. Sector al que pertenece según la clasificación industrial internacional uniforme.

Según la clasificación industrial internacional Uniforme, este sector comprende diversas actividades de apoyo a actividades empresariales generales. Estas actividades difieren de las clasificadas en la sección N en que su finalidad principal no es la transferencia de conocimientos especializados.

Tabla 7

Clasificación del Sector Según el CIIU

Empresas	Código y Denominación de Actividades
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo
N77	Actividades de alquiler y arrendamiento
N7710	Alquiler de vehículos automotores
N7710.00	Actividades de alquiler con fines operativos de automóviles de pasajeros, camiones, camionetas, remolques y vehículos de recreo. (sin conductor).
N7730	Alquiler de otros tipos de maquinaria, equipo y bienes tangibles
N7730.1	Alquiler de otros tipos de maquinaria y equipo operacional por las industrias
N7730.11	Alquiler con fines operativos, sin operadores, de otros tipos de maquinaria y equipo operacional que suelen ser utilizados como bienes de capital por las industrias: motores y turbinas, máquinas herramienta, equipo de minería y de extracción de petróleo.
N7730.15	Alquiler con fines operativos de maquinaria y equipo para la construcción e ingeniería civil sin operadores: camiones grúa, andamios y plataformas de trabajo, sin montaje ni desmantelamiento.
N79	Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas
N791	Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos
N7911	Actividades de agencias de viajes
N7911.00	Actividades de las agencias de viajes dedicadas principalmente a vender servicios de viajes, de viajes organizados, de transporte y de alojamiento, al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales.

N7912	Actividades de operadores turísticos
N7912.00	Actividad de operadores turísticos que se encargan de la planificación y organización de paquetes de servicios de viajes (tours) para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos. esos viajes organizados (tours) pueden incluir la totalidad o parte de las siguientes características: transporte, alojamiento, comidas, visitas a museos, lugares históricos o culturales, espectáculos teatrales, musicales o deportivos.
N799	Otros servicios de reservas y actividades conexas
N7990.05	Actividades de promoción turística.
N80	Actividades de seguridad e investigación
N8010	Actividades de seguridad privada
N8010.03	Servicios de guardias de seguridad.
N81	Actividades de servicios a edificios y paisajismo
N8110	Actividades combinadas de apoyo a instalaciones
N8110.00	Prestación de una combinación de servicios de apoyo en las instalaciones de los clientes, como limpieza general de interiores, mantenimiento, eliminación de la basuras, seguridad y vigilancia, envío de correo, recepción, lavandería y servicios conexos, a fin de facilitar el funcionamiento de las instalaciones. las unidades clasificadas en esta clase proporcionan personal para la realización de estas actividades de apoyo, pero no participan en las actividades principales de los clientes ni son responsables de ellas.
N812	Actividad de limpieza
N8121	Limpieza general de edificios
N8121.00	Limpieza general (no especializada) de todo tipo de edificios, estudios profesionales, locales comerciales, profesionales y edificios con múltiples unidades residenciales como: oficinas, casas y departamentos, fábricas, establecimientos comerciales e instituciones. estas actividades consisten sobre todo en la limpieza de interiores, aunque pueden abarcar la limpieza de zonas exteriores conexas, como ventanas y pasadizos.
N8129	Otras actividades de limpieza de edificios e instalaciones industriales
N8129.9	Otras actividades de limpieza
N8129.99	Otras actividades de limpieza: limpieza de botellas, etcétera.
N8130	Actividades de paisajismo y servicios de mantenimiento conexos
N8130.21	Plantación, cuidado y mantenimiento de vegetación en edificios (azoteas, fachadas, patios interiores), terrenos deportivos (campos de fútbol, campos de golf, etcétera), parques infantiles, praderas para tomar el sol y otros parques de recreo.
N82	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas
N8230	Organización de convenciones y exposiciones comerciales
N8230.00	Organización, promoción y/o gestión de eventos como exposiciones comerciales o empresariales, convenciones, conferencias y reuniones, estén incluidas o no la gestión de esas instalaciones y la dotación de personal necesario para su funcionamiento.
N829	Actividades de servicios de apoyo a las empresas N.C.P
N8291	Actividades de agencias de cobro y agencias de calificación crediticia

N8291.01	Actividades de cobro de cantidades adeudadas y entrega de esos fondos a los clientes, como servicios de cobro de deudas o facturas.
N8291.02	Actividades de recopilación de información, como historiales de crédito y de empleo de personas e historiales de crédito de empresas, y suministro de esa información a instituciones financieras, empresas de venta al por menor y otras entidades que necesitan poder evaluar la solvencia de esas personas y empresas.
N8299	Otras actividades de servicios de apoyo a empresas N.C.P
N8299.03	Servicios de organización de la recaudación de fondos a cambio de una retribución o por contrata, servicios de recuperación.

Nota. Datos obtenidos de la clasificación nacional de actividades económicas, documentado elaborado por el INEC (2012).

La tabla proporciona la codificación del sector, donde la letra "N" denota la sección, seguida de dos dígitos que indican la división, tres dígitos para el grupo, cuatro dígitos para la clase, cinco dígitos para la subclase y, finalmente, seis dígitos que identifican las actividades específicas dentro de la subclase.

6.2.2. Participación del mercado

En esta sección, se ofrece un análisis de la contribución del sector administrativo y de apoyo del cantón Loja. Para determinar esta contribución, se ha calculado el porcentaje de empresas totales a nivel nacional utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Esto brinda una perspectiva sobre la posición que ocupa este sector a nivel nacional, provincial y local.

Tabla 8

Porcentaje de Participación del Sector en el cantón Loja

Descripción	Nro. De Empresas	Participación	Interpretación
Total, de empresas existentes en el CIU a nivel nacional	86 373	100%	En Ecuador, el número total de empresas registradas bajo la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU) es de 86,373, representando el 100% del total.
Empresas con el código N	5 891	6,82%	A nivel nacional, las empresas identificadas con el código "N" representan el 6,82% del total de empresas registradas.

Empresas a nivel provincial con el código N	92	0,11%	A nivel provincial las empresas con código “N” representan el 0,11% respecto del total de empresas del sector a nivel nacional.
Empresas a nivel local	76	0,09%	A nivel cantonal las organizaciones con código “N” representan el 0,09% del total de empresas del sector en la provincia.

Nota. Datos obtenidos del desglose a nivel nacional hasta el nivel local, en base al (CIU).

6.2.3. Características del sector administrativo y de apoyo

Esta división comprende la venta de servicios de viajes, de viajes organizados, de transporte y de alojamiento al público en general y a clientes comerciales y la organización de paquetes de servicios de viajes para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos u otros agentes, así como otros servicios relacionados con los viajes, como servicios de reservas. Se incluyen también las actividades de guías de turismo y las actividades de promoción turística.

6.2.4. Cuantificación del cliente

Para cuantificar los clientes potenciales en el sector de servicios administrativos y de apoyo en el cantón Loja, seguirá un enfoque basado en datos reales de fuentes oficiales como el INEC y el SRI, seguidamente

- **Proyección de la Población del Cantón Loja**

Según datos realizados por el INEC, la población del cantón Loja del 2022 fue de aproximadamente 250.028 habitantes (CENSO ECUADOR,2022).

- **Cálculo del Número de Hogares**

El tamaño promedio del hogar en Ecuador (3.2 personas por hogar), se calculó el número de hogares en Loja:

$$\frac{250.028}{3.2} = 83.343$$

- **Identificación del Número de Empresas**

Utilizando el Directorio de Empresas y Establecimientos del INEC, se evidencio el número total de empresas en el cantón Loja en 2022.

En el cantón Loja hay un aproximado de 1.143 empresas activas que depende de este sector en la ciudad.

De acuerdo con Ministerio de Inclusión Económica y Social (2019) en el cantón Loja, existen aproximadamente 20 instituciones financieras que varían de bancos a cooperativas.

- **Filtración de Empresas del Sector de Servicios Administrativos y de Apoyo**

De acuerdo con los datos del SRI y el Directorio de Empresas, se determinó que el 6.65% de empresas, pertenecen específicamente al sector de servicios administrativos y de apoyo.

$$1143 \times 6.65\% = 76 \text{ empresas}$$

- **Estimación de Clientes Potenciales**

Finalmente, se estimó el número de clientes potenciales. En donde cada empresa del sector de servicios administrativos y de apoyo tiene en promedio 40 servicios vendidos, el número total de clientes potenciales sería. Se consideran 40 servicios ya que este valor fue obtenido mediante la encuesta realizada.

$$76 \times 40 = 3040 \text{ clientes potenciales}$$

Este método facilita una estimación aproximada del número de clientes potenciales en el sector de servicios administrativos y de apoyo en el cantón Loja, manejando datos reales y proyecciones basadas en el crecimiento observado en el sector.

6.2.5. Definición del perfil del cliente

Para analizar el perfil del cliente del sector de servicios administrativos y de apoyo, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 9
Perfil del Cliente

Perfil del Cliente	Clientes que requieren servicios administrativos y de apoyo
Residentes locales	Incluye individuos que demandan servicios de este sector, como seguridad, limpieza, asistencia administrativa. 250.028 habitantes
Instituciones financieras	Abarcan bancos y cooperativas locales que requieren servicios de vigilancia, limpieza, y atención al cliente 20 instituciones

Establecimientos comerciales	Estas empresas son clientes importantes para servicios de apoyo relacionados con la gestión de vuelos y cruceros en el aeropuerto y puertos cercanos al cantón Loja. Esto incluye servicios de abastecimiento de alimentos, servicios de catering, servicios de limpieza y mantenimiento, entre otros.	1.143 empresas
Clientes potenciales	Individuos que demandan servicios ocasionales de limpieza, vigilancia o apoyo administrativo para su vida diaria o eventos específicos.	3.040 clientes

Nota. Información obtenida mediante el análisis de las encuestas.

Características del cliente

- ✚ Exigentes en cuanto a calidad: Los clientes en este sector en el cantón Loja suelen valorar altamente la calidad de los servicios prestados, incluyendo la comodidad, seguridad y satisfacción del cliente en la región.
- ✚ Orientados al servicio al cliente local: La atención al cliente específicamente para la región es fundamental en este sector en el cantón Loja. Por lo tanto, los clientes locales suelen buscar proveedores que ofrezcan un servicio eficiente, amigable y personalizado en la región.
- ✚ Flexibilidad y adaptabilidad a la región: Dada la naturaleza dinámica del sector de servicios en la región del cantón Loja, los clientes pueden requerir proveedores que sean flexibles y capaces de adaptarse a los requisitos específicos de la región.
- ✚ Interés en costos y eficiencia regional: Aunque la calidad del servicio es importante, los clientes en el cantón Loja también pueden ser sensibles a los costos y buscar proveedores que ofrezcan servicios de calidad a precios competitivos en la región.
- ✚ Valoran la transparencia regional: Los clientes en el cantón Loja valoran la transparencia en cuanto a precios, políticas de cancelación y otros aspectos relacionados con la contratación de servicios específicos para la región.

6.3. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la sección de actividades de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja, para facilitar el acopio de información primaria.

Con el fin de cumplir el objetivo 2, se identificó los factores claves de éxito de las empresas del sector de servicios administrativos y de apoyo. Al llegar a este punto, se determinó los indicadores financieros y no financieros que sirven para medir estos factores. Dichos indicadores se exponen con su respectiva definición, su fórmula y su métrica.

Teniendo en cuenta lo mencionado, esta información es base para el desarrollo del objetivo número 3.

6.3.1. Factores claves de éxito del grupo empresarial de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja.

Los factores claves de éxito para el grupo empresarial alojan varios elementos importantes que identifican el rendimiento y la viabilidad de las empresas en los sectores.

Dentro del sector se logró identificar 5 factores claves de éxito, obtenidos mediante la revisión bibliográfica o información secundaria y los diferentes medios digitales, en las cuales se realizó una revisión a los diferentes aspectos y características al sector, con el fin de distinguir los factores óptimos para la definición de sus respectivos indicadores financieros y no financieros.

Mismos que fueron corroborados mediante la encuesta realizada durante la visita a las diferentes empresas del sector del cantón Loja, considerando que existen muchos factores dentro del sector se evidencia que estos son los más importante de acuerdo a la realidad que viven las empresas. La encuesta realizada anteriormente revelo los siguientes datos de empresas que identifican cada factor clave de éxito importante para sus operaciones:

1. Gestión Financiera: El 25% de las empresas encuestadas destacaron la gestión financiera como un factor esencial, ya que resulta clave para garantizar la estabilidad económica y el crecimiento sostenible del negocio.
2. Calidad del Servicio: Un 24% de las empresas identificaron la calidad del servicio como un aspecto primordial, subrayando su importancia para satisfacer las expectativas de los clientes y mantener la competitividad en el mercado.
3. Gestión de Ventas: El 22% de las empresas resaltaron la gestión de ventas como un elemento crucial para alcanzar sus objetivos comerciales y maximizar la rentabilidad.

4. Servicio al Cliente: Un 18% de las empresas valoraron el servicio al cliente como un pilar estratégico, evidenciando la necesidad de fortalecer las relaciones con los consumidores y fomentar la fidelización.
5. Personal Cualificado: El 11% de las empresas destacaron la importancia de contar con personal cualificado, reconociendo que un equipo bien capacitado es fundamental para mejorar la eficiencia operativa y lograr metas organizacionales.

Los factores claves de éxito son:

Tabla 10
Factores Clave de Éxito del Sector

Factor	Porcentaje de aceptación	Detalle	Autores
Gestión Financiera	25%	La gestión financiera es responsable de asignar los fondos para los activos corrientes y los activos fijos y aborda aspectos empresariales vinculados con la ganancia, los costos, el flujo de efectivo y la gestión de crédito de forma que le permita tener éxito, cumpliendo la normativa.	(Terrazas Pastor, 2009)
Gestión de ventas	22%	La gestión de ventas implica la contratación, capacitación, motivación y coordinación del equipo de ventas de una organización, así como la formulación de estrategias, la orientación y la mejora de las operaciones en respuesta a los cambios del mercado y las necesidades empresariales.	(Acosta Véliz et al., 2018)
Calidad del servicio	24%	El servicio de calidad, comprende una serie de estrategias diseñadas para satisfacer a los clientes y cumplir con sus expectativas. La excelencia en el servicio	(Valls, 2007)

			promueve la lealtad del cliente y contribuye al éxito general de la empresa.
Personal Cualificado	11%	Personal que cuenta con conocimientos y habilidades específicas para realizar una tarea o trabajo, generalmente respaldados por una certificación o reconocimiento oficial.	(Asociación de academias de la lengua española, 2023)
Servicio al cliente	18%	El servicio al cliente consiste en satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor. Es fundamental ofrecer un espacio donde los clientes puedan expresar quejas, aclarar dudas y mejorar su experiencia en general.	(García, 2016)

Nota. Información recopilada de varios autores.

6.3.1.1. Indicadores de desempeño por factor clave de éxito.

Para la designación de los indicadores de desempeño organizacional, tanto financieros como no financieros, se aplicó un método meticuloso que abarcó el análisis exhaustivo de los diversos aspectos del sector administrativo y de apoyo del cantón Loja. Este proceso se fundamentó en la revisión de la literatura relevante y en el uso de una matriz de evaluación diseñada para identificar el sector organizacional, la propuesta de valor y los factores clave de éxito pertinentes.

1. Indicadores que permiten medir el factor clave de éxito: Gestión financiera

En el análisis de la gestión financiera, se examinan indicadores financieros clave como la razón de liquidez general, el ratio de endeudamiento y el capital de trabajo. Estos indicadores ofrecen una visión detallada de la estabilidad económica y la capacidad del sector para cumplir con sus obligaciones financieras. Al comprender estos indicadores, es posible identificar áreas de fortaleza y debilidad dentro de las empresas, lo que facilita el desarrollo de estrategias efectivas para mejorar su salud financiera y fomentar su crecimiento sostenible. Seguidamente, se presentan los indicadores junto con sus respectivas fórmulas de cálculo:

Tabla 11
Indicadores que Miden la Gestión Financiera.

Indicador	Objetivo	Métrica	Fórmula
Razón de liquidez general	Este indicador mide la capacidad de la empresa para satisfacer sus compromisos financieros a corto plazo. Un valor superior a 1 indica una mayor solvencia	Numérica	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$
Ratio de endeudamiento.	Evalúa la proporción de deuda en la estructura financiera de la empresa. Un valor bajo puede indicar una mayor solvencia.	Numérica	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$
Capital de trabajo	Indica la cantidad de fondos financieros disponibles para respaldar las operaciones de la empresa.	Monetaria	$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$

Nota. Indicadores que permiten medir el factor clave de éxito gestión.

2. Indicadores que permiten medir el factor clave de éxito: Gestión de ventas

Para evaluar la gestión de ventas, se utilizan indicadores como la rentabilidad de ventas y el valor medio de las ventas por empleado. Estos indicadores ofrecen una evaluación objetiva de la gestión de las ventas y la eficiencia. Al comprender estos indicadores, las empresas pueden identificar áreas de mejora en sus procesos de gestión, lo que les permite optimizar su rendimiento y satisfacer las demandas del mercado de manera más efectiva. A continuación, se describen estos indicadores en detalle:

Tabla 12
Indicadores que Miden la Gestión de Ventas

Indicador	Objetivo	Métrica	Fórmula
Rentabilidad de ventas	La rentabilidad sobre las ventas es un indicador financiero que se obtiene al dividir el beneficio de explotación entre las ventas netas.	Numérica	$\frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Ingreso por ventas}}$
Valor medio de las ventas por empleado	Es un promedio que representa el valor de los ingresos generados por una empresa por cada empleado que tiene.	Monetaria	$\frac{\text{Ingresos de ventas}}{N \text{ de trabajadores}}$

Nota. Indicadores que miden la gestión de ventas.

3. Indicadores que permiten medir el factor clave de éxito: Calidad del servicio

Para evaluar el factor clave de éxito "Calidad del servicio", se emplean métricas como Tasa de utilización de la capacidad, ratio de empleados por cliente, inversión en publicidad por cliente, inversión en publicidad por cliente. Estos indicadores ofrecen una visión completa del nivel de conocimiento y habilidades del servicio en relación con las exigencias y expectativas del negocio. Al comprender estos indicadores, las empresas pueden identificar áreas de mejora en la formación y desarrollo del servicio, lo que les permite fortalecer su capacidad para afrontar los desafíos del mercado y capitalizar las oportunidades de crecimiento de manera más eficaz. Seguidamente se describen en detalle los indicadores utilizados:

Tabla 13
Indicadores que Miden la Calidad de Servicio

Indicador	Objetivo	Métrica	Fórmula
Tasa de utilización de la capacidad	Mide la eficiencia en la utilización de los recursos productivos de una	Porcentaje	$\frac{\text{Horas de servicios prestados}}{H \text{ Laborables} \times N \text{ de trabajadores}} \times 100\%$

	empresa en relación con su capacidad máxima teórica de servicios durante un período de tiempo determinado.		
Ratio de empleados por cliente	Calcula el número de clientes atendidos por cada empleado. Una menor relación puede indicar una mayor atención personalizada y, por lo tanto, una mejor calidad de servicio.	Numérica	$\frac{N \text{ de servicios vendidos}}{N \text{ de empleados}}$
Inversión en publicidad por cliente	Mide la cantidad de recursos invertidos en publicidad por cada cliente atendido. Una menor inversión por cliente podría indicar que la empresa se enfoca más en la calidad del servicio que en la adquisición de nuevos clientes a través de la publicidad.	Monetaria	$\frac{\text{Valor de publicidad}}{N \text{ de servicios vendidos}}$

Nota. Indicadores que miden la calidad del servicio del sector

4. Indicadores que permiten medir el factor clave de éxito: Personal cualificado

La clave de éxito del personal cualificado se determina mediante indicadores como el ratio de capacitaciones del personal y la productividad por empleados. Mismos que proporcionarían una visión general de la eficiencia y desempeño del personal en la empresa. Al entender estos indicadores las empresas pueden identificar las áreas de formación y desarrollo, lo que permitirá aprovechar las diferentes oportunidades que se presenten; indicadores:

Tabla 14
Indicadores que Miden el Personal Cualificado

Indicador	Objetivo	Métrica	Fórmula
Ratio de capacitación del personal	Brinda datos acerca del grado de inversión que realiza la empresa en el desarrollo de habilidades y conocimientos de su personal.	Numérica	$\frac{\text{Capacitaciones Realizadas}}{\text{Número de empleados}}$
Productividad por empleados	Rendimiento o eficiencia de un proceso en el cual un trabajador, completa un número determinado de tareas en un período de tiempo determinado.	Monetaria	$\frac{\text{Ingresos totales}}{\text{Número de empleados}}$

Nota. Indicadores que miden al personal cualificado.

5. Indicadores que permiten medir el factor clave de éxito: Servicio al cliente

Para evaluar el factor clave de éxito "Servicio al cliente", se utilizan métricas como la tasa de atención al cliente por empleado y la productividad en el servicio al cliente. Estas métricas proporcionan una evaluación importante de la capacidad de la empresa para satisfacer las necesidades y solicitudes de sus clientes de manera eficiente y efectiva. Al comprender estas métricas, las empresas pueden identificar áreas de mejora en la prestación de servicios, lo que les permite optimizar la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones comerciales a largo plazo.

Tabla 15
Indicadores que Miden el Servicio al Cliente

Indicador	Objetivo	Métrica	Fórmula
Tasa de atención al cliente por trabajador	Mide la habilidad y eficacia de los empleados para responder a las consultas	Numérica	$\frac{\text{Horas laborables por mes}}{N \text{ de trabajadores}}$

	y solicitudes de los clientes.		
Ratio de tiempo de respuesta al cliente	Indicador que mide la eficiencia de la empresa en responder a las consultas y solicitudes de los clientes de manera oportuna.	Numérica	$\frac{\# \text{ de servicios vendidos al mes}}{\text{Total de Horas por mes}}$

Nota. Indicadores que miden el factor clave de éxito.

6.4. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector empresarial actividades de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja con información primaria y secundaria.

En base al cuestionario realizado a las 76 empresas del sector, se han recolectado datos estadísticos que representan a la industria. Primeramente, se mostrará una visión general de los resultados encuestados, después un análisis más preciso de las estadísticas, los cuales serán enfocados en la aplicación de los indicadores.

Cabe recalcar que en los apartados correspondientes se utiliza el termino empresas informantes”, con el fin de salva guardar la información de los involucrados en el sector.

6.4.1. Análisis de datos recopilados de la Superintendencia de Compañías

Una vez finalizada la encuesta a todos los involucrados se obtuvieron datos financieros, como no financieros, mismos que han sido organizados por los diferentes factores claves éxito de las organizaciones.

1. Estadísticas y promedios del sector: Gestión financiera

En este apartado se resaltan los resultados derivados de los indicadores financieros obtenidos en el estudio realizado a las 76 empresas del sector de servicios administrativos y de apoyo.

1.1. Razón de liquidez general

La razón de liquidez es un indicador financiero que mide la capacidad que tienen las empresas para afrontar las deudas a corto plazo, esta deuda se cubre con los activos corrientes. Para el cálculo se utilizó la siguiente formula:

$$\text{Razon de liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Donde:

El activo corriente es el valor de todos los activos que una empresa espera convertir en efectivo dentro de un período determinado.

El pasivo corriente es la sumatoria de todas las deudas y obligaciones que una empresa debe pagar dentro de un año.

Para calcular este indicador se divide el promedio activo corriente sobre el promedio de pasivo corriente, tal como se expone en la siguiente tabla:

Tabla 16
Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Razón de liquidez
1	5000,00	10000,00	0,50
2	8460,86	39070,00	0,22
3	17225,59	39596,78	0,44
4	2569,60	8097,39	0,32
5	900,00	100,00	9,00
6	8908,68	1570,55	5,67
7	200,00	50,00	4,00
8	400,00	150,00	2,67
9	378526,08	25000,00	15,14
10	100000,00	25000,00	4,00
11	72683,14	30616,77	2,37
12	62309,45	71482,25	0,87
13	54824,60	46704,92	1,17
14	23516,37	33825,47	0,70
15	15501,86	16670,87	0,93
16	12923,02	6037,51	2,14
17	11305,04	1000,00	11,31
18	400,00	1500,00	0,27
19	5000,00	500,00	10,00
20	1031,55	60,00	17,19
21	428,88	500,00	0,86
22	850,83	598,06	1,42
23	400,00	50,00	8,00
24	18,54	30,00	0,62
25	374,71	758,40	0,49
26	1337,01	4070,44	0,33
27	5599,77	1000,00	5,60

28	6732,95	6319,89	1,07
29	5143,72	750,00	6,86
30	4394,37	500,00	8,79
31	4184,59	1085,15	3,86
32	2717,53	2317,53	1,17
33	477,79	50,00	9,56
34	90,00	10,00	9,00
35	1000,00	250,00	4,00
36	1000,00	120,00	8,33
37	2021024,91	1847533,84	1,09
38	396668,73	151767,94	2,61
39	400987,98	159088,72	2,52
40	301053,40	69962,22	4,30
41	30000,00	15000,00	2,00
42	25685,08	24878,39	1,03
43	14322,26	18695,95	0,77
44	1990,19	8622,20	0,23
45	10000,00	1650,72	6,06
46	9145,23	8526,77	1,07
47	7670,56	574,05	13,36
48	16464,81	20913,34	0,79
49	2555,69	500,00	5,11
50	1746,55	264,93	6,59
51	372241,23	68698,82	5,42
52	121556,34	79561,09	1,53
53	75000,00	50000,00	1,50
54	66549,69	41883,23	1,59
55	44722,99	116335,67	0,38
56	20100,67	16240,89	1,24
57	6090,00	1500,00	4,06
58	13025,53	5646,92	2,31
59	4145,82	18974,98	0,22
60	5,86	2000,00	0,00
61	2604,47	9668,78	0,27
62	1796,32	250,00	7,19
63	800,00	200,00	4,00
64	400,00	100,00	4,00
65	400,00	150,00	2,67
66	313,34	60,00	5,22
67	100,00	20,00	5,00
68	0,00	0,00	1,00
69	18901,41	5000,00	3,78
70	399,55	90,00	4,44
71	17059,73	10000,00	1,71

72	200,00	100,00	2,00
73	400,00	100,00	4,00
74	300,00	50,00	6,00
75	2402,92	1001,23	2,40
76	3810,50	500,00	7,62
Promedio del sector	63540,50	41204,64	1,54

Nota. Promedio del sector.

Se utilizó este indicador en el sector de servicios administrativos y de apoyo, porque las empresas suelen depender en gran medida de la estabilidad financiera y la liquidez para garantizar la prestación ininterrumpida de servicios. Muchas empresas experimentan fluctuaciones estacionales en la demanda de servicios. Tener una liquidez sólida les permite gestionar estas fluctuaciones de manera efectiva, asegurando que puedan mantener sus operaciones incluso durante períodos de baja actividad económica. Este indicador se calcula dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente.

En donde, se expone un valor promedio de 1,54 lo cual refleja que, las empresas del sector de servicios administrativos y de apoyo tienen 1,54 veces más activos corrientes que pasivos corrientes.

Siendo 46 empresas que superan el valor promedio, estas empresas tienen una razón de liquidez general mayor al promedio, lo que indica que tienen una posición financiera aún más sólida en términos de liquidez. Tienen una cantidad significativa de activos líquidos disponibles para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, lo que puede indicar una gestión financiera efectiva y prudente. Mientras que, 30 empresas están por debajo del valor promedio, estas empresas tienen una razón de liquidez general inferior a 1,54, lo que sugiere que pueden tener una posición financiera menos sólida en términos de liquidez. Pueden enfrentar desafíos para cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus activos líquidos disponibles y pueden necesitar tomar medidas para mejorar su gestión financiera y aumentar su liquidez.

1.2. Ratio de endeudamiento

La razón de endeudamiento es un indicador financiero que mide el nivel de endeudamiento de una empresa en relación con sus activos. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

Donde:

El activo total es la sumatoria de todos los recursos y propiedades que una empresa posee y controla, que espera que proporcionen beneficios futuros.

El pasivo total es igual a todas las deudas y obligaciones que una empresa debe pagar tanto a largo como a corto plazo.

Para calcular este indicador se divide el promedio de pasivos totales sobre el promedio de activos totales, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 17
Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Pasivo	Patrimonio	Ratio End.
1	112618,48	-45214,37	-2,49
2	39070,00	-2043,80	-19,12
3	74551,42	-57325,83	-1,30
4	8097,39	5269,23	1,54
5	100,00	11800,00	0,01
6	1570,55	8873,97	0,18
7	50,00	364,97	0,14
8	150,00	250,00	0,60
9	234575,50	145254,19	1,61
10	44890,66	77452,44	0,58
11	32561,87	56925,10	0,57
12	72471,09	11346,68	6,39
13	46704,92	11000,77	4,25
14	33825,47	-7673,28	-4,41
15	16670,87	-389,91	-42,76
16	6037,51	7667,96	0,79
17	1000,00	11558,40	0,09
18	11552,54	-3447,52	-3,35
19	500,00	4998,58	0,10
20	3210,00	408,09	7,87
21	6741,34	-4880,96	-1,38
22	598,06	1054,56	0,57
23	50,00	350,00	0,14
24	30,00	270,00	0,11
25	758,40	-383,69	-1,98
26	174273,23	-24230,62	-7,19
27	1000,00	6423,70	0,16
28	6319,89	413,06	15,30
29	750,00	4393,72	0,17
30	600,00	4448,65	0,13
31	1085,15	3903,87	0,28

32	2317,53	400,00	5,79
33	50,00	427,79	0,12
34	10,00	80,00	0,13
35	250,00	750,00	0,33
36	120,00	880,00	0,14
37	2350640,05	483518,80	4,86
38	151767,94	337944,76	0,45
39	283217,35	193804,61	1,46
40	69962,22	300704,86	0,23
41	24654,89	286470,49	0,09
42	37378,39	10766,78	3,47
43	18695,95	8656,43	2,16
44	19133,89	79,63	240,28
45	1650,72	8349,28	0,20
46	8526,77	618,46	13,79
47	574,05	7096,51	0,08
48	39877,15	69032,16	0,58
49	500,00	2005,69	0,25
50	264,93	1481,62	0,18
51	68698,82	322627,15	0,21
52	94568,02	108917,74	0,87
53	184834,77	8462,41	21,84
54	41883,23	41844,91	1,00
55	123450,07	-44923,10	-2,75
56	66243,70	3185,14	20,80
57	5700,00	9300,00	0,61
58	5646,92	9007,15	0,63
59	18974,98	-9366,57	-2,03
60	2000,00	6022,43	0,33
61	9717,79	-5912,39	-1,64
62	250,00	1546,32	0,16
63	200,00	600,00	0,33
64	100,00	300,00	0,33
65	150,00	250,00	0,60
66	60,00	313,34	0,19
67	20,00	80,00	0,25
68	0,00	13799,49	0,00
69	5000,00	13928,95	0,36
70	90,00	309,55	0,29
71	10000,00	30190,37	0,33
72	100,00	302,00	0,33
73	100,00	300,00	0,33
74	50,00	50,00	1,00
75	1001,23	1401,69	0,71

76	500,00	4691,00	0,11
Promedio del sector	60280,86	32357,02	1,86

Nota. Promedio del sector.

Se optó por usar este indicador porque proporciona información sobre cómo una empresa financia sus operaciones y sus activos. Es importante en el sector de servicios administrativos y de apoyo porque puede indicar la estabilidad financiera y la capacidad de la empresa para asumir deudas. Un ratio de endeudamiento equilibrado puede indicar una gestión prudente del riesgo financiero. Demasiada deuda puede aumentar el riesgo de insolvencia, mientras que muy poco endeudamiento puede limitar las oportunidades de crecimiento. Este ratio se calcula dividiendo el pasivo total entre el patrimonio.

De las 76 empresas del sector, 12 de ellas superan el valor promedio, las cuales tienen un ratio de endeudamiento mayor que 1,86 lo que indica que están financiando una mayor parte de sus operaciones con deuda en comparación con el patrimonio de los accionistas. Esto puede indicar una estrategia de crecimiento agresiva o una mayor tolerancia al riesgo financiero.

Mientras que, 64 empresas están por debajo del valor promedio, estas empresas tienen un ratio de endeudamiento inferior al promedio, lo que sugiere que están financiando una menor parte de sus operaciones con deuda en comparación con el patrimonio de los accionistas. Pueden ser percibidas como más conservadoras en términos de gestión del riesgo financiero y pueden tener una menor exposición a los riesgos asociados con la deuda.

1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo es un indicador financiero que mide la diferencia entre los activos corrientes y pasivos corrientes de una empresa, reflejando la liquidez y eficiencia operativa. La fórmula de cálculo fue la siguiente:

$$\textit{Capital de trabajo} = \textit{Activo Corriente} - \textit{Pasivo Corriente}$$

Donde:

El activo corriente es la suma total de todos los activos que una empresa espera convertir en efectivo dentro de un año.

El pasivo corriente es la sumatoria de todas las deudas y obligaciones que una empresa debe pagar dentro de un año.

Para el cálculo de este indicador se resta el promedio activo corriente menos el promedio de pasivo corriente, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 18*Forma de Cálculo del Indicador*

# Empresas	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Capital de trabajo
1	5000,00	10000,00	-5000,00
2	8460,86	39070,00	-30609,14
3	17225,59	39596,78	-22371,19
4	2569,60	8097,39	-5527,79
5	900,00	100,00	800,00
6	8908,68	1570,55	7338,13
7	200,00	50,00	150,00
8	400,00	150,00	250,00
9	378526,08	25000,00	353526,08
10	100000,00	25000,00	75000,00
11	72683,14	30616,77	42066,37
12	62309,45	71482,25	-9172,80
13	54824,60	46704,92	8119,68
14	23516,37	33825,47	-10309,10
15	15501,86	16670,87	-1169,01
16	12923,02	6037,51	6885,51
17	11305,04	1000,00	10305,04
18	400,00	1500,00	-1100,00
19	5000,00	500,00	4500,00
20	1031,55	60,00	971,55
21	428,88	500,00	-71,12
22	850,83	598,06	252,77
23	400,00	50,00	350,00
24	18,54	30,00	-11,46
25	374,71	758,40	-383,69
26	1337,01	4070,44	-2733,43
27	5599,77	1000,00	4599,77
28	6732,95	6319,89	413,06
29	5143,72	750,00	4393,72
30	4394,37	500,00	3894,37
31	4184,59	1085,15	3099,44
32	2717,53	2317,53	400,00
33	477,79	50,00	427,79
34	90,00	10,00	80,00
35	1000,00	250,00	750,00
36	1000,00	120,00	880,00
37	2021024,91	1847533,84	173491,07
38	396668,73	151767,94	244900,79
39	400987,98	159088,72	241899,26
40	301053,40	69962,22	231091,18

41	30000,00	15000,00	15000,00
42	25685,08	24878,39	806,69
43	14322,26	18695,95	-4373,69
44	1990,19	8622,20	-6632,01
45	10000,00	1650,72	8349,28
46	9145,23	8526,77	618,46
47	7670,56	574,05	7096,51
48	16464,81	20913,34	-4448,53
49	2555,69	500,00	2055,69
50	1746,55	264,93	1481,62
51	372241,23	68698,82	303542,41
52	121556,34	79561,09	41995,25
53	75000,00	50000,00	25000,00
54	66549,69	41883,23	24666,46
55	44722,99	116335,67	-71612,68
56	20100,67	16240,89	3859,78
57	6090,00	1500,00	4590,00
58	13025,53	5646,92	7378,61
59	4145,82	18974,98	-14829,16
60	5,86	2000,00	-1994,14
61	2604,47	9668,78	-7064,31
62	1796,32	250,00	1546,32
63	800,00	200,00	600,00
64	400,00	100,00	300,00
65	400,00	150,00	250,00
66	313,34	60,00	253,34
67	100,00	20,00	80,00
68	0,00	0,00	0,00
69	18901,41	5000,00	13901,41
70	399,55	90,00	309,55
71	17059,73	10000,00	7059,73
72	200,00	100,00	100,00
73	400,00	100,00	300,00
74	300,00	50,00	250,00
75	2402,92	1001,23	1401,69
76	3810,50	500,00	3310,50
Promedio del sector	63540,50	41204,64	22335,86

Nota. Promedio del sector.

El indicador capital de trabajo es fundamental porque mantiene un flujo de efectivo adecuado y asegura que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones financieras diarias, como el pago de proveedores y nóminas. Un capital de trabajo adecuado proporciona a la empresa la flexibilidad necesaria para aprovechar oportunidades de crecimiento, realizar inversiones

estratégicas y hacer frente a situaciones imprevistas sin depender en exceso de la financiación externa. El capital de trabajo se calcula restando los pasivos corrientes del activo corriente.

El sector cuenta con 76 empresas, de las cuales 11 de ellas superan el valor promedio, estas empresas tienen un capital de trabajo mayor que 22335,86 lo que indica que tienen una posición financiera más sólida en términos de liquidez y capacidad para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Esto puede ser percibido como una señal positiva de estabilidad financiera y capacidad de gestión efectiva del flujo de efectivo. Sin embargo, 65 empresas están por debajo del valor promedio, tienen un capital de trabajo inferior a 22335,86, lo que sugiere que pueden enfrentar desafíos en términos de liquidez y capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo. Pueden necesitar tomar medidas para mejorar su gestión del flujo de efectivo y su posición financiera general.

2. Estadísticas y promedios del sector: Gestión de ventas

2.1. Rentabilidad de ventas

Es un indicador financiero que mide la eficiencia de una empresa en generar beneficios a partir de sus ingresos por ventas. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Rentabilidad de ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingreso por ventas}}$$

Donde:

La utilidad neta es el beneficio que queda después de restar todos los costos, gastos operativos, impuestos y otros gastos de los ingresos totales.

El ingreso por ventas es el total de dinero recibido por la venta de bienes o servicios antes de deducir cualquier gasto.

Para calcular este indicador se divide el promedio de utilidad neta sobre el promedio de ingresos por ventas, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 19

Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Utilidad neta	Ingreso por ventas	Rentabilidad de ventas
1	252,33	0,00	0,00
2	0,00	0,00	0,00
3	0,00	0,00	0,00
4	4,05	12783,00	0,00
5	0,00	0,00	0,00
6	965,46	29256,00	0,03

7	214,97	3809,96	0,06
8	0,00	0,00	0,00
9	646,67	4254,25	0,15
10	6361,70	287243,33	0,02
11	15974,48	58092,99	0,27
12	11855,64	129231,19	0,09
13	9014,24	54535,35	0,17
14	-5941,29	12394,50	-0,48
15	2007,37	24734,66	0,08
16	1885,07	9810,48	0,19
17	11830,00	97834,13	0,12
18	-3847,52	7465,67	-0,52
19	0,00	0,00	0,00
20	-333,40	0,00	0,00
21	122,77	200,00	0,61
22	-15,19	22180,44	0,00
23	0,00	0,00	0,00
24	0,00	0,00	0,00
25	-483,69	200,00	-2,42
26	0,00	0,00	0,00
27	0,00	0,00	0,00
28	199,24	944,28	0,21
29	0,00	17000,56	0,00
30	-399,19	16796,32	-0,02
31	259,54	5133,55	0,05
32	0,00	2547,35	0,00
33	168,15	267,86	0,63
34	0,00	0,00	0,00
35	0,00	0,00	0,00
36	0,00	0,00	0,00
37	526617,77	7090519,33	0,07
38	3181,17	1227154,38	0,00
39	23859,99	2532081,65	0,01
40	0,00	578654,16	0,00
41	2496,39	0,00	0,00
42	9809,57	282643,92	0,03
43	547,86	85075,28	0,01
44	-2378,76	47748,04	-0,05
45	-1650,72	10,00	-165,07
46	-1845,02	0,00	0,00
47	-818,04	143638,34	-0,01
48	2723,12	60428,36	0,05
49	0,00	0,00	0,00
50	1121,24	24189,40	0,05
51	18941,22	252114,97	0,08

52	14437,90	645052,65	0,02
53	-5026,49	0,00	0,00
54	-325,95	117127,69	0,00
55	-6138,57	45041,72	-0,14
56	-3414,83	266007,91	-0,01
57	0,00	0,00	0,00
58	-5646,92	367,05	-15,38
59	814,38	51192,82	0,02
60	0,00	0,00	0,00
61	-619,01	21680,59	-0,03
62	0,00	0,00	0,00
63	0,00	0,00	0,00
64	0,00	0,00	0,00
65	0,00	0,00	0,00
66	0,00	0,00	0,00
67	0,00	0,00	0,00
68	-12453,62	0,00	0,00
69	0,50	0,64	0,78
70	-0,45	0,00	0,00
71	-109,17	0,00	0,00
72	0,00	0,00	0,00
73	0,00	0,00	0,00
74	0,00	0,00	0,00
75	500,80	12084,77	0,04
76	0,00	0,00	0,00
Promedio del sector	8096,92	187888,55	0,04

Nota. Promedio del sector.

La rentabilidad de ventas es importante en el sector de servicios administrativos y de apoyo porque proporciona una medida de la eficiencia con la que la empresa está utilizando sus recursos para generar beneficios a partir de sus operaciones principales. Este indicador permite a las empresas evaluar su capacidad para generar ganancias a partir de las ventas de sus servicios. Una rentabilidad de ventas saludable indica una gestión eficaz de los costos y una operación rentable. Esta rentabilidad se calcula dividiendo la utilidad neta entre los ingresos por ventas.

En este indicador, se refleja que 18 empresas superan el valor promedio, estas empresas tienen una rentabilidad de ventas mayor que 0,04, lo que indica que están generando utilidades netas a partir de sus ingresos por ventas. Esto puede ser percibido como una señal positiva de eficiencia operativa y capacidad para generar beneficios en el sector.

Mientras que, 58 empresas están por debajo del valor promedio, las cuales tienen una rentabilidad de ventas inferior a 0,04, lo que sugiere que están experimentando pérdidas netas en

relación con sus ingresos por ventas. Esto puede indicar desafíos en términos de gestión de costos, competitividad del mercado o eficiencia operativa.

Las empresas con una rentabilidad de ventas inferior al promedio pueden necesitar revisar sus estrategias comerciales y operativas para mejorar la eficiencia y maximizar la rentabilidad de sus operaciones.

2.2. Valor medio de las ventas por empleado

Es un indicador que mide la eficiencia de cada empleado en generar ingresos para la empresa, permite evaluar que tan productivos son los empleados. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$VM \text{ de ventas por empleado} = \frac{\text{Ingreso de ventas}}{N \text{ de trabajadores}}$$

Donde:

El ingreso por ventas es el total de dinero recibido por la venta d bienes o servicios antes de deducir cualquier gasto.

El número de trabajadores es la cantidad total de empleados que trabajan en la empresa durante el mismo período.

Para calcular este indicador se divide el promedio de ingresos por ventas sobre el promedio del número de trabajadores, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 20

Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Ingreso por ventas	Cant. Empleados	Valor M. Ventas Emp.
1	0	4,00	0,00
2	0	4,00	0,00
3	0	4,00	0,00
4	12783	2,00	6391,50
5	0	4,00	0,00
6	29256	2,00	14628,00
7	3809,96	4,00	952,49
8	0	2,00	0,00
9	4254,25	5,00	850,85
10	287243,33	4,00	71810,83
11	58092,99	7,00	8299,00
12	129231,19	5,00	25846,24
13	54535,35	3,00	18178,45
14	12394,5	7,00	1770,64

15	24734,66	3,00	8244,89
16	9810,48	3,00	3270,16
17	97834,13	4,00	24458,53
18	7465,67	2,00	3732,84
19	0	2,00	0,00
20	0	5,00	0,00
21	200	3,00	66,67
22	22180,44	4,00	5545,11
23	0	4,00	0,00
24	0	6,00	0,00
25	200	2,00	100,00
26	0	2,00	0,00
27	0	2,00	0,00
28	944,28	4,00	236,07
29	17000,56	3,00	5666,85
30	16796,32	4,00	4199,08
31	5133,55	3,00	1711,18
32	2547,35	6,00	424,56
33	267,86	2,00	133,93
34	0	2,00	0,00
35	0	4,00	0,00
36	0	6,00	0,00
37	7090519,33	577,00	12288,60
38	1227154,38	2,00	613577,19
39	2532081,65	2,00	1266040,83
40	578654,16	56,00	10333,11
41	0	12,00	0,00
42	282643,92	6,00	47107,32
43	85075,28	9,00	9452,81
44	47748,04	4,00	11937,01
45	10	2,00	5,00
46	0	2,00	0,00
47	143638,34	11,00	13058,03
48	60428,36	4,00	15107,09
49	0	2,00	0,00
50	24189,4	4,00	6047,35
51	252114,97	23,00	10961,52
52	645052,65	4,00	161263,16
53	0	99,00	0,00
54	117127,69	5,00	23425,54
55	45041,72	8,00	5630,22
56	266007,91	23,00	11565,56
57	0	5,00	0,00
58	367,05	3,00	122,35
59	51192,82	4,00	12798,21

60	0	4,00	0,00
61	21680,59	4,00	5420,15
62	0	4,00	0,00
63	0	2,00	0,00
64	0	4,00	0,00
65	0	4,00	0,00
66	0	4,00	0,00
67	0	6,00	0,00
68	0	4,00	0,00
69	0,64	6,00	0,11
70	0	2,00	0,00
71	0	4,00	0,00
72	0	4,00	0,00
73	0	4,00	0,00
74	0	4,00	0,00
75	12084,77	4,00	3021,19
76	0	3,00	0,00
Promedio del sector	187888,55	14	13382,88

Nota. Promedio del sector.

Este indicador es pieza clave porque proporciona información sobre la eficiencia con la que la empresa utiliza su fuerza laboral para generar ingresos por ventas. Se calcula dividiendo el ingreso de ventas entre el número de trabajadores de la empresa. Una mayor productividad por empleado puede indicar una gestión eficaz de los recursos humanos y una operación más rentable. El valor medio de las ventas por empleado también puede ayudar a las empresas a evaluar y gestionar sus costos laborales. Una baja productividad por empleado en relación con los ingresos por ventas puede indicar la necesidad de optimizar la eficiencia operativa y reducir los costos laborales.

De las 76 empresas de estudio, 11 de ellas superan el valor promedio, estas empresas tienen un valor medio de las ventas por empleado mayor que 13382,88 lo que indica que están generando más ingresos por empleado en comparación con el promedio del sector. Esto puede ser percibido como una señal positiva de eficiencia operativa y capacidad para maximizar la productividad de la fuerza laboral.

En cambio, 65 empresas están por debajo del valor promedio, estas empresas tienen un valor medio de las ventas por empleado inferior a 13382,88 lo que sugiere que están generando menos ingresos por empleado en comparación con el promedio del sector. Pueden necesitar revisar

sus procesos operativos y estrategias de gestión de recursos humanos para mejorar la productividad y la rentabilidad.

3. Estadísticas y promedios del sector: Calidad del servicio

3.1. Tasa de utilización de la capacidad

Es un indicador que mide cuán eficientemente una empresa está utilizando su capacidad laboral disponible para prestar servicios. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\textit{Tasa de utilización de la capacidad} = \frac{\textit{Horas de servicios prestados}}{\textit{H Laborables} \times \textit{N de trabajadores}} \times 100\%$$

Donde:

El número de horas servicios prestados es la cantidad total de horas en las que la empresa invierte en vender servicios durante un período determinado.

El número de horas laborables es el número total de horas disponibles que se laboran en un día.

El número de empleados es la cantidad total de empleados en la empresa.

Para calcular este indicador se divide el promedio de horas en las que se prestan servicios sobre la multiplicación del promedio de número de horas laborables por el promedio de trabajadores y este valor se multiplica para el 100%, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 21
Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	H. serv. P	H laborales	Cant. Empleados	Tasa U. Cap.
1	8	8	4	25%
2	8	8	4	25%
3	8	8	4	25%
4	8	8	2	50%
5	8	8	4	25%
6	8	8	2	50%
7	8	8	4	25%
8	8	8	2	50%
9	8	8	5	20%
10	8	8	4	25%
11	8	8	7	14%
12	8	8	5	20%
13	8	8	3	33%
14	8	8	7	14%
15	8	8	3	33%
16	8	8	3	33%

17	8	8	4	25%
18	8	8	2	50%
19	8	8	2	50%
20	8	8	5	20%
21	8	8	3	33%
22	8	8	4	25%
23	8	8	4	25%
24	8	8	6	17%
25	8	8	2	50%
26	8	8	2	50%
27	8	8	2	50%
28	8	8	4	25%
29	8	8	3	33%
30	8	8	4	25%
31	8	8	3	33%
32	8	8	6	17%
33	8	8	2	50%
34	8	8	2	50%
35	8	8	4	25%
36	8	8	6	17%
37	8	8	577	0%
38	8	8	2	50%
39	8	8	2	50%
40	8	8	56	2%
41	8	8	12	8%
42	8	8	6	17%
43	8	8	9	11%
44	8	8	4	25%
45	8	8	2	50%
46	8	8	2	50%
47	8	8	11	9%
48	8	8	4	25%
49	8	8	2	50%
50	8	8	4	25%
51	8	8	23	4%
52	8	8	4	25%
53	8	8	99	1%
54	8	8	5	20%
55	8	8	8	13%
56	8	8	23	4%
57	8	8	5	20%
58	8	8	3	33%
59	8	8	4	25%
60	8	8	4	25%

61	8	8	4	25%
62	8	8	4	25%
63	8	8	2	50%
64	8	8	4	25%
65	8	8	4	25%
66	8	8	4	25%
67	8	8	6	17%
68	8	8	4	25%
69	8	8	6	17%
70	8	8	2	50%
71	8	8	4	25%
72	8	8	4	25%
73	8	8	4	25%
74	8	8	4	25%
75	8	8	4	25%
76	8	8	3	33%
Promedio del sector	8	8	14	7%

Nota. Promedio del sector.

En el sector de servicios administrativos y de apoyo, donde el personal es un recurso fundamental, la tasa de utilización de la capacidad ayuda a las empresas a evaluar si están utilizando eficientemente su fuerza laboral para prestar servicios. Una alta tasa de utilización sugiere una eficiencia en la asignación de recursos humanos. Permite a las empresas planificar mejor sus recursos y la carga de trabajo. Una tasa de utilización baja puede indicar que hay capacidad excedente, lo que podría llevar a una revisión de la estructura del personal o la búsqueda de nuevos clientes para utilizar esa capacidad adicional.

De las 76 empresas del sector, 71 de las mismas superan el valor promedio, estas empresas tienen una tasa de utilización de la capacidad mayor que el 7%. Esto sugiere que están utilizando eficientemente su fuerza laboral para prestar servicios. Pueden estar maximizando la productividad y optimizando sus recursos humanos de manera efectiva. Mientras que, 5 empresas están por debajo del valor promedio, tienen una tasa de utilización de la capacidad inferior al 7%. Esto puede indicar que tienen capacidad excedente o que están subutilizando su fuerza laboral. Pueden necesitar revisar sus procesos de trabajo y estrategias de asignación de personal para mejorar la eficiencia y aumentar la productividad.

3.2. Ratio de empleados por cliente

Es un indicador que mide la eficiencia de los empleados en términos de la cantidad de servicios vendidos. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Ratio de empleados por cliente} = \frac{N \text{ servicios vendidos}}{N \text{ de trabajadores}}$$

Donde:

El número de servicios vendidos es la cantidad total de servicios que la empresa ha vendidos durante el mismo período.

El número de empleados es la cantidad total de empleados en la empresa.

Para calcular este indicador se divide el promedio de servicios vendidos sobre el promedio de trabajadores del sector, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 22

Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Cant. Empleados	Servicios Vendidos	Ratio Emp * Cliente
1	4	15	4
2	4	16	4
3	4	14	4
4	2	13	7
5	4	12	3
6	2	11	6
7	4	10	3
8	2	14	7
9	5	18	4
10	4	30	8
11	7	10	1
12	5	12	2
13	3	8	3
14	7	5	1
15	3	3	1
16	3	2	1
17	4	4	1
18	2	2	1
19	2	5	3
20	5	5	1
21	3	5	2
22	4	2	1
23	4	5	1
24	6	5	1
25	2	5	3
26	2	5	3
27	2	5	3
28	4	4	1

29	3	3	1
30	4	4	1
31	3	5	2
32	6	5	1
33	2	5	3
34	2	5	3
35	4	5	1
36	6	5	1
37	577	500	1
38	2	12	6
39	2	15	8
40	56	50	1
41	12	10	1
42	6	4	1
43	9	5	1
44	4	5	1
45	2	5	3
46	2	5	3
47	11	2	0
48	4	10	3
49	2	5	3
50	4	5	1
51	23	30	1
52	4	25	6
53	99	90	1
54	5	20	4
55	8	10	1
56	23	22	1
57	5	5	1
58	3	2	1
59	4	12	3
60	4	5	1
61	4	3	1
62	4	5	1
63	2	5	3
64	4	5	1
65	4	5	1
66	4	5	1
67	6	5	1
68	4	0	0
69	6	4	1
70	2	5	3
71	4	5	1
72	4	5	1

73	4	5	1
74	4	5	1
75	4	5	1
76	3	5	2
Promedio del sector	14	16	1

Nota. Promedio del sector.

Este indicador es importante en el sector de servicios administrativos y de apoyo porque ayuda a evaluar la eficiencia con la que la empresa utiliza su fuerza laboral para atender a sus clientes. Una menor cantidad de empleados por cliente puede indicar una mayor eficiencia operativa y una mejor gestión de recursos humanos. Un ratio adecuado de empleados por cliente puede influir en la calidad del servicio prestado. Un número óptimo de empleados asignados a cada cliente puede garantizar una atención personalizada y una respuesta más rápida a las necesidades del cliente. El ratio de empleados se calcula dividiendo el número de servicios vendidos entre el número de empleados.

Conociendo su forma de cálculo, se evidencia que 74 empresas superan el valor promedio, tienen un ratio de empleados por cliente mayor que 1, lo que indica que tienen una buena cantidad de empleados por cliente en comparación con el promedio. Esto sugiere que estas empresas están asignando recursos humanos adecuados para cada cliente, lo que puede resultar en una atención más personalizada. Sin, embargo, las 2 empresas restantes están por debajo del valor promedio y tienen un ratio de empleados por cliente menor que 1, lo que indica que tienen una menor cantidad de empleados por cliente en comparación con el promedio.

3.3. Inversión en publicidad por cliente

Es un indicador que mide cuanto está invirtiendo la empresa en publicidad por cada servicio vendido, este ratio es crucial para entender la eficiencia y efectividad de las campañas publicitarias en generar ventas. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Inversión en publicidad por cliente} = \frac{\text{Valor de publicidad}}{N \text{ de servicios vendidos}}$$

Donde:

El valor de publicidad es el monto invertido en campañas publicitarias durante un período específico.

El número de servicios vendidos es la cantidad total de servicios que la empresa ha vendidos durante el mismo período.

Para calcular este indicador se divide el valor promedio invertido en publicidad sobre el promedio del número de servicios vendidos, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 23
Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Publicidad	Servicios Vendidos	Inverc. Publc*Clint
1	0	15	0
2	0	16	0
3	0	14	0
4	0	13	0
5	0	12	0
6	0	11	0
7	0	10	0
8	0	14	0
9	0	18	0
10	0	30	0
11	0	10	0
12	0	12	0
13	0	8	0
14	0	5	0
15	12	3	4
16	0	2	0
17	0	4	0
18	0	2	0
19	0	5	0
20	0	5	0
21	0	5	0
22	0	2	0
23	0	5	0
24	0	5	0
25	0	5	0
26	0	5	0
27	0	5	0
28	0	4	0
29	130	3	43
30	0	4	0
31	0	5	0
32	0	5	0
33	0	5	0
34	0	5	0
35	0	5	0
36	0	5	0
37	10670	500	21

38	0	12	0
39	0	15	0
40	0	50	0
41	0	10	0
42	0	4	0
43	0	5	0
44	0	5	0
45	0	5	0
46	0	5	0
47	0	2	0
48	0	10	0
49	0	5	0
50	0	5	0
51	0	30	0
52	0	25	0
53	0	90	0
54	0	20	0
55	0	10	0
56	0	22	0
57	0	5	0
58	0	2	0
59	0	12	0
60	0	5	0
61	0	3	0
62	0	5	0
63	0	5	0
64	0	5	0
65	0	5	0
66	0	5	0
67	0	5	0
68	0	0	0
69	0	4	0
70	0	5	0
71	0	5	0
72	0	5	0
73	0	5	0
74	0	5	0
75	0	5	0
76	0	5	0
Promedio del sector	142,26	16	9

Nota. Promedio del sector.

En el sector de servicios administrativos y de apoyo, donde la competencia puede ser alta, la publicidad es crucial para destacar y promover los servicios ofrecidos. Este indicador ayuda a

las empresas a evaluar cuánto están invirtiendo en la promoción de sus servicios en relación con el número de clientes que atienden. Una inversión adecuada en publicidad puede ayudar a atraer nuevos clientes y a fidelizar a los existentes al aumentar el conocimiento de la marca y la percepción de valor de los servicios ofrecidos. Este indicador se calcula dividiendo el valor de la publicidad entre el número de servicios vendidos.

De las 76 empresas del sector, 2 superan el valor promedio, aquellas empresas tienen una inversión en publicidad por cliente mayor que 9, lo que sugiere que están invirtiendo más en la promoción de sus servicios en comparación con el promedio del sector. Esto podría indicar un enfoque estratégico en la promoción de la marca y la adquisición de clientes.

No obstante, 74 empresas están por debajo del valor promedio (con valores de 0), estas empresas no están invirtiendo en publicidad o están invirtiendo tan poco que el resultado del cálculo es 0. Esto puede indicar una falta de enfoque en la promoción de la empresa y sus servicios, lo que podría afectar su visibilidad y competitividad en el mercado.

4. Estadísticas y promedios del sector: Personal cualificado

4.1. Ratio de capacitación del personal

Es un indicador es una medida que ayuda a evaluar cuanto entrenamiento se proporciona a los empleados en relación con el tamaño de la fuerza laboral. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Ratio de capacitación} = \frac{\text{Capacitaciones Realizadas}}{\text{N de trabajadores}}$$

Donde:

Las capacitaciones realizadas representan la cantidad total de sesiones de capacitación que se lleva a cabo durante un período específico.

El número de empleados es la cantidad total de empleados en la empresa.

Para calcular este indicador se divide el promedio de capacitaciones sobre el promedio de trabajadores del sector, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 24
Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Capacitaciones	Cant. Empleados	Ratio de capacit P.
1	1	4	0,25
2	1	4	0,25
3	1	4	0,25
4	0	2	0,00

5	1	4	0,25
6	0	2	0,00
7	1	4	0,25
8	0	2	0,00
9	2	5	0,40
10	1	4	0,25
11	1	7	0,14
12	1	5	0,20
13	1	3	0,33
14	1	7	0,14
15	1	3	0,33
16	1	3	0,33
17	1	4	0,25
18	0	2	0,00
19	0	2	0,00
20	2	5	0,40
21	1	3	0,33
22	1	4	0,25
23	1	4	0,25
24	1	6	0,17
25	0	2	0,00
26	0	2	0,00
27	0	2	0,00
28	1	4	0,25
29	1	3	0,33
30	1	4	0,25
31	1	3	0,33
32	2	6	0,33
33	1	2	0,50
34	1	2	0,50
35	2	4	0,50
36	2	6	0,33
37	6	577	0,01
38	0	2	0,00
39	0	2	0,00
40	4	56	0,07
41	3	12	0,25
42	3	6	0,50
43	4	9	0,44
44	2	4	0,50
45	1	2	0,50
46	1	2	0,50
47	4	11	0,36
48	2	4	0,50
49	1	2	0,50

50	1	4	0,25
51	4	23	0,17
52	1	4	0,25
53	5	99	0,05
54	1	5	0,20
55	3	8	0,38
56	4	23	0,17
57	2	5	0,40
58	1	3	0,33
59	2	4	0,50
60	2	4	0,50
61	2	4	0,50
62	2	4	0,50
63	1	2	0,50
64	2	4	0,50
65	2	4	0,50
66	2	4	0,50
67	2	6	0,33
68	0	4	0,00
69	2	6	0,33
70	0	2	0,00
71	1	4	0,25
72	2	4	0,50
73	2	4	0,50
74	2	4	0,50
75	2	4	0,50
76	1	3	0,33
Promedio del sector	2	14	0,11

Nota. Promedio del sector.

El ratio de capacitación del personal es una medida financiera que evalúa la cantidad de capacitaciones realizadas en relación con el número total de empleados en una empresa. Se calcula dividiendo el número de capacitaciones realizadas entre el número de empleados.

En el sector donde el conocimiento y las habilidades del personal son críticos, la capacitación del personal es fundamental para desarrollar y mantener un equipo altamente competente. Este indicador ayuda a las empresas a evaluar si están invirtiendo adecuadamente en el desarrollo profesional de su personal. La capacitación continua del personal puede mejorar el desempeño individual y colectivo, lo que a su vez puede aumentar la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Por lo tanto, en el sector, 61 empresas superan el valor promedio tienen un ratio de capacitación del personal mayor que 0,11, lo que sugiere que están realizando más capacitaciones

por empleado en comparación con el promedio del sector. Esto indica un compromiso más sólido con el desarrollo del talento y la mejora continua.

Por lo tanto, las 15 empresas restantes se encuentran por debajo del valor promedio y cuentan con un ratio de capacitación del personal menor que 0,11 lo que sugiere que están realizando menos capacitaciones por empleado en comparación con el promedio del sector. Pueden necesitar revisar sus programas de capacitación y desarrollo del personal para mejorar la eficacia y la competitividad.

Las empresas que superan el valor promedio pueden beneficiarse de un personal más capacitado y competente, lo que puede conducir a una mayor eficiencia operativa, una mejor calidad del servicio y una mayor satisfacción del cliente.

4.2. Productividad por empleados

Es una métrica que ayuda a evaluar cuanto ingreso está generando cada empleado en una empresa. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Productividad por empleado} = \frac{\text{Ingresos totales}}{N \text{ de trabajadores}}$$

Donde:

Los ingresos totales representan el total de ingresos generados por la empresa durante un período determinado.

El número de empleados es la cantidad total de empleados en la empresa.

Para calcular este indicador se divide el promedio de ingresos totales sobre el promedio de trabajadores del sector, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 25

Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Ingreso Total	Cant. Empleados	Productividad por empleados
1	0	4	0,00
2	0	4	0,00
3	0	4	0,00
4	12783	2	6391,50
5	0	4	0,00
6	29256	2	14628,00
7	3809,96	4	952,49
8	0	2	0,00
9	4254,25	5	850,85
10	287243,33	4	71810,83
11	58092,99	7	8299,00

12	129231,19	5	25846,24
13	54535,35	3	18178,45
14	12394,5	7	1770,64
15	24745,3	3	8248,43
16	9813,81	3	3271,27
17	97834,13	4	24458,53
18	7465,67	2	3732,84
19	0	2	0,00
20	0	5	0,00
21	200	3	66,67
22	22180,44	4	5545,11
23	0	4	0,00
24	0	6	0,00
25	200	2	100,00
26	0	2	0,00
27	14264,77	2	7132,39
28	944,28	4	236,07
29	17000,56	3	5666,85
30	16796,32	4	4199,08
31	5133,55	3	1711,18
32	2547,35	6	424,56
33	267,86	2	133,93
34	0	2	0,00
35	0	4	0,00
36	0	6	0,00
37	7090519,33	577	12288,60
38	1227154,38	2	613577,19
39	2541545,66	2	1270772,83
40	578654,16	56	10333,11
41	0	12	0,00
42	282643,92	6	47107,32
43	85075,28	9	9452,81
44	47748,04	4	11937,01
45	10	2	5,00
46	0	2	0,00
47	143638,34	11	13058,03
48	60428,36	4	15107,09
49	0	2	0,00
50	24189,4	4	6047,35
51	252114,97	23	10961,52
52	645052,65	4	161263,16
53	0	99	0,00
54	117127,69	5	23425,54
55	45041,72	8	5630,22
56	266007,91	23	11565,56
57	0	5	0,00

58	367,05	3	122,35
59	51192,82	4	12798,21
60	0	4	0,00
61	21680,59	4	5420,15
62	0	4	0,00
63	0	2	0,00
64	0	4	0,00
65	0	4	0,00
66	0	4	0,00
67	0	6	0,00
68	0	4	0,00
69	0,64	6	0,11
70	0	2	0,00
71	0	4	0,00
72	0	4	0,00
73	0	4	0,00
74	0	4	0,00
75	22669,54	4	5667,39
76	0	3	0,00
Promedio del sector	188340,22	14	13415,05

Nota. Promedio del sector.

El indicador se obtiene dividiendo los ingresos totales entre el número de empleados. En el sector de servicios administrativos y de apoyo, donde el personal es un recurso fundamental, la productividad por empleado se vuelve esencial para evaluar la eficiencia operativa de una empresa. Una alta productividad por empleado indica una utilización eficiente de la fuerza laboral para generar ingresos, lo que a su vez está vinculado estrechamente con la rentabilidad.

Entre las 76 empresas analizadas, 11 superan la productividad promedio por empleado de 32,370.99, lo que sugiere que están generando mayores ingresos por empleado que el promedio del sector. Esto indica una alta eficiencia operativa y una posible gestión de recursos humanos y procesos comerciales más efectiva. Por otro lado, 65 empresas registran una productividad por empleado por debajo del promedio, lo que indica que están generando menos ingresos por empleado. Estas empresas podrían beneficiarse de la revisión de sus procesos y estrategias para mejorar la eficiencia operativa y aumentar la productividad de su fuerza laboral. Las empresas que se encuentran por debajo del valor promedio pueden enfrentar desafíos en términos de eficiencia operativa y rentabilidad, por lo que necesitarán implementar medidas para mejorar la productividad de su fuerza laboral y optimizar la utilización de sus recursos.

5. Estadísticas y promedios del sector: Servicio al cliente

5.1. Tasa de atención al cliente por trabajador

Es un indicador que te ayuda a entender la cantidad promedio de horas dedicadas a la atención de clientes por cada empleado durante el mes. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Tasa de atención al cliente} = \frac{\text{Horas laborables por mes}}{\text{N de trabajadores}}$$

Donde:

Las horas laborables al mes representan la cantidad total de horas que son dedicadas a la atención al cliente durante un mes.

El número de empleados es la cantidad total de empleados en la empresa.

Para calcular este indicador se divide el promedio de horas laborables por mes sobre el promedio de trabajadores del sector, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 26

Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Hor. Lab*Mes	Cant. Empleados	Tas Atención al clnt * trb
1	160	4	40
2	160	4	40
3	160	4	40
4	160	2	80
5	160	4	40
6	160	2	80
7	160	4	40
8	160	2	80
9	160	5	32
10	160	4	40
11	160	7	23
12	160	5	32
13	160	3	53
14	160	7	23
15	160	3	53
16	160	3	53
17	160	4	40
18	160	2	80
19	160	2	80
20	160	5	32
21	160	3	53
22	160	4	40
23	160	4	40

24	160	6	27
25	160	2	80
26	160	2	80
27	160	2	80
28	160	4	40
29	160	3	53
30	160	4	40
31	160	3	53
32	160	6	27
33	160	2	80
34	160	2	80
35	160	4	40
36	160	6	27
37	160	577	0
38	160	2	80
39	160	2	80
40	160	56	3
41	160	12	13
42	160	6	27
43	160	9	18
44	160	4	40
45	160	2	80
46	160	2	80
47	160	11	15
48	160	4	40
49	160	2	80
50	160	4	40
51	160	23	7
52	160	4	40
53	160	99	2
54	160	5	32
55	160	8	20
56	160	23	7
57	160	5	32
58	160	3	53
59	160	4	40
60	160	4	40
61	160	4	40
62	160	4	40
63	160	2	80
64	160	4	40
65	160	4	40
66	160	4	40
67	160	6	27
68	160	4	40

69	160	6	27
70	160	2	80
71	160	4	40
72	160	4	40
73	160	4	40
74	160	4	40
75	160	4	40
76	160	3	53
Promedio del sector	160	14	11

Nota. Promedio del sector.

La Tasa de Atención al Cliente por Trabajador es un indicador crucial en el ámbito de los servicios administrativos y de apoyo. Se obtiene al dividir las horas laborales mensuales entre el número de trabajadores.

En un contexto donde la atención al cliente es primordial, resulta vital que las empresas puedan manejar eficazmente la carga de trabajo derivada de las solicitudes de los clientes. Esta métrica se emplea porque ofrece información sobre la capacidad de la empresa para distribuir de manera adecuada sus recursos humanos y responder a las demandas del cliente de manera oportuna. Al conocer la productividad en la atención al cliente por empleado, las empresas pueden ajustar sus estrategias de personal para optimizar el uso de sus recursos humanos y asegurarse de que se asignen de manera adecuada para satisfacer las necesidades del cliente.

De las 76 empresas dentro del sector, 71 superan la media, mostrando una productividad en la atención al cliente por empleado mayor a 11. Esto sugiere que están gestionando de forma eficiente su fuerza laboral para atender las demandas del cliente, lo que puede traducirse en una atención más ágil y efectiva, impulsando así la satisfacción del cliente y la reputación empresarial. Por otro lado, 5 empresas se sitúan por debajo de la media, con una productividad en la atención al cliente por empleado inferior a 11, lo que indica posibles dificultades en la gestión de la carga de trabajo generada por las solicitudes de los clientes. Esto podría resultar en tiempos de respuesta prolongados y una atención menos eficiente, con posibles repercusiones negativas en la satisfacción del cliente y la percepción de la empresa.

5.2. Ratio de tiempo de respuesta al cliente

Es un indicador que mide la capacidad de una empresa en atender a sus clientes en relación con el número de empleados disponibles. La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$\text{Ratio de tiempo de respuesta} = \frac{\text{N de servicios vendidos}}{\text{N de empleados}}$$

Donde:

El número de servicios vendidos es la cantidad total de servicios que la empresa ha vendidos durante el mismo período.

El número de empleados es la cantidad total de empleados en la empresa.

Para calcular este indicador se divide el promedio de servicios vendidos sobre el promedio del número de trabajadores, tal como se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 27
Forma de Cálculo del Indicador

# Empresas	Servicios Vendidos	Total, de H * mes	Ratio tiempo Rst al cliente
1	15	160	9%
2	16	160	10%
3	14	160	9%
4	13	160	8%
5	12	160	8%
6	11	160	7%
7	10	160	6%
8	14	160	9%
9	18	160	11%
10	30	160	19%
11	10	160	6%
12	12	160	8%
13	8	160	5%
14	5	160	3%
15	3	160	2%
16	2	160	1%
17	4	160	3%
18	2	160	1%
19	5	160	3%
20	5	160	3%
21	5	160	3%
22	2	160	1%
23	5	160	3%
24	5	160	3%
25	5	160	3%
26	5	160	3%
27	5	160	3%
28	4	160	2%
29	3	160	2%
30	4	160	3%
31	5	160	3%

32	5	160	3%
33	5	160	3%
34	5	160	3%
35	5	160	3%
36	5	160	3%
37	500	160	100%
38	12	160	8%
39	15	160	9%
40	50	160	31%
41	10	160	6%
42	4	160	3%
43	5	160	3%
44	5	160	3%
45	5	160	3%
46	5	160	3%
47	2	160	1%
48	10	160	6%
49	5	160	3%
50	5	160	3%
51	30	160	19%
52	25	160	16%
53	90	160	56%
54	20	160	13%
55	10	160	6%
56	22	160	14%
57	5	160	3%
58	2	160	1%
59	12	160	8%
60	5	160	3%
61	3	160	2%
62	5	160	3%
63	5	160	3%
64	5	160	3%
65	5	160	3%
66	5	160	3%
67	5	160	3%
68	0	160	0%
69	4	160	3%
70	5	160	3%
71	5	160	3%
72	5	160	3%
73	5	160	3%
74	5	160	3%
75	5	160	3%

76	5	160	3%
Promedio del sector	16	160	10%

Nota. Promedio del sector.

El Ratio de Tiempo de Respuesta al Cliente es una métrica crucial en el sector de servicios administrativos y de apoyo. Se calcula dividiendo el número de servicios vendidos al mes entre el total de horas trabajadas en el mes.

Se optó por el uso de este indicador, ya que, en un mercado altamente competitivo, la satisfacción del cliente es fundamental. Un tiempo de respuesta rápido y eficiente puede mejorar la percepción del cliente sobre la empresa y fomentar la lealtad. El tiempo de respuesta al cliente puede influir en la imagen de marca de la empresa. Una respuesta rápida puede transmitir profesionalismo, confiabilidad y compromiso con el servicio al cliente. Una respuesta oportuna puede contribuir a la retención de clientes. Los clientes suelen valorar la atención rápida y eficiente, lo que puede conducir a relaciones comerciales duraderas.

De las 76 empresas pertenecientes al sector, 10 de ellas superan el valor promedio, incluso tienen un ratio de tiempo de respuesta al cliente mayor que el 10%, lo que indica que están respondiendo a las solicitudes de sus clientes en un tiempo más rápido en comparación con el promedio del sector. Esto sugiere una atención al cliente más ágil y puede resultar en una mayor satisfacción del cliente y lealtad a la marca. Pero, 66 empresas están por debajo del valor promedio, aquellas empresas tienen un ratio de tiempo de respuesta al cliente menor que el 10%, lo que sugiere que pueden estar experimentando demoras en responder a las solicitudes de sus clientes. Esto podría afectar negativamente la satisfacción del cliente y la percepción de la empresa.

7. Discusión

7.1. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector empresarial actividades de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja con información primaria y secundaria.

Para la culminación de este objetivo se realizó el análisis de los indicadores, con la información y datos obtenidos mediante las encuestas y los distintos sitios web, se establecieron los indicadores y los promedios del sector. Seguidamente, se exponen las gráficas promedio de los diferentes indicadores utilizados:

7.1.1. Estadísticas y promedios de sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en función a los indicadores

En esta sección se presentan los resultados derivados de la aplicación de diversos indicadores para el sector de servicios administrativos y de apoyo, compuesto por 76 empresas. Esta información resulta crucial para la toma de decisiones empresariales, ya que se ha calculado utilizando los indicadores previamente establecidos y los datos recopilados de las empresas del sector. Al integrar los resultados de la caracterización, el establecimiento de indicadores y el análisis estadístico, se ha desarrollado un panorama detallado sobre la situación actual y las perspectivas futuras del sector. Estos hallazgos proporcionarán una base sólida para la formulación de estrategias y políticas orientadas a optimizar el rendimiento, fomentar el desarrollo profesional y mejorar la competitividad del sector en el contexto local y regional.

7.1.1.1. Estadísticas y promedios del sector: Gestión financiera

1. Razón de liquidez general

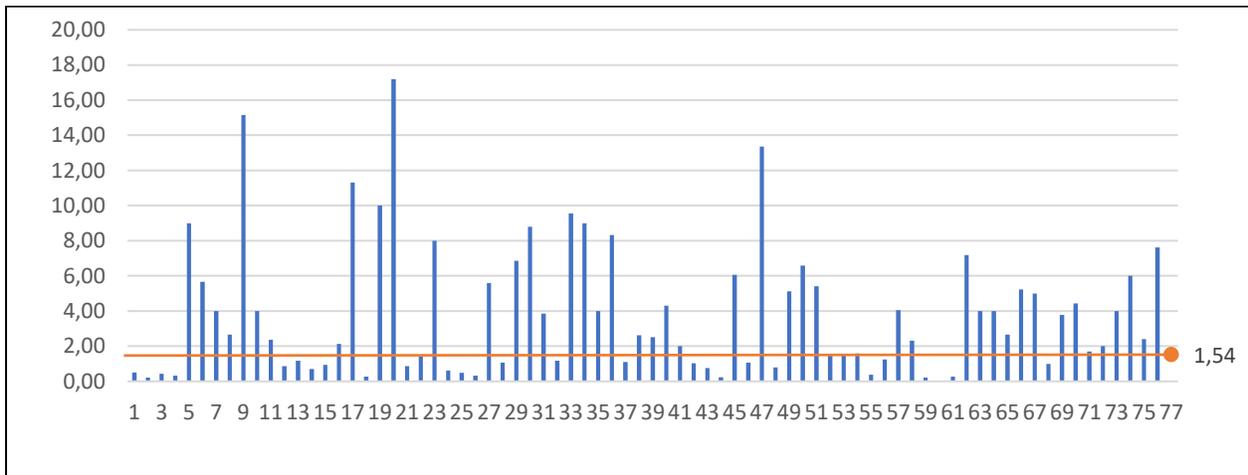
En el gráfico que ilustra la razón de liquidez general y las respectivas posiciones de cada empresa, es probable que se observe una línea promedio que representa el valor medio de esta razón para las 76 empresas analizadas. Además, se presentan líneas individuales que indican la posición de cada empresa en relación con esta línea promedio.

De las 76 empresas evaluadas, 46 superan el valor promedio. Estas compañías se sitúan por encima de la línea promedio, lo que sugiere que tienen una razón de liquidez general más elevada que el promedio del sector. Esta situación indica una posición financiera sólida, con una mayor capacidad para cumplir con las obligaciones financieras a corto plazo.

Por otro lado, 30 empresas se encuentran por debajo del valor promedio. Esta posición indica que tienen una razón de liquidez general más baja que el promedio del sector, lo que podría

señalar posibles desafíos financieros. Es posible que estas empresas necesiten tomar medidas para mejorar su liquidez y así hacer frente a sus obligaciones financieras con mayor solvencia.

Figura 9
Promedio de la Razón de Liquidez



Nota. Elaborado por el autor.

2. Ratio de endeudamiento

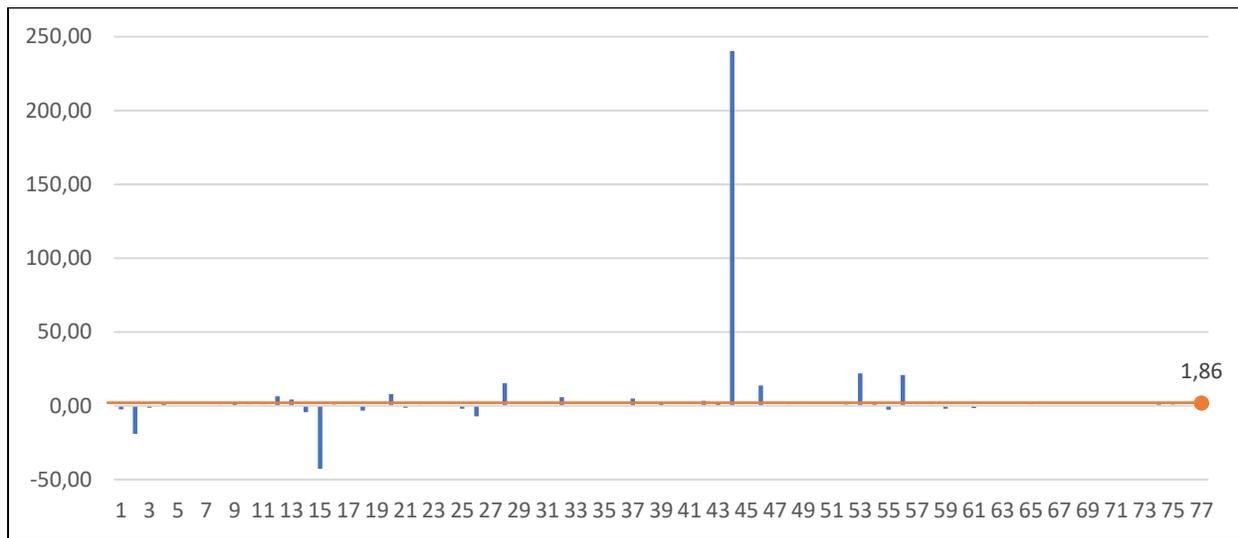
El gráfico que representa el ratio de endeudamiento y las posiciones respectivas de cada empresa seguramente mostrará una línea promedio, que refleja el valor medio del ratio de endeudamiento para las 76 empresas analizadas. Además, se observarán líneas individuales que indican la ubicación de cada empresa en relación con esta línea promedio.

Entre las 76 empresas evaluadas, 12 superan el valor promedio. Estas empresas se encuentran por encima de la línea promedio, lo que sugiere que tienen un nivel de endeudamiento mayor que el promedio del sector. Por lo tanto, es posible que estas empresas estén recurriendo a una cantidad considerable de deuda para financiar sus operaciones, lo que aumenta su riesgo financiero.

En contraste, 64 empresas se encuentran por debajo del valor promedio. Esto indica que tienen un nivel de endeudamiento inferior al promedio del sector. Esta situación podría interpretarse como una estrategia financiera más cautelosa y una menor dependencia de la deuda como fuente de financiamiento.

Figura 10

Promedio del Ratio de Endeudamiento



Nota. Elaborado por el autor.

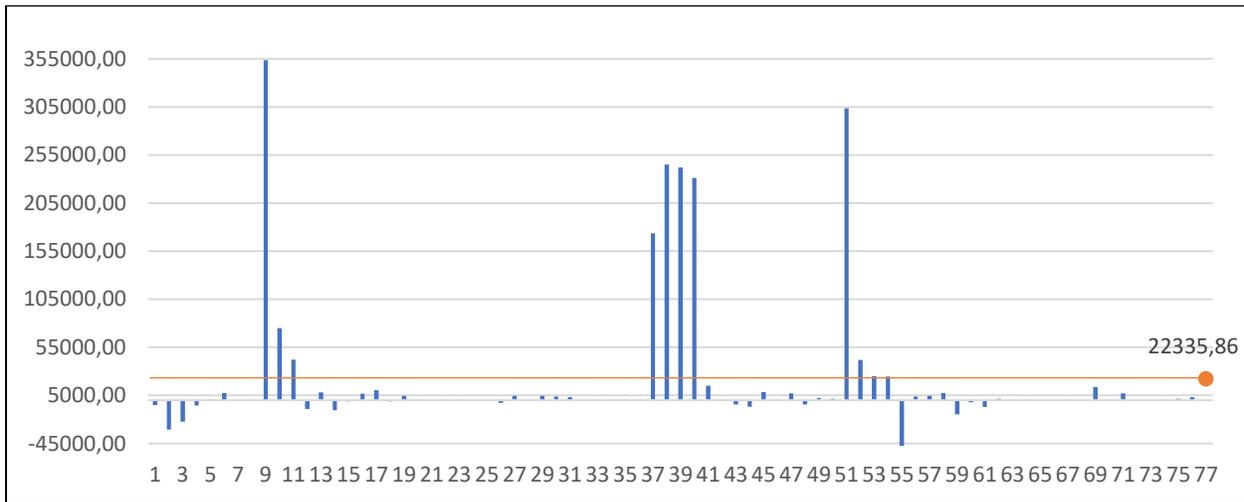
3. Capital de trabajo

La representación gráfica del capital de trabajo y las respectivas posiciones de cada empresa muestra una línea promedio, que refleja el valor medio del capital de trabajo para las 76 empresas analizadas. Además, se observan líneas individuales que señalan la ubicación de cada empresa en relación con esta línea promedio.

Sin embargo, de las 76 empresas evaluadas, 11 exceden el valor promedio. Estas compañías se sitúan por encima de la línea promedio, indicando que tienen un capital de trabajo superior al promedio del sector. Por lo tanto, es plausible que estas empresas posean una capacidad mejorada para cubrir sus obligaciones financieras a corto plazo y estén en una posición financiera más sólida.

Mientras que, 65 empresas se encuentran por debajo del valor promedio. Este hecho indica que poseen un capital de trabajo inferior al promedio del sector. Esta situación podría sugerir que estas empresas enfrentan desafíos en términos de liquidez y capacidad para hacer frente a sus obligaciones financieras a corto plazo.

Figura 11
Promedio del Capital de Trabajo



Nota. Elaborado por el autor.

7.1.1.2. Estadísticas y promedios del sector: Gestión de ventas

1. Rentabilidad de ventas

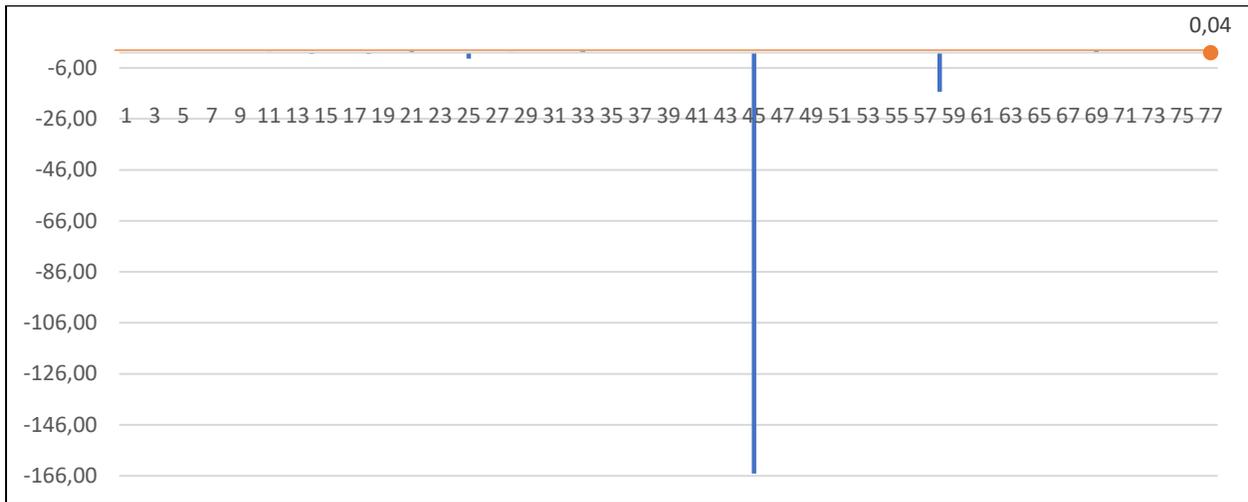
La siguiente figura muestra la rentabilidad de ventas y las respectivas posiciones de cada empresa se revela una línea promedio, la cual representa el valor medio de la rentabilidad de ventas para las 76 empresas analizadas. También se aprecian líneas individuales que indican la ubicación de cada empresa en relación con esta línea promedio.

Por ende, dentro de las 76 empresas evaluadas, 18 exceden el valor promedio. Estas compañías se sitúan por encima de la línea promedio, lo que sugiere que tienen una rentabilidad de ventas superior al promedio del sector. Esto implica que estas empresas son eficientes en la conversión de sus ingresos por ventas en ganancias, lo que posiblemente indique un sólido desempeño financiero.

En contraposición, 58 empresas se encuentran por debajo del valor promedio. Este hecho señala que tienen una rentabilidad de ventas inferior al promedio del sector. Posiblemente, estas empresas estén enfrentando desafíos en términos de eficiencia operativa y rendimiento financiero.

Figura 12

Promedio de la Rentabilidad de Ventas



Nota. Elaborado por el autor.

2. Valor medio de las ventas por empleado

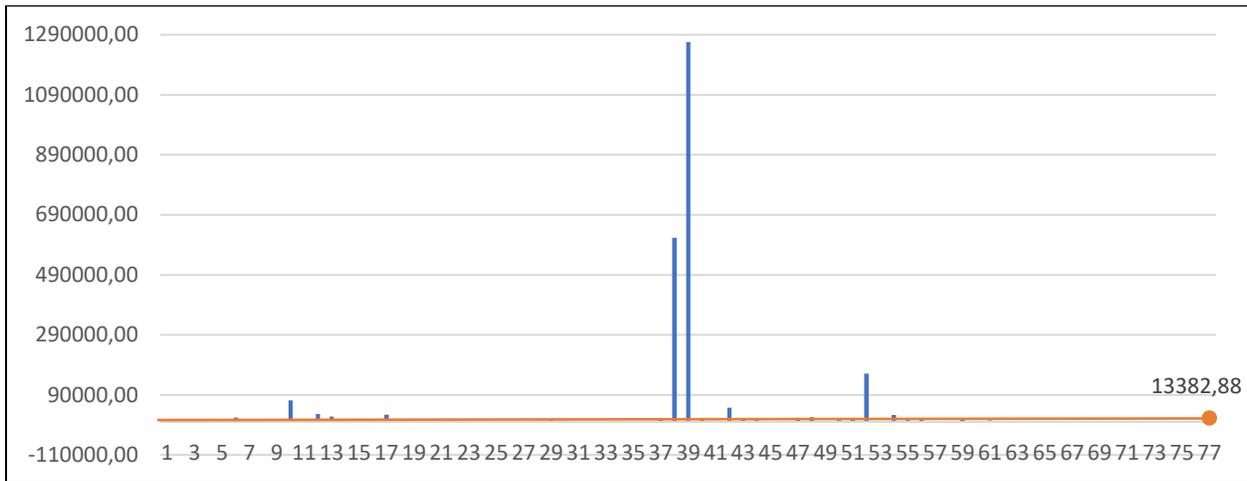
Este indicador, calcula cuántos ingresos genera cada empleado en promedio, proporciona una visión clara de cómo se están utilizando los recursos humanos de la empresa en relación con sus ventas totales. En esta figura muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, se puede observar que el valor promedio obtenido mediante la fórmula es de 13382,88. Esto significa que, en promedio, cada empleado contribuye con esta cantidad de ingresos a las ventas totales de la empresa.

Al analizar la figura, se observa que solo 11 de las 76 empresas superan el valor promedio de Valor Medio de las Ventas por Empleado, mientras que 65 empresas están por debajo de este valor. Esto sugiere que la mayoría de las empresas del conjunto están experimentando un rendimiento inferior en términos de productividad por empleado en comparación con el promedio del grupo. Las empresas que se encuentran por encima del valor promedio pueden estar gestionando de manera más eficiente sus recursos humanos y capitalizando mejor las oportunidades de venta.

Este análisis revela la importancia de optimizar la productividad de los empleados en relación con las ventas totales de la empresa. Aquellas empresas que se encuentran por debajo del valor promedio pueden considerar revisar sus estrategias de asignación de recursos humanos y capacitación para mejorar la eficiencia y la productividad en el lugar de trabajo.

Figura 13

Promedio del Valor Medio de Ventas por Empleado



Nota. Elaborado por el autor.

7.1.1.3. Estadísticas y promedios del sector: Calidad del servicio

1. Tasa de utilización de la capacidad

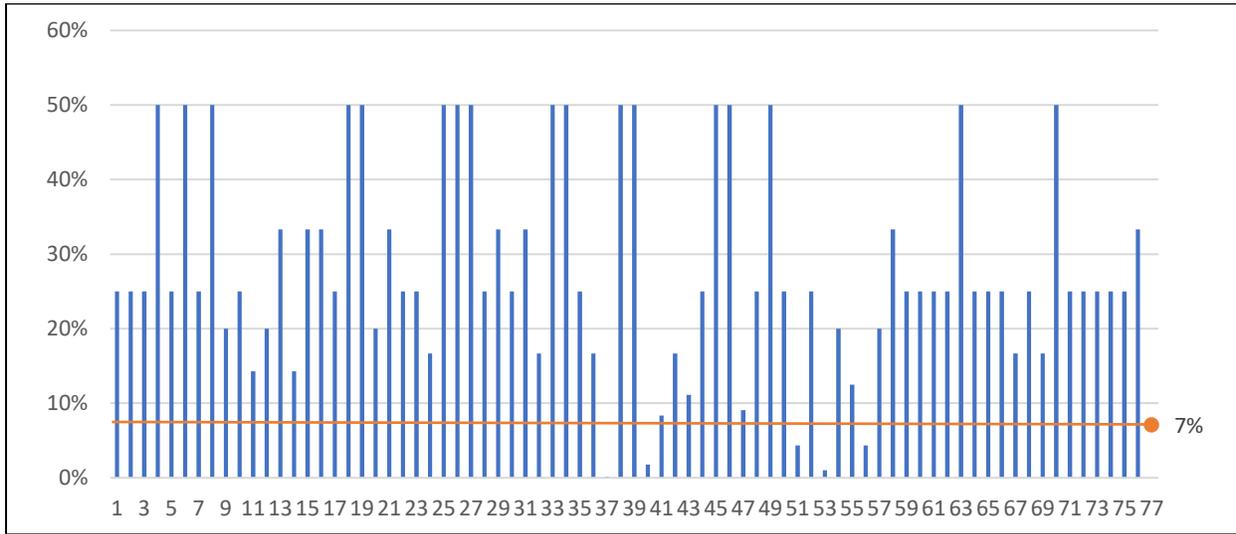
El indicador de Tasa de Utilización de la Capacidad es fundamental para comprender cómo se están utilizando los recursos de una empresa en relación con su capacidad total. Esta tasa, que se calcula dividiendo las horas de servicios prestados entre las horas laborables multiplicadas por el número de trabajadores y luego multiplicando por 100, proporciona una visión de cuánto se está aprovechando la capacidad disponible de la empresa. En una figura que muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, podemos observar que el valor promedio obtenido mediante la fórmula es del 7%.

Al analizar la figura, se puede ver que 71 empresas superan el valor promedio de Tasa de Utilización de la Capacidad, mientras que 5 empresas están por debajo de este valor. Esto sugiere que una parte de las empresas está utilizando su capacidad por debajo del promedio, lo que podría indicar una ineficiente utilización de los recursos. Por otro lado, las empresas que superan el valor promedio pueden estar maximizando eficazmente el uso de su capacidad disponible.

Este análisis resalta la importancia de optimizar la utilización de los recursos en una empresa. Aquellas empresas que están por debajo del valor promedio pueden considerar revisar sus procesos operativos y recursos humanos para aumentar la eficiencia y aprovechar al máximo su capacidad.

Figura 14

Promedio de la Tasa de Utilización de la Capacidad



Nota. Elaborado por el autor.

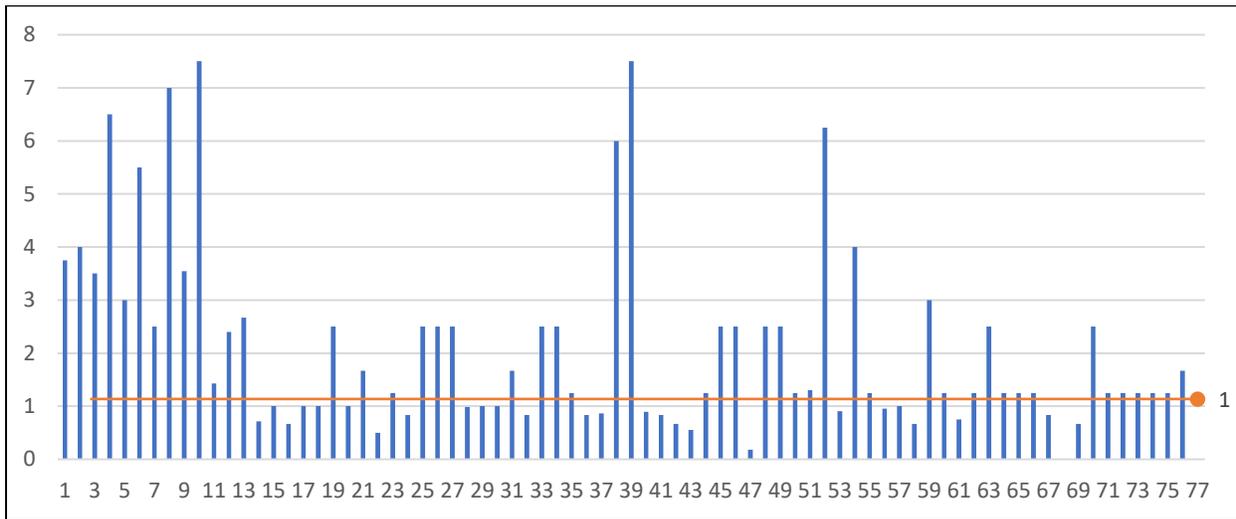
2. Ratio de empleados por cliente

Esta métrica ofrece una perspectiva directa sobre cuántos clientes son atendidos por cada empleado de la empresa. Al examinar la figura que muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, se puede observar que existe una variedad de enfoques en la gestión de la atención al cliente en el conjunto de empresas.

El análisis revela que, de las 76 empresas analizadas, 74 superan el valor promedio del Ratio de Empleados por Cliente, mientras que tan solo 2 están por debajo. Esto indica que hay empresas que están priorizando la eficiencia en la atención al cliente asignando menos empleados por cliente atendido, mientras que otras pueden estar optando por un enfoque más personalizado con una mayor asignación de recursos humanos. Esto subraya la importancia de encontrar un equilibrio entre la eficiencia operativa y la calidad del servicio al cliente para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado.

Figura 15

Promedio del Ratio de Empleados por Cliente



Nota. Elaborado por el autor.

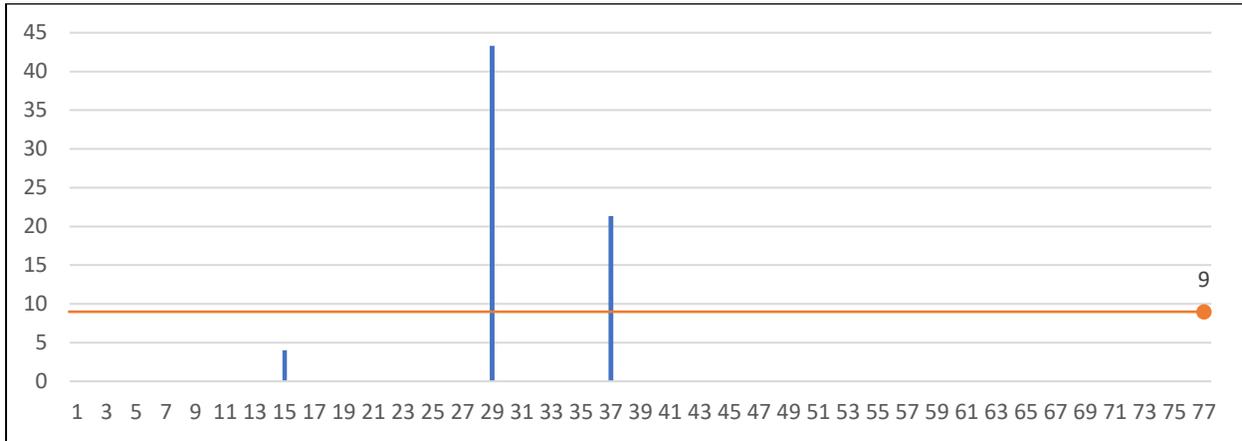
3. Inversión en publicidad por cliente

El indicador de Inversión en Publicidad por Cliente ofrece una perspectiva única sobre cómo las empresas asignan recursos para promocionar sus servicios en relación con la cantidad de clientes atendidos en el sector empresarial. Este indicador es crucial para comprender cómo las empresas gestionan sus estrategias de marketing y publicidad para atraer y retener clientes. Al observar una figura que muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, se puede apreciar la diversidad de enfoques en la inversión publicitaria dentro del grupo de empresas analizadas.

El análisis revela que solo dos de las 76 empresas superan el valor promedio de Inversión en Publicidad por Cliente, mientras que 74 están por debajo, algunas incluso con valores de inversión en publicidad igual a cero. Esto sugiere que la mayoría de las empresas en el conjunto muestran una baja inversión en publicidad por cada cliente atendido. Este hallazgo puede indicar una posible falta de recursos dedicados al marketing y la promoción, lo que puede afectar su capacidad para atraer nuevos clientes y mantener la relevancia en el mercado.

Figura 16

Promedio de la Inversión en Publicidad por Cliente



Nota. Elaborado por el autor.

7.1.1.4. Estadísticas y promedios del sector: Personal cualificado

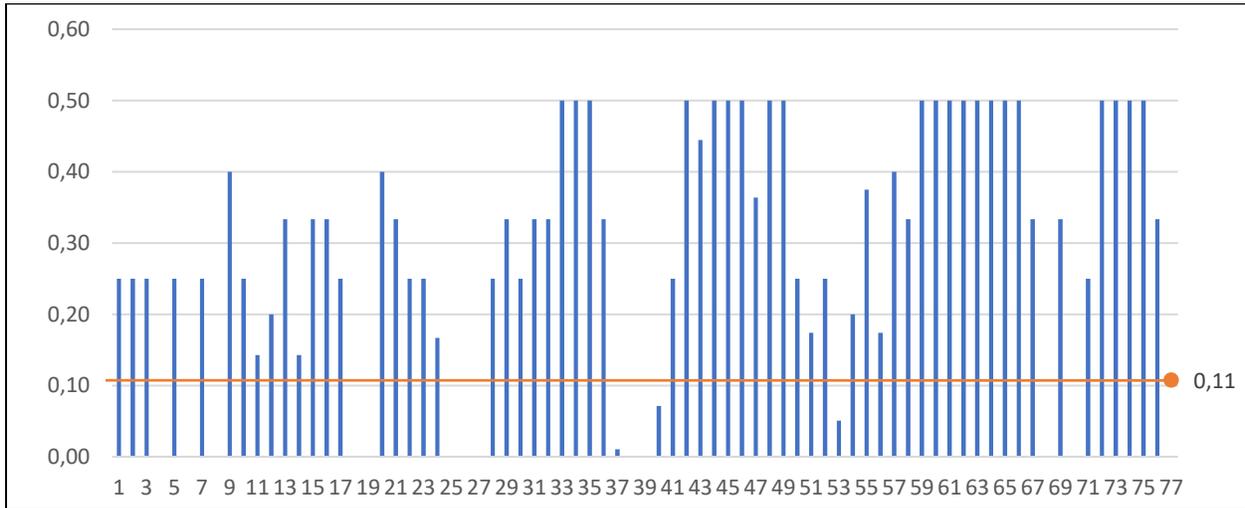
1. Ratio de capacitación del personal

El indicador del Ratio de Capacitación del Personal ofrece una perspectiva valiosa sobre cómo las empresas invierten en el desarrollo y la formación de sus empleados en el sector empresarial. Esta métrica es esencial para evaluar el compromiso de las empresas con el crecimiento profesional de su fuerza laboral. Al examinar una figura que muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, se puede apreciar la diversidad de enfoques en la capacitación del personal dentro del grupo de empresas analizadas.

El análisis revela que 61 de las 76 empresas superan el valor promedio del Ratio de Capacitación del Personal, mientras que 15 están por debajo. Esto sugiere que hay una variedad de estrategias en cuanto a la inversión en la capacitación y el desarrollo del personal en el conjunto de empresas. Aquellas que superan el valor promedio pueden estar enfocadas en mejorar las habilidades y competencias de su equipo, lo que podría conducir a un mejor desempeño y resultados empresariales.

Figura 17

Promedio del Ratio de Capacitación del Personal



Nota. Elaborado por el autor.

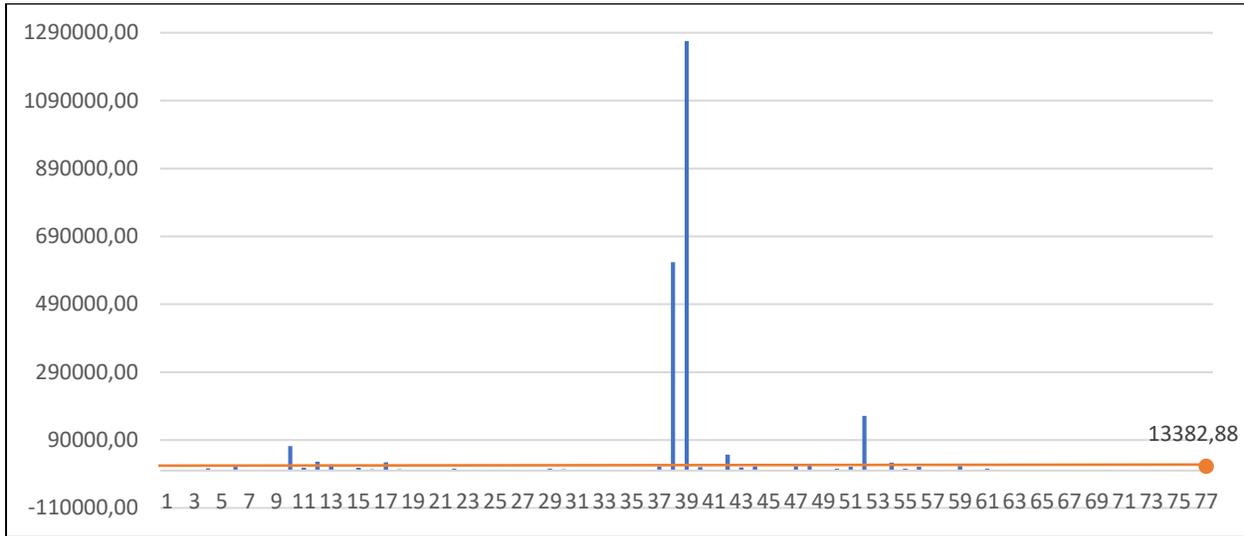
2. Productividad por empleados

El índice de Productividad por Empleados es esencial para evaluar la eficiencia y el rendimiento de una empresa en relación con su fuerza laboral en el sector empresarial. Esta métrica proporciona información valiosa sobre cuánto valor genera cada empleado en términos de ingresos totales de la empresa. Al examinar una figura que muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, podemos apreciar la variabilidad en los niveles de productividad dentro del grupo de empresas analizadas.

El valor promedio obtenido mediante la fórmula es de 13382,88, lo que sugiere que, en promedio, cada empleado contribuye con esta cantidad de ingresos totales a la empresa. Sin embargo, es notable observar que la mayoría de las empresas, específicamente 65 de las 76 analizadas, se encuentran por debajo de este valor promedio. Este hallazgo indica la existencia de una brecha significativa entre el rendimiento promedio y el rendimiento real de las empresas en términos de productividad por empleado.

Figura 18

Promedio de la Productividad por Empleado



Nota. Elaborado por el autor.

7.1.1.5. Estadísticas y promedios del sector: Servicio al cliente

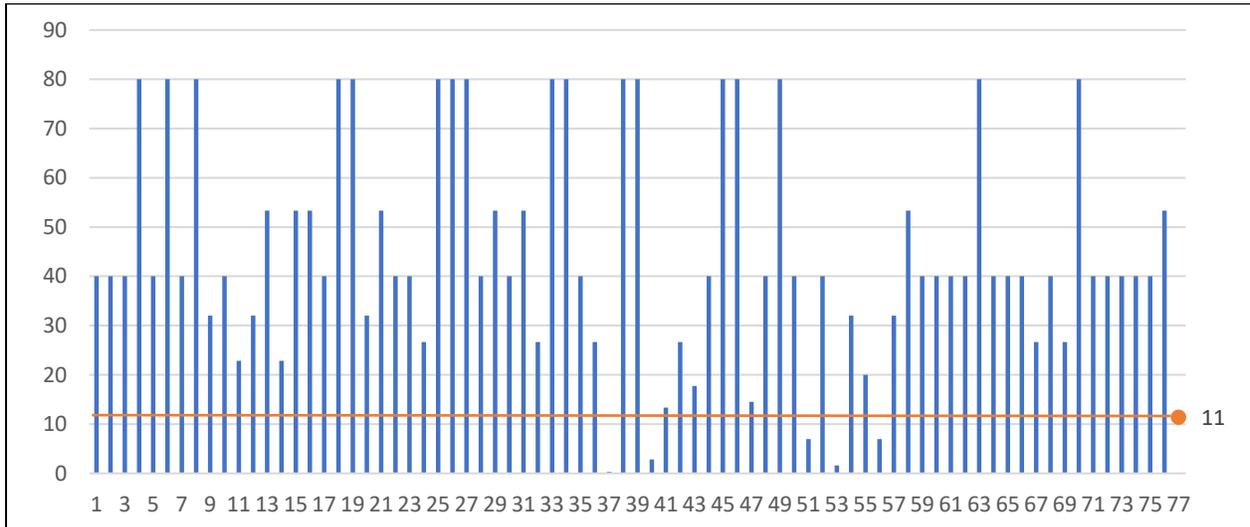
1. Tasa de atención al cliente por trabajador

La Tasa de Atención al Cliente por Trabajador es un indicador crucial para evaluar cómo las empresas manejan la carga de trabajo relacionada con la atención al cliente en el sector empresarial. Esta métrica proporciona una visión directa de la disponibilidad de los empleados para atender las necesidades y consultas de los clientes en relación con la cantidad de personal disponible. Al observar una figura que muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, se puede apreciar la variabilidad en la capacidad de las empresas para atender a sus clientes.

El valor promedio obtenido mediante la fórmula es de 71, lo que indica que en promedio cada trabajador está disponible para atender a los clientes durante 45 horas laborables al mes. Sin embargo, es notable observar que las empresas restantes, específicamente 5 de las 76, se encuentran por debajo de este valor promedio. Este hallazgo sugiere que estas empresas pueden estar experimentando dificultades para manejar eficazmente la carga de trabajo relacionada con la atención al cliente debido a una falta de disponibilidad de personal.

Figura 19

Promedio de la Tasa de Atención al Cliente



Nota. Elaborado por el autor.

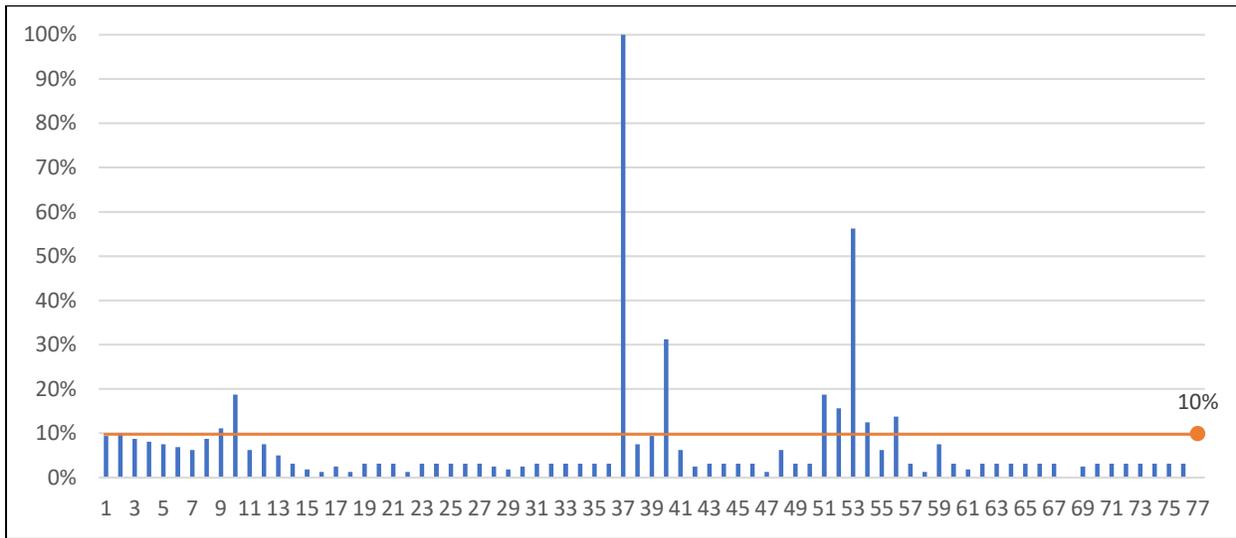
2. Ratio de tiempo de respuesta al cliente

El Ratio de Tiempo de Respuesta al Cliente es un indicador crucial que revela la eficacia y agilidad de una empresa para atender las necesidades y consultas de sus clientes en el ámbito empresarial. Este dato es esencial para comprender cómo una empresa gestiona y responde a las solicitudes de sus clientes en relación con el tiempo disponible. Al analizar una figura que muestra la línea promedio y las líneas individuales de cada empresa, podemos apreciar la diversidad en los tiempos de respuesta dentro del grupo evaluado.

El valor promedio obtenido, del 10%, refleja que, en promedio, las empresas responden a las solicitudes de los clientes en un pequeño porcentaje del tiempo total disponible. Sin embargo, resulta llamativo que más de la mitad de las empresas analizadas, específicamente 66 de las 76, se sitúen por debajo de este promedio. Esto sugiere que estas compañías pueden enfrentar dificultades para proporcionar respuestas ágiles y eficientes, lo que podría tener un impacto negativo en la satisfacción del cliente y en la percepción de la empresa.

Figura 20

Promedio del Ratio de Respuesta al Cliente



Nota. Elaborado por el autor.

Finalmente, la presente investigación ha abordado el diagnóstico sectorial del grupo empresarial de servicios administrativos y de apoyo del Cantón Loja, con el propósito de caracterizar estas actividades económicas, identificar los factores clave de éxito y establecer indicadores de desempeño empresarial pertinentes. Se discuten los hallazgos obtenidos en relación con los objetivos planteados.

La caracterización detallada del sector de servicios administrativos y de apoyo del Cantón Loja reveló una diversidad de empresas que abarcan una amplia gama de servicios, incluyendo contabilidad, consultoría, recursos humanos, servicios legales, entre otros. Se observó que la mayoría de estas empresas son de tamaño pequeño a mediano, con una estructura organizativa flexible y orientada al cliente. La competencia en el sector es significativa, con empresas que buscan diferenciarse a través de la calidad del servicio, la especialización en nichos de mercado específicos y la innovación en procesos y tecnología.

Los factores clave de éxito identificados en el sector de servicios administrativos y de apoyo en el Cantón Loja incluyen la calidad del servicio, la capacitación y el desarrollo del personal, la satisfacción del cliente, la gestión eficiente de recursos y la adaptación a los cambios del entorno empresarial. Se observó que las empresas que logran destacarse en estos aspectos tienden a ser más competitivas y rentables, ya que pueden ofrecer soluciones innovadoras y de valor agregado a sus clientes.

Los indicadores de desempeño empresarial establecidos para el sector de servicios administrativos y de apoyo en el Cantón Loja se enfocaron en áreas clave, como lo son las áreas de finanzas, operaciones, talento humano y ventas. Los indicadores proporcionaron una visión integral del rendimiento empresarial y permiten a las empresas evaluar su progreso hacia el logro de sus objetivos estratégicos.

A manera general a lo largo del proceso de investigación, se detectaron ciertas limitaciones en la realización del trabajo, particularmente en lo que respecta a la encuesta y recopilación de datos. Uno de los principales desafíos encontrados fue la falta de colaboración por parte de los propietarios de los negocios, quienes mostraron cierta oposición al no facilitar tiempo para la recolección de datos financieros, los cuales son considerados delicados. Esta circunstancia representó un obstáculo importante para obtener información precisa y completa.

El análisis de las estadísticas y los promedios del sector de servicios administrativos y de apoyo del Cantón Loja reveló tendencias interesantes en cuanto al crecimiento del mercado, la concentración de la industria y la dinámica competitiva. Se observó un aumento en la demanda de servicios especializados y una mayor competencia entre las empresas establecidas y los nuevos participantes en el mercado. Además, se identificaron áreas de oportunidad para la mejora continua, como la adopción de tecnologías emergentes y la expansión hacia nuevos segmentos de mercado.

Cabe destacar que la investigación se desarrolló con una cantidad determinada de empresas que proporcionaron la información, además el área geográfica fue óptima ya que la mayoría de las organizaciones se hallaban en el sector urbano del cantón Loja, además este tema de investigación es relativamente nuevo en el medio por lo que la cantidad de información es limitante.

Por ende, este estudio no solo ofrece una visión exhaustiva del sector de servicios administrativos y de apoyo, sino que también sienta las bases para futuras investigaciones en este ámbito. Como en el caso de este estudio, se optó por valorar diferentes investigaciones como la del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (1990) donde se evidenció que es necesario revisar los fondos de las empresas y su modus operandi, valorando y analizando el público objetivo, características, y las funciones que deben cumplir las organizaciones de acuerdo a la constitución y su marco legal. Mientras que, Osorio Gavilanes & Zambrano León (2012) exponen una falta de regulación y concentrización sobre los seguros, los costos de este servicio son altos y las ganancias que obtienen las empresas son bajas, también se evidenció que hay una baja

inversión en publicidad, lo que conlleva a un desconocimiento de los servicios ofrecidos. Los hallazgos y métodos desarrollados, pueden servir de referencia y punto de partida para investigaciones posteriores relacionadas con la economía local y el empresariado, que busquen ampliar la información acerca del sector o incluso establecer promedios y estadísticas de otro sector de la economía.

8. Conclusiones

1. En la provincia de Loja existen un total de 76 empresas que están clasificados de acuerdo con el CIU con el código “N” referentes a los servicios administrativos y de apoyo, mismos que se encuentran ubicados mayoritariamente en la zona urbana del cantón y se dedican a servicios de seguridad, de limpieza de autos, de hospedaje y turismo. Las empresas denotan una relativamente media demanda potencial, además de las familias que acceden a sus servicios. Por otro lado, las empresas no poseen una estructura financiera definida o uniforme, sin embargo, es notorio que la mayoría de empresas tienen la solvencia suficiente para cubrir sus deudas.

2. Se identificaron 5 factores de éxito en las empresas y también 13 indicadores que sirven para medir dichos factores en los cuales 3 son indicadores financieros que miden la rentabilidad, liquidez y endeudamiento y 10 indicadores no financieros los cuales miden indicadores económicos, calidad del servicio, entre otros. Es importante tener en cuenta que, si bien los indicadores financieros y no financieros, así como los factores clave de éxito, son relevantes para el sector, no son los únicos aplicables existe una amplia variedad de indicadores disponibles cuya aplicación dependerá de las necesidades específicas de cada entidad y de lo que se desea medir o controlar.

3. Los resultados promediados indican que aproximadamente el 96% de las empresas no realizan inversiones en publicidad. Sin embargo, los indicadores sugieren que invertir en publicidad es crucial, ya que puede ayudar a atraer más clientes y, por consiguiente, aumentar los ingresos de la empresa. El estudio también reveló que las organizaciones de servicios administrativos y de apoyo en el cantón Loja muestran una salud financiera generalmente adecuada, seguidamente se obtuvo el promedio en los diferentes indicadores, los cuales revelaron que el sector tiene una razón de liquidez de 1.54, por ende, el mismo tiene más activos que deudas.

9. Recomendaciones

Se sugiere a los propietarios del sector estudiado que prioricen la innovación y la calidad de sus productos para mejorar la competitividad y el desempeño empresarial. Es fundamental fortalecer los procedimientos empleados en el sector y considerar alianzas estratégicas. Además, las organizaciones deben enfocarse en satisfacer las necesidades de los clientes. Asimismo, se sugiere aumentar la inversión publicitaria, especialmente para aquellos por debajo del promedio, como una forma de aumentar la visibilidad.

De igual modo se aconseja a los gerentes de las organizaciones considerar los factores clave de éxito presentados en el trabajo y utilizar indicadores de gestión para evaluar estos aspectos. Se sugiere llevar a cabo un análisis situacional al menos una vez al año para comprender el estado de la gestión, determinar si es adecuada o necesita mejoras, aplicando los indicadores y otros criterios importantes. Esto facilitará el crecimiento de la empresa, mejorará su rentabilidad y garantizará su continuidad en el mercado.

Finalmente se propone alentar a las autoridades reguladoras pertinentes, como el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, a que revisen y actualicen regularmente la información publicada sobre las empresas del sector de servicios administrativos y de apoyo del Cantón Loja. Esto contribuirá a asegurar la coherencia y precisión de los datos financieros y facilitará el trabajo de los investigadores en estudios futuros.

10. Bibliografía

- Aching Guzmán, C. (2006). *Ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia*. Prociencia y Cultura.
- Acosta Véliz, M., Salas Narváez, L., Jiménez Cercado, M., & Guerra Tejada, A. M. (2018). *La administración de ventas*.
- Asociación de academias de la lengua española. (2023). *Diccionario de la Real Academia Española*.
- Beltrán Jaramillo, J. M. (2005). *Indicadores de gestión*. 3R Editores.
- Briceño Loaiza, J. P., & Bustamante González, D. A. (2013). DIAGNÓSTICO DEL SECTOR EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE EL ORO EN RELACIÓN A LA GESTIÓN PROVINCIA DE EL ORO EN RELACIÓN A LA GESTIÓN INGENIEROS COMERCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. *Tesis*. Universidad Nacional De Loja, Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12752/1/Juan%20Pablo%20Brice%20c3%b1o%20Loaiza%20Diego%20Armando%20Bustamante%20Gonz%20a1lez.pdf>
- Cámara de Industrias y Producción. (11 de Julio de 2023). *CIP*. Obtenido de [https://www.cip.org.ec/2023/07/11/como-esta-la-economia-actualmente-y-como-se-proyecta-hasta-finales-de-ano/#:~:text=Para%20el%20primer%20trimestre%20de,comunicaciones%20\(6%2C2%25\)](https://www.cip.org.ec/2023/07/11/como-esta-la-economia-actualmente-y-como-se-proyecta-hasta-finales-de-ano/#:~:text=Para%20el%20primer%20trimestre%20de,comunicaciones%20(6%2C2%25)).
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2012). *Nulan*. Obtenido de https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw Hill.
- CIIU . (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*.
- Cruz Lezama Osain. (2007). *Indicadores de Gestión*. Guayana.
- Cutropía, C. (2005). *Plan de marketing. Paso a paso*. Madrid: ESIC.
- Fayol, H., & Taylor, F. W. (1969). *Principios de la administración científica. Administración industrial y general*. Buenos Aires, Argentina: Ateneo. Obtenido de

https://www.academia.edu/42121492/Principios_de_la_Administraci%C3%B3n_Cientifica_Administraci%C3%B3n_Industrial_y_General

- Fernández Hernández, M., & Campiña Domínguez, G. (2010). *La empresa y su entorno*. Madrid: Editex.
- Francés, A. (2001). *Estrategia para la Empresa en América Latina*. Caracas, Venezuela: IESA.
- Frederick, D. (2017). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/sectores-economicos/>
- García, A. (2016). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- Gómez Jurado Jarrín, M. (2016). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833437>
- ILOSTAT. (2010). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de <https://ilostat.ilo.org/es/resources/concepts-and-definitions/classification-economic-activities/>
- INEC. (06 de 2012). *INEC*. Obtenido de <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (1990). *Diagnóstico sectorial agropecuario*. Guatemala: IICA.
- López Santana, E., Méndez Giraldo, G., Andrey Ávila, H., Franco, C., & Rueda Velasco, F. (17 de Junio de 2022). Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales: una revisión de la literatura. *U Distrital*, 27.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2019). *Instituciones Financieras*. Loja: MIES.
- Münch, L. (2007). *Administración: Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*. Pearson.
- Ortiz Lopez, Y. S. (2019). *Caso de estudio: análisis y diagnóstico de una empresa del sector agroindustrial peruano, propuesta de un plan estratégico*. Lima, Peru: Universidad de Lima.
- Osorio Gavilanes, A. P., & Zambrano León, C. L. (2012). *Diagnóstico del sector de microseguros en Ecuador*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Santana, L. (2022). Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales: una revisión de la literatura. *U distrital*, 27.

- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (10 de Febrero de 2017). *Servicio de Acreditación Ecuatoriano*. Obtenido de <https://www.acreditacion.gob.ec/que-son-los-codigos-ciiu/>
- SIMCORE. (2023). *Simcore*. Obtenido de <https://www.simcore.fr/es/gestion-de-flujos/gestion-de-produccion/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20producci%C3%B3n%20es,de%20materias%20en%20productos%20acabados.>
- Terrazas Pastor, R. A. (2009). *Modelo de gestión financiera para una organización*. Cochabamba, Bolivia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942159005.pdf>
- Terrazas Pastor, R. A. (23 de 7 de 2009). *MODELO DE GESTIÓN FINANCIERA PARA UNA ORGANIZACIÓN*. Cochabamba, Bolivia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942159005.pdf>
- Thompson , A., & Strickland, A. J. (2004). *Administración Estratégica*. México: McGraw Hill.
- Tiempo de Negocios. (11 de Mayo de 2017). La importancia de hacer un buen análisis sectorial. *Tiempo de Negocios*. Obtenido de <https://tiempodenegocios.com/analisis-sectorial/>
- Trebilcock, A. (2001). *Relaciones laborales y gestión de recursos humanos*. Obtenido de <https://www.insst.es/documents/94886/161958/Cap%C3%ADtulo%201.%20Relaciones%20laborales%20y%20gesti%C3%B3n%20de%20recursos%20humanos.pdf/946e8ffc-802d-42e7-8fa4-dcc514410d69?version=1.0&t=1526457532748&download=true#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20recurr>
- Valls. (2007). *Desarrollo del concepto de Calidad*.
- Vega Sánchez, D. G. (s.f.). *UNMSM Perú*. Recuperado el 2023, de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/vega_sd/cap2.pdf
- Vidal Arizabaleta, E. (2004). *Diagnóstico organizacional*. Bogotá: ECOE. Obtenido de file:///C:/Users/hp/Downloads/Libro_diagnostico_organizacional_elizabe.pdf
- Villa Cueva, J. A. (2023). Diagnóstico sectorial de la actividad venta al por mayor de artículos de ferreterías del cantón Loja. *Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciada en Finanzas*. Universidad Nacional de Loja, Loja.
- Villa Cueva, J. A. (s.f.). Diagnóstico Sectorial de la actividad venta al por mayor de artículos de ferreterías del cantón Loja. *Tesis*. Universidad Nacional de Loja, Loja.

11. Anexos

Anexo 1.

Modelo de encuesta.

Estimado/a encuestado, se está realizando una investigación con el fin de establecer y conocer los promedios del sector administrativo y de apoyo del cantón Loja, por lo que se pide de manera muy comedidamente que se digne a proporcionar la información necesaria para fines académicos. De antemano se agradece su colaboración.

Nombre de la empresa:

<p>1. ¿Con qué frecuencia capacita a su personal?</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguno</p> <p><input type="checkbox"/> 1 vez al año</p> <p><input type="checkbox"/> 2 veces al año</p> <p><input type="checkbox"/> 3 veces al año</p> <p>Otra. Indique _____</p> <p>2. ¿Realiza inversión en publicidad?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>3. ¿Cuál es el monto que invierte en publicidad?</p> <p><input type="checkbox"/> Indique _____</p> <p>4. ¿Cuál es el número total de servicios realizados al mes?</p> <p><input type="checkbox"/> Indique _____</p> <p>5. ¿Cuántas horas de trabajo dedica cada empleado en el área de servicios?</p> <table border="1" style="margin-left: 20px; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 20px;">1</td> <td style="width: 20px;">2</td> <td style="width: 20px;">3</td> <td style="width: 20px;">4</td> <td style="width: 20px;">5</td> <td style="width: 20px;">6</td> <td style="width: 20px;">7</td> <td style="width: 20px;">8</td> </tr> </table> <p>Otro. Indique _____</p> <p>6. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?</p> <table border="1" style="margin-left: 20px; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 20px;">1</td> <td style="width: 20px;">2</td> <td style="width: 20px;">3</td> <td style="width: 20px;">4</td> <td style="width: 20px;">5</td> <td style="width: 20px;">6</td> <td style="width: 20px;">7</td> <td style="width: 20px;">8</td> </tr> </table> <p>Otro. Indique _____</p> <p>7. ¿Cuántos trabajadores se requiere para llevar a cabo la venta de un servicio?</p> <p><input type="checkbox"/> Indique _____</p>	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	<p>8. ¿Cuáles considera que son los factores claves de éxito de la empresa?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p>Servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Atención al cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Personal cualificado</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad del servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Innovación en el servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Fiabilidad y cumplimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p>Ventas</p> <p><input type="checkbox"/> Estrategia de mercado</p> <p><input type="checkbox"/> Relaciones con los clientes</p> <p><input type="checkbox"/> Marketing y promoción</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión de ventas</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio al cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Finanzas</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión financiera sólida</p> <p><input type="checkbox"/> Control de costos</p> <p><input type="checkbox"/> Flujo de efectivo</p> <p><input type="checkbox"/> Financiación adecuada</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión de riesgos</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>Talento Humano</p> <p><input type="checkbox"/> Selección y reclutamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollo y capacitación</p> <p><input type="checkbox"/> Cultura organizacional</p> <p><input type="checkbox"/> Retención del talento</p> <p><input type="checkbox"/> Liderazgo efectivo</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p> </td> </tr> </table>	<p>Servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Atención al cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Personal cualificado</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad del servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Innovación en el servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Fiabilidad y cumplimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>	<p>Ventas</p> <p><input type="checkbox"/> Estrategia de mercado</p> <p><input type="checkbox"/> Relaciones con los clientes</p> <p><input type="checkbox"/> Marketing y promoción</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión de ventas</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio al cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>	<p>Finanzas</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión financiera sólida</p> <p><input type="checkbox"/> Control de costos</p> <p><input type="checkbox"/> Flujo de efectivo</p> <p><input type="checkbox"/> Financiación adecuada</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión de riesgos</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>	<p>Talento Humano</p> <p><input type="checkbox"/> Selección y reclutamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollo y capacitación</p> <p><input type="checkbox"/> Cultura organizacional</p> <p><input type="checkbox"/> Retención del talento</p> <p><input type="checkbox"/> Liderazgo efectivo</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>
1	2	3	4	5	6	7	8														
1	2	3	4	5	6	7	8														
<p>Servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Atención al cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Personal cualificado</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad del servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Innovación en el servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Fiabilidad y cumplimiento</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>	<p>Ventas</p> <p><input type="checkbox"/> Estrategia de mercado</p> <p><input type="checkbox"/> Relaciones con los clientes</p> <p><input type="checkbox"/> Marketing y promoción</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión de ventas</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio al cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>																				
<p>Finanzas</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión financiera sólida</p> <p><input type="checkbox"/> Control de costos</p> <p><input type="checkbox"/> Flujo de efectivo</p> <p><input type="checkbox"/> Financiación adecuada</p> <p><input type="checkbox"/> Gestión de riesgos</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>	<p>Talento Humano</p> <p><input type="checkbox"/> Selección y reclutamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollo y capacitación</p> <p><input type="checkbox"/> Cultura organizacional</p> <p><input type="checkbox"/> Retención del talento</p> <p><input type="checkbox"/> Liderazgo efectivo</p> <p><input type="checkbox"/> Otro.</p> <p>Indique _____</p>																				

Gracias por su Colaboración.

Anexo 2.

Certificado de traducción.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, Eduardo Alexander Vargas Romero, con número de cédula 1104605454 y con título de Licenciado en Ciencias de la Educación, Mención Inglés, registrado en el SENESCYT con número 1031-15-1437415.

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente trabajo de integración curricular denominado **"Diagnóstico sectorial del grupo empresarial actividades de servicios administrativos y de apoyo del cantón Loja"** de autoría de **Kevin Andrés Merino Córdova**, portador de la cédula de identidad, número **1150191144**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, siendo el mismo verdadero y correcto a mi mejor saber y entender.

Declaro que el 'Abstract' escrito en idioma inglés, ha sido redactado conforme a los estándares académicos y de calidad requeridos.

Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado para que haga uso del presente en lo que considere conveniente.



EDUARDO ALEXANDER
VARGAS ROMERO

Mgtr. Eduardo Alexander Vargas Romero
C.I. 1104605454
Registro del SENESCYT: 1031-15-1437415

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconí Espinosa"
Casilla letra "S" Sector La Argelia – Loja – Ecuador
Telf: +(593)- 7259 3550
Mail: dirección.ued@unl.edu.ec

Educamos para Transformar

Anexo 3.

Hoja de sensibilización.

UNL Universidad Nacional de Loja
La Universidad Nacional de Loja presenta diferentes proyectos con el fin de contribuir en la sociedad por medio de tesis o tesis en conjunto de docentes y estudiantes un proyecto de investigación titulado:

DIAGNÓSTICO SECTORIAL DEL GRUPO EMPRESARIAL DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO

Objetivo: Establecer los promedios del sector a las empresas involucradas en el diagnóstico sectorial para su análisis e interpretación.

Se solicita comedidamente a las empresas del sector colaborar en esta investigación, otorgando información esencial para el estudio. Esta información y datos serán manejados con confidencialidad, para fines académicos.

¿Sabías que?
Un promedio permite conocer un valor que representa a cierto grupo o sector con el fin de realizar inferencias.

Nota: Los promedios de la industria de un sector son información importante para todas las empresas, que permite compararse con el desempeño promedio del sector y poder adoptar medidas de mejora.

Contactos:

Para corroborar dicha información puede remitirse a los siguientes contactos:

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

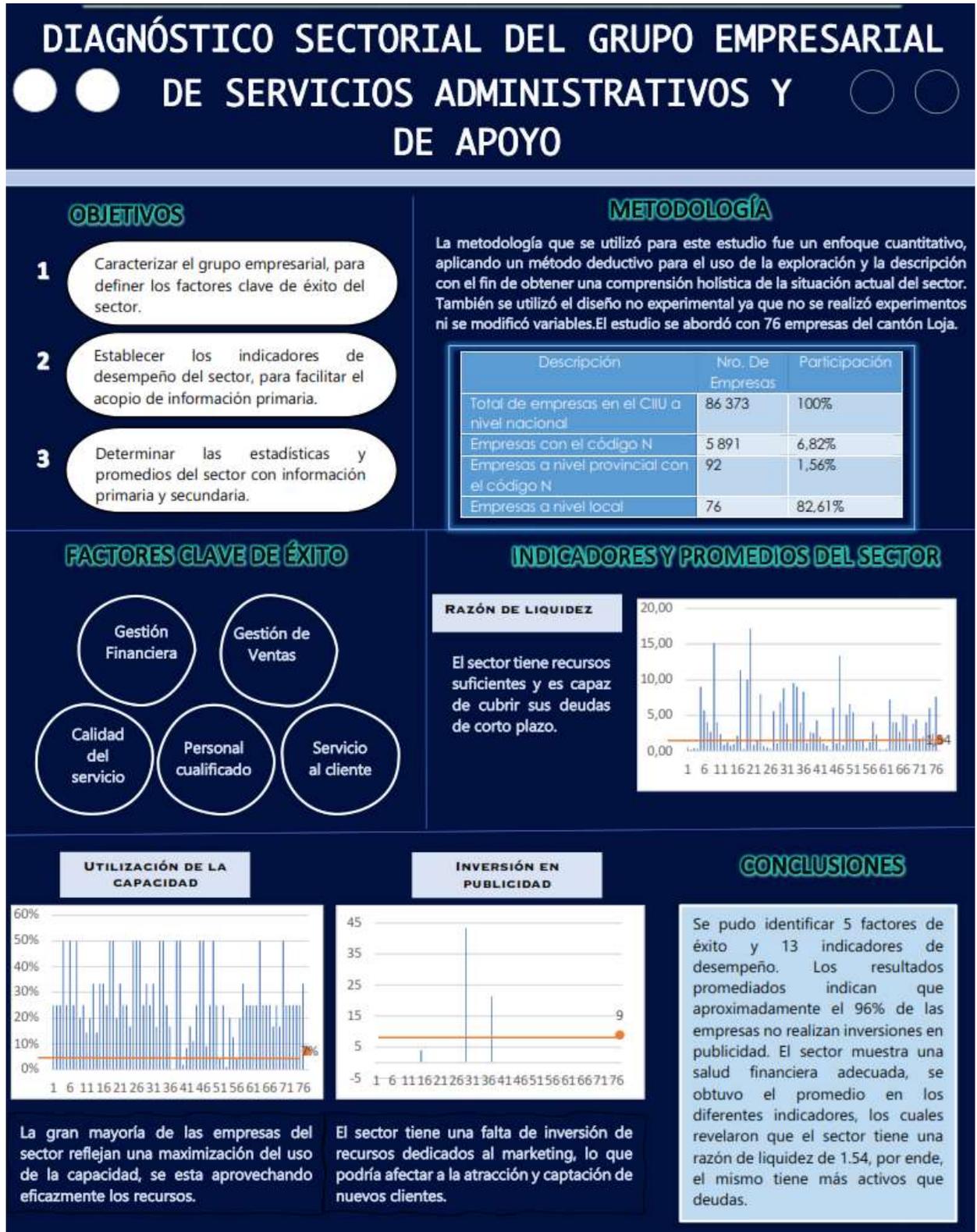
(07) 2545 100 direccion.investigacion@unl.edu.ec

Director del Proyecto de investigación

Mg. Carlos Rodríguez Armijos
(09 9402 2030)
carlos.rodriguez@unl.edu.ec

Director del Proyecto de Titulación Curricular

Ing. Carlos Roberto Corpio Ayala MAE
carlos.corpio@unl.edu.ec



Anexo 5

Certificado de control de plagio



Plagiarism and AI Content Detection Report

Tesis Kevin Andres (plagio).docx

Scan details

Scan Time:
November 14th, 2024 at 22:32 UTC

Total Pages:
111

Total Words:
27733

Plagiarism Detection



Types of plagiarism		Words
Identical	2.7%	736
Minor Changes	0.5%	128
Paraphrased	0.5%	147
Omitted Words	0%	0