



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

Diagnóstico sectorial de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja.

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

AUTOR:

Julieth de Lourdes Calva Camacho

DIRECTOR:

Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

Loja, Ecuador

2024



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Rodriguez Armijos Carlos Alfredo**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Diagnóstico sectorial de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja**, perteneciente al estudiante **JULIETH DE LOURDES CALVA CAMACHO**, con cédula de identidad N° **1104792674**.

Certifico:

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

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

Loja, 29 de Febrero de 2024



Firmado electrónicamente por:
**CARLOS ALFREDO
RODRIGUEZ ARMIJOS**

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



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000482

Autoría

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

Firma:

Cédula de identidad: 1104792674

Fecha: 16 de abril del 2024

Correo electrónico: julieth.calva@unl.edu.ec

Teléfono: 0988925188

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

Yo, **Julieth de Lourdes Calva Camacho**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación denominado: **Diagnóstico sectorial de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Finanzas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al día dieciséis del mes de abril de dos mil veinticuatro.

Firma:

Autora: Julieth de Lourdes Calva Camacho

Cédula: 1104792674

Dirección: Loja, Esteban Godoy

Correo electrónico: julieth.calva@unl.edu.ec

Teléfono: 0988925188

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director/a del Trabajo de Integración Curricular

Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

Dedicatoria

A mi abuela y a mi tía Mina, quienes, estoy convencida, sentirían un gran orgullo por mí. Son mujeres que me inspiran a diario y cuya influencia ha sido fundamental en mi vida.

A mis padres Edgar y Dolores que con su inquebrantable fe en mí ha constituido la base sobre la cual he construido mi vida, por su amor generoso y sin límites, por sus enseñanzas que han sido una guía en mi camino, siendo siempre mi soporte, a quienes amo con todo mi corazón.

A mis hermanas Astrid y Hilary, que son mi alegría constante, mis compañeras de vida, y a mi familia, cuya contribución va más allá de lo tangible, enriqueciéndome con conocimientos y experiencias únicas que son la esencia de mi ser.

A Edwin Ramses, mi gran amor, mi amor incondicional, que se ha convertido en una fuente de luz y alegría en mi vida.

A cada uno que ha jugado un papel importante en mi trayectoria académica. Su contribución ha sido invaluable en mi desarrollo y éxito.

Julieth de Lourdes Calva Camacho

Agradecimiento

Extiendo mi gratitud a todos los directivos y docentes de la Carrera de Finanzas, que han dejado una huella indeleble en mi formación, aportando no solo conocimientos técnicos, sino también inspirándome a perseguir mis metas con determinación.

Mi sincero agradecimiento en especial a los docentes Ing. Carlos Rodríguez, Ing. Johanna Ochoa e Lic. Franklin Malla, por su apoyo constante y compromiso con la excelencia, han sido fundamentales en la realización de esta investigación; su dedicación no solo me ha enseñado lecciones académicas, sino también valiosas lecciones de vida.

Mi sincero agradecimiento a mi familia por su inquebrantable respaldo, así como a mi novio y fiel compañero, quien me brinda su sabiduría y apoyo incondicional en todo momento.

Julieth de Lourdes Calva Camacho

Índice de Contenidos

| | |
|--|-------------|
| <i>Portada</i> | <i>i</i> |
| <i>Certificación</i> | <i>ii</i> |
| <i>Autoría</i> | <i>iii</i> |
| <i>Carta de autorización</i> | <i>iv</i> |
| <i>Dedicatoria</i> | <i>v</i> |
| <i>Agradecimiento</i> | <i>vi</i> |
| <i>Índice de Contenidos</i> | <i>vii</i> |
| Índice de Tablas | x |
| Índice de Figuras | xii |
| Índice de Anexos | xiii |
| 1. Título | 1 |
| 2. Resumen | 2 |
| 2.1. Abstract | 3 |
| 3. Introducción | 4 |
| 4. Marco teórico | 7 |
| 4.1. Antecedentes | 7 |
| 4.1.1. Evidencia internacional | 7 |
| 4.1.2. Evidencia regional | 8 |
| 4.1.3. Evidencia nacional..... | 9 |
| 4.2. Fundamentación conceptual | 10 |
| 4.2.1. Diagnóstico | 10 |
| 4.2.1.1. Proceso para realizar un diagnóstico..... | 11 |
| 4.2.2. Diagnóstico sectorial empresarial..... | 11 |
| 4.2.3. Metodología para el diagnóstico sectorial | 12 |
| 4.2.3.1. Las Fuerzas de Porter | 13 |
| 4.2.3.2. Análisis PESTEL | 14 |
| 4.2.3.3. Cuadro de Mando Integral | 15 |
| 4.2.3.4. Los Key Performance Indicators (KPI). | 16 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.3.5. Cadena de valor..... | 17 |
| 4.2.3.6. Indicadores de gestión..... | 18 |
| 4.2.3.7. Factores de éxito de las empresas. | 19 |
| 4.2.3.8. Estadísticas y promedios de la industria. | 20 |
| 4.2.3. Sectores económicos..... | 21 |
| 4.2.3.1. Clasificación de los sectores económicos. | 21 |
| 4.2.3.2. Clasificación industrial internacional uniforme..... | 22 |
| 4.2.4. Sector de servicios..... | 23 |
| 4.2.5. Actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza | 23 |
| 4.2.5.1. Clasificación de las actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza | 25 |
| 4.3. Fundamentación legal..... | 26 |
| 4.3.1. Resolución que rige la obligatoriedad de llevar contabilidad..... | 26 |
| 4.3.2. Resolución nacional para la clasificación de empresas | 26 |
| 4.3.3. Normativa del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza | 27 |
| 4.4. Organismos de control..... | 28 |
| 4.4.1. Servicio de Rentas Internas (SRI) | 28 |
| 4.4.2. Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares en el Ecuador..... | 28 |
| 4.4.3. Ministerio de Salud Pública (MSP)..... | 29 |
| 4.4.4. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA)..... | 29 |
| 4.5. Marco histórico de las peluquerías y otros tratamientos de belleza..... | 29 |
| 5. Metodología..... | 31 |
| 5.1. Localización | 31 |
| 5.2. Enfoque de la investigación | 31 |
| 5.3. Tipos en investigación | 31 |
| 5.3.1. Exploratoria | 31 |
| 5.3.2. Descriptiva..... | 32 |
| 5.4. Diseño de investigación | 32 |
| 5.5. Métodos de investigación..... | 32 |
| 5.5.1. Inductivo..... | 32 |

| | |
|---|-----------|
| 5.5.2. Deductivo..... | 33 |
| 5.5.3. Sintético..... | 33 |
| 5.6. Técnicas e instrumentos..... | 33 |
| 5.6.1. Observación..... | 33 |
| 5.6.2. Encuesta..... | 33 |
| 5.6.3. Investigación documental..... | 34 |
| 5.7. Población..... | 34 |
| 5.8. Procesamiento y análisis de datos..... | 34 |
| 6.1. Objetivo 1: Caracterizar la sección de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial. | 36 |
| 6.1.1. Particularidades de la subclase de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06..... | 36 |
| 6.1.1.1. Principal actividad económica..... | 36 |
| 6.1.1.2. Codificación CIIU del sector..... | 36 |
| 6.1.1.3. Participación del mercado del sector..... | 36 |
| 6.1.1.4. Servicios principales que brindan la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza..... | 38 |
| 6.1.1.5. Propuesta de valor..... | 38 |
| 6.1.1.6. Características que la diferencian de otros sectores..... | 39 |
| 6.1.1.7. Barreras de entrada para ingresar en el sector..... | 40 |
| 6.1.2. Cuantificación de los actores de la subclase..... | 40 |
| 6.1.2.1. Cuantificación de los clientes potenciales del sector..... | 41 |
| 6.2. Objetivo 2. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la sección de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja..... | 42 |
| 6.2.1. Factores claves de éxito..... | 42 |
| 6.2.2. Indicadores de desempeño organizacional financieros..... | 43 |
| 6.2.2.1. Indicadores de rentabilidad..... | 44 |
| 6.2.2.2. Indicadores de liquidez..... | 44 |
| 6.2.2.3. Indicadores de endeudamiento..... | 44 |
| 6.2.3. Indicadores de desempeño organizacional no financieros..... | 45 |

| | |
|--|-----------|
| 6.2.3.1. Indicadores de calidad..... | 45 |
| 6.2.3.2. Indicadores de eficiencia operativa..... | 45 |
| 6.2.3.3. Indicadores económicos..... | 45 |
| 6.2.3.4. Indicadores de tiempo..... | 46 |
| 6.2.4. Ficha de observación del sector de peluquería y otros tratamientos de belleza | 46 |
| 6.3. Objetivo 3. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector de servicios de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja..... | 47 |
| 6.3.1. Tabulación de resultados del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza. | 47 |
| 6.3.1.1. Perspectiva Financiera | 47 |
| 6.3.1.2. Resultados financieros del sector..... | 50 |
| 6.3.1.3. Perspectiva procesos internos y clientes..... | 53 |
| 6.3.1.4. Perspectiva capacidad | 56 |
| 6.3.2. Indicadores de desempeño organizacional | 60 |
| 6.3.2.1. Gestión adecuada | 60 |
| 6.3.2.2. Variedad de servicios | 63 |
| 6.3.2.3. Personal competente y capacitado..... | 63 |
| 6.3.2.4. Calidad de atención y acogida | 64 |
| 6.3.2.5. Marketing y promoción..... | 66 |
| 6.3.2.6. Mejoramiento continuo e innovación | 67 |
| 6.3.2.7. Ubicación del local, infraestructura y ambiente | 67 |
| 7. Discusión | 70 |
| 8. Conclusiones | 73 |
| 9. Recomendaciones..... | 74 |
| 10. Bibliografía..... | 75 |
| 11. Anexos..... | 80 |

Índice de Tablas

| | |
|---|-----------|
| Tabla 1. Tipo de Indicadores | 19 |
| Tabla 2. Definición de la división de los sectores económicos..... | 21 |
| Tabla 3. Estructura detallada de la clasificación..... | 22 |

| | |
|--|----|
| Tabla 4. Codificación de las Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza según el CIUU..... | 24 |
| Tabla 5. Clasificación nacional de empresas | 27 |
| Tabla 6. Porcentaje de participación del sector en la provincia de Loja..... | 36 |
| Tabla 7. Cuantificación de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito IID06 | 37 |
| Tabla 8. Características de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza..... | 39 |
| Tabla 9. Características de los clientes del sector de peluquería y otros tratamientos de belleza. | 40 |
| Tabla 10. Clientes potenciales de la actividad de peluquerías y otros tratamientos de belleza. | 41 |
| Tabla 11. Factores claves de éxito de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza | 42 |
| Tabla 12. Indicadores de rentabilidad..... | 44 |
| Tabla 13. Indicadores de liquidez | 44 |
| Tabla 14. Indicadores de endeudamiento | 44 |
| Tabla 15. Indicadores de calidad..... | 45 |
| Tabla 16. Indicadores de eficiencia | 45 |
| Tabla 17. Indicadores económicos..... | 46 |
| Tabla 18. Indicadores de tiempo..... | 46 |
| Tabla 19. Perspectiva financiera de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas | 47 |
| Tabla 20. Perspectiva financiera de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá | 49 |
| Tabla 21. Perspectiva financiera de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga | 49 |
| Tabla 22. Resumen de los promedios de la perspectiva financiera del sector en el distrito IID06..... | 50 |
| Tabla 23. Resultados financieros de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas | 50 |
| Tabla 24. Resultados financieros de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá. | 52 |
| Tabla 25. Resultados financieros de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga. | 52 |

| | |
|--|----|
| Tabla 26. Resumen de los promedios de los resultados financieros del sector en el distrito I1D06..... | 53 |
| Tabla 27. Perspectiva procesos internos y clientes de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas. | 53 |
| Tabla 28. Perspectiva procesos internos y clientes de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá. | 54 |
| Tabla 29. Perspectiva procesos internos y clientes de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga. | 55 |
| Tabla 30. Resumen de la perspectiva procesos internos y clientes del sector del distrito I1D06..... | 56 |
| Tabla 31. Perspectiva de capacidad de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas | 56 |
| Tabla 32. Perspectiva de capacidad de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá. | 58 |
| Tabla 33. Perspectiva de capacidad de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga. | 59 |
| Tabla 34. Resumen de la perspectiva de capacidad del sector del distrito I1D06 | 59 |
| Tabla 35. Ficha de observación de las peluquerías del Distrito I1D06 | 67 |
| Tabla 36. Resumen de los promedios y estadísticas de los indicadores aplicados..... | 68 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Proceso para elaborar un diagnóstico..... | 11 |
| Figura 2. Proceso para realizar el diagnóstico sectorial. | 13 |
| Figura 3. Fuerzas de Porter..... | 14 |
| Figura 4. Factores que integran el análisis PESTEL | 15 |
| Figura 5. Perspectivas del cuadro de mando integral | 16 |
| Figura 6. Servicios ofertados por una peluquería y otros tratamientos de belleza. | 38 |
| Figura 7. Margen neto de utilidades de las peluquerías del distrito I1D06..... | 60 |
| Figura 8. Rendimiento sobre activos totales (ROA) de las peluquerías del distrito I1D06 .. | 61 |
| Figura 9. Liquidez corriente de las peluquerías del distrito I1D06 | 61 |
| Figura 10. Capital de trabajo de las peluquerías del distrito I1D06 | 62 |
| Figura 11. Razón deuda sobre activos de las peluquerías del distrito I1D06..... | 62 |
| Figura 12. Diversificación de servicios de las peluquerías del distrito I1D06..... | 63 |

| | |
|---|----|
| Figura 13. Capacitación de empleados de las peluquerías del distrito IID06 | 63 |
| Figura 14. Retención de clientes de las peluquerías del distrito IID06..... | 64 |
| Figura 15. Rendimiento por empleado de las peluquerías del distrito IID06 | 65 |
| Figura 16. Tiempo de espera por servicio en las peluquerías del distrito IID06 | 65 |
| Figura 17. Tiempo utilizado por servicio en las peluquerías del distrito IID06..... | 66 |
| Figura 18. Eficiencia de la publicidad de las peluquerías del distrito IID06. | 66 |
| Figura 19. Eficiencia de la inversión en nuevas tecnologías del distrito IID06..... | 67 |

Índice de Anexos

| | |
|--|----|
| Anexo 1. Afiche de sensibilización | 80 |
| Anexo 2. Afiche de socialización de resultados..... | 80 |
| Anexo 3. Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas del sector..... | 81 |
| Anexo 4. Ficha de Observación a las peluquerías del distrito IID06..... | 84 |
| Anexo 5. Matriz base indicadores de desempeño sector de la actividad peluquería y otros tratamientos de belleza | 85 |
| Anexo 6. Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del cantón Calvas | 87 |
| Anexo 7. Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del cantón Gonzanamá | 88 |
| Anexo 8. Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del cantón Quilanga | 89 |
| Anexo 9. Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del distrito IID06..... | 89 |
| Anexo 10. Registro de entrega de volantes de difusión de resultados..... | 90 |
| Anexo 11. Evidencias Fotográficas..... | 91 |
| Anexo 12. Certificado de traducción del ABSTRACT..... | 92 |

1. Título

Diagnóstico sectorial de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja.

2. Resumen

El diagnóstico sectorial proporciona información sobre el desempeño organizacional de las empresas de una actividad económica, con la finalidad de identificar fortalezas y debilidades del sector que permitan la toma de decisiones informadas y contribuya al éxito del sector. De esta manera la investigación tiene como objetivo realizar el diagnóstico sectorial de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja; para lo cual se encuesta a 52 peluquerías dentro de los límites geográficos de las parroquias urbanas del distrito 11D06, por medio de la metodología de enfoque transversal por métodos cuantitativos y cualitativos; para recopilar información necesaria para el estudio, se utilizó la técnica de *winsorizing* para minimizar el efecto de los valores atípicos. Así, se definió la relevancia del sector por su contribución a embellecer la apariencia y elevar la autoestima en la comunidad, y de esta manera establecer los factores de éxito como: el personal competente y capacitado, la calidad de atención, variedad de servicios, marketing, mejoramiento continuo e innovación, infraestructura y la gestión financiera adecuada. De lo cual se determinó los promedios de la industria, tanto indicadores financieros y no financieros como el ROA 37 %, margen de utilidad 43 % y razón deuda 64 %, retención de clientes 80 % y diversificación de servicios 18 %, entre otros. Se concluye que del total de peluquerías encuestadas más del 50 % se encuentran por encima del promedio, el sector en general muestra indicadores positivos, que refleja su competitividad y rendimiento.

Palabras clave: Desempeño organizacional, factores clave de éxito, indicadores financieros y no financieros, promedios de la industria, sector de belleza.

2.1. Abstract

The sectoral diagnosis provides information on the organisational performance of the companies of an economic activity, with the aim of identifying the strengths and weaknesses of the sector to enable informed decision-making and contribute to the success of the sector. In this way, the research aims to carry out a sectoral diagnosis of the activity of hairdressing and other beauty treatments in district 11D06, province of Loja; for which 52 hairdressing salons were surveyed within the geographical limits of the urban parishes of district 11D06, by means of the methodology of transversal approach by quantitative and qualitative methods; to collect information necessary for the study, the technique of winsorizing was used to minimise the effect of outliers. Thus, the relevance of the sector was defined by its contribution to beautify the appearance and raise self-esteem in the community, and thus establish the success factors such as: competent and trained staff, quality of care, variety of services, marketing, continuous improvement and innovation, infrastructure and adequate financial management. From which the industry averages were determined, both financial and non-financial indicators such as ROA 37 %, profit margin 43 % and debt ratio 64 %, customer retention 80 % and diversification of services 18 %, among others. It is concluded that of the total number of hairdressers surveyed more than 50% are above average, the sector in general shows positive indicators, reflecting its competitiveness and performance.

Keywords: Organisational performance, key success factors, financial and non-financial indicators, industry averages, beauty sector.

3. Introducción

El diagnóstico sectorial consiste en un análisis de un determinado sector económico, con la finalidad de descubrir sus puntos fuertes, áreas de mejora, posibles oportunidades de crecimiento y potenciales riesgos; este proceso se lleva a cabo mediante el uso de información tanto cuantitativa como cualitativa, lo que facilita una comprensión del estado actual del sector, mismo que es fundamental para establecer la toma de decisiones estratégicas informadas (Burbano y Fernandez, 2018).

Comprender la estructura y los cambios que ocurren tanto dentro de cada sector como entre sectores representa un reto considerable, el cual es crucial para maximizar las ventajas competitivas, y de esta manera examinar las oportunidades y riesgos presentes en el mercado, así como identificando las fortalezas y debilidades dentro del sector; con la finalidad de formular estrategias efectivas que aprovechen al máximo el potencial de las empresas (López et al., 2021).

La relevancia de comprender el estado actual de los sectores se destaca mediante la comparación de su desempeño con el de otras empresas similares. Sin embargo, Beltrán y Casasbuenas (2015) señalan que existe una amplia evidencia de la escasez de documentación sobre las metodologías de diagnóstico sectorial empleadas enfocadas en el desarrollo de estrategias para el crecimiento y desarrollo. Por lo que se infiere que existe una limitada cantidad de estudios sobre este tema a escala internacional, regional y nacional. Específicamente, en el distrito 11D06, se observa una ausencia notable de evaluaciones sectoriales de los ámbitos económicos, en particular al sector de servicios de peluquería y otros tratamientos de belleza.

El sector antes mencionado desempeña un papel fundamental dentro del sector de servicios personales, dado que tiene un impacto significativo en la apariencia y autoestima de la población, considerando que dicho sector experimenta un crecimiento notable dentro de la economía, destacando su contribución en la generación de empleo, estos negocios proporcionan la oportunidad de impulsar a los emprendedores para que gestionen su propio negocio; la relevancia de estos servicios en la vida cotidiana fomenta el aumento del consumo, ya que muchos individuos los consideran esenciales dentro de su presupuesto, de la misma manera la competitividad en esta industria fomenta la innovación y el desarrollo empresarial, impulsando así el crecimiento económico.

Por consiguiente, es esencial llevar a cabo estudios de este sector para promover un mejor desempeño organizacional, por lo que al realizar diagnósticos sectoriales permitirá identificar y emplear indicadores financieros y no financieros que resultan fundamentales para

analizar y contrastar la eficacia de estas empresas frente a sus competidores en el mismo ámbito económico. Esto, a su vez, facilitará la alineación de sus estrategias de gestión con las demandas actuales del mercado en el que compiten, con el objetivo de mejorar su rendimiento y asegurar su permanencia en el mercado. Dado lo anteriormente mencionado, la pregunta de investigación que surge es: ¿En qué condiciones se encuentran las empresas de la actividad de peluquería y otros tratamientos de Belleza en el Distrito 11D06, que permitan determinar el desempeño organizacional de dicho sector?

Para dar respuesta a la pregunta en la investigación, el estudio planteó objetivos específicos, como la caracterización del sector de actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del distrito 11D06, y la identificación de los factores clave de éxito, y de esta manera establecer los indicadores de desempeño organizacional para las empresas de esta industria, y de esta manera facilitar la obtención de estadísticas y promedios que permitan la comparación entre empresas de la misma actividad, contribuyendo así a la detección de oportunidades y amenazas por lo tanto, desarrollar estrategias para fortalecer su posición en el mercado, impulsando su rendimiento y crecimiento.

Además de alcanzar los objetivos, este estudio sienta las bases para investigaciones futuras, enriqueciendo el entendimiento del sector. Por otro lado, este estudio enfrentó diferentes limitaciones, tales como la dificultad para obtener información debido a la desconfianza de los propietarios de peluquerías al momento de compartir datos confidenciales; esta situación dificultó la determinación precisa de estadísticas y el análisis del rendimiento sectorial, asimismo, la intensa competencia en el cantón Calvas representó un desafío adicional para la recolección de datos de forma presencial, limitando así la amplitud de la investigación.

Posteriormente, la investigación se estructura de acuerdo a lo señalado en el Reglamento del Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, de la siguiente manera: **Título** de tesis el cual presenta el tema objeto de estudio; **Resumen** en el que se describe el objetivo general de la investigación así como la metodología utilizada y los resultados obtenidos; **Introducción**, en donde se enfatiza la importancia del tema, problemática, participación del sector, se presenta los objetivos específicos, limitaciones de la investigación y estructura del trabajo; **Marco Teórico** muestra la sustentación teórica referente a la temática de diagnóstico sectorial, con el fin de brindar una idea clara de todos los elementos empleados para el desarrollo del trabajo; **Metodología**, que contiene diferentes métodos, técnicas que fueron utilizados en cada fase de la investigación; **Resultados** se expone la caracterización de sector, los indicadores para evaluar el desempeño de la actividad en estudio y los promedios y estadísticas de la industria, con base en los objetivos planteados en el

proyecto de tesis; En la **Discusión** se contrastan los resultados de la investigación con otras investigaciones similares, además; Finalmente, se desarrollan las **Conclusiones** y **Recomendaciones** mismas que tienen el propósito de permitir a los actores involucrados tomar decisiones informadas e identificar oportunidades de crecimiento; **Bibliografía** utilizada a la cual se ha recurrido para sustentar teóricamente la investigación, como también los **Anexos** pertinentes que corresponden al trabajo de tesis.

4. Marco teórico

4.1. Antecedentes

4.1.1. Evidencia internacional

Escudero (2019) en un análisis estratégico llevado a cabo en el sector turístico de la provincia de Jaén, se revela que, a pesar del dinamismo observado en otras provincias españolas, esta región no se encuentra incluida. Por ende, mediante un diagnóstico que examina tanto su entorno general como específico mediante un análisis de factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales (PESTEL) y el modelo de las cinco fuerzas de Porter, respectivamente, y su evaluación interna a través de un análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), comprendiendo los elementos fundamentales del sector, se han identificado una serie de conclusiones y recomendaciones. Estas se presentan con el objetivo de destacar algunos aspectos cruciales que deben considerarse para mejorar la posición turística de la provincia.

En su análisis de la evolución reciente del sistema español de innovación en comparación con sus principales países colindantes, Galaso (2015) destaca tanto las carencias identificadas como los puntos fuertes descubiertos; examina a fondo el papel desempeñado por los actores clave dentro del Sistema Nacional de Innovación, incluyendo a las entidades gubernamentales, organizaciones de apoyo a la innovación y el contexto global que son examinados en detalle a través de indicadores clave relacionados con los recursos invertidos en innovación y los resultados logrados por el sistema en España. Se identifican cinco actores principales en este proceso: las empresas, el sector público, las entidades gubernamentales, los organismos dedicados al fomento de la innovación y el entorno general. Ante esta evaluación, se distinguen diversas vías para mejorar las políticas de innovación, enfocadas en facilitar la participación activa de las empresas en las actividades innovadoras y promover una colaboración sólida entre el sector público y las empresas privadas por parte de las organizaciones de soporte a la innovación.

El diagnóstico y análisis estratégico del sector agroalimentario español, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (s.f.) resalta la posición del sector vitivinícola, tanto en términos de producción como de exportación, subrayando su considerable impacto en la economía y generación de empleo en las áreas rurales; no obstante, se identifican diversos desafíos y oportunidades cruciales para el sector, entre los desafíos se encuentra la necesidad imperante de mejorar la competitividad, innovación y calidad del vino español, así como la adaptación a los cambios en la demanda del mercado y la normativa agraria; agregando a lo anterior subraya la importancia de fomentar la cooperación y la colaboración entre los diversos

actores involucrados en la cadena de producción y distribución del vino, con el objetivo de potenciar la eficiencia y rentabilidad del sector.

4.1.2. Evidencia regional

En Colombia, según un estudio llevado a cabo del grupo ARCOSES en el sector de fabricación de productos de caucho y plástico, Contreras y Mesa (2021) enfatizan la importancia de llevar a cabo un diagnóstico de los sectores económicos del país; proceso mediante el cual afirman los autores, facilitan la toma de decisiones responsables por parte de las organizaciones, conduciendo al desarrollo económico de las mismas; en este contexto, aplican una metodología que aborda la caracterización del sector, el análisis de la cadena de valor, así como la evaluación de los indicadores que permiten analizar la competitividad y los factores de éxito de la empresa, que proporcionan una visión precisa de la posición de la empresa en el mercado.

Rúa et al. (2016) mencionan que el análisis sectorial de la cadena productiva de la piña en el departamento del Casanare Colombia, es de suma importancia, ya que permite identificar los actores involucrados y obtener información sobre la producción, el suministro de insumos agrícolas y la distribución del producto; además, el diagnóstico facilita la medición del nivel de integración y competitividad entre los diferentes participantes de la cadena, así como su rendimiento logístico; este análisis es esencial para comprender los desafíos y oportunidades que enfrenta la cadena productiva de la piña en la región, permitiendo la formulación de estrategias efectivas destinadas a fortalecer el clúster de la piña en el Casanare; asimismo, el diagnóstico también identifica dificultades en la comercialización del producto, representando un obstáculo para los productores, y recomienda acciones concretas para mejorar la competitividad y sostenibilidad del agronegocio en la región.

El estudio proporciona un análisis del sector del frijol en México, realizado por Magaña et al. (2015) en donde destacan la importancia del diagnóstico sectorial para comprender las variaciones en los precios, la producción y el consumo de diversas variedades de frijol. Igualmente, enfatiza la necesidad de reconocer factores como la cantidad de precipitación pluvial, la migración, urbanización, cambios en el poder adquisitivo y la participación de la mujer en la fuerza laboral, los cuales influyen en la dinámica de consumo y producción de frijol; este enfoque específico del sector facilita la identificación de tendencias, desafíos y oportunidades en el mercado de frijol, proporcionando así una base para la formulación de políticas y estrategias destinadas al desarrollo sostenible de este sector agrícola en el país.

Diez et al. (2020) a partir de un análisis del sector de software en Bahía Blanca, Argentina, mencionan que se enfoca en comprender las características del mercado objetivo de las empresas y sus habilidades clave para destacarse en el sector; este enfoque dual aborda tanto la dinámica del mercado como las particularidades de cada empresa que contribuye al sector. Por un lado, se destaca la importancia de comprender las características del mercado mediante el paradigma estructura-conducta-desempeño, analizando cómo la estructura del mercado, la conducta de las empresas y su desempeño se relacionan; de otro modo, se resalta la necesidad de conocer los rasgos fundamentales de cada empresa dentro del sector, utilizando el enfoque *schumpeteriano* de la firma, que se centra en la capacidad de innovación y adaptación de las empresas; en conjunto, este análisis dual proporciona una visión completa del sector de software, ofreciendo un diagnóstico integral y relevante para el desarrollo estratégico del mismo.

4.1.3. Evidencia nacional

León (2015), realizó un análisis del sector de las ópticas en Quito, presentándolo como un punto de referencia esencial para los empresarios; que sirve como guía estratégica, ofreciendo a los empresarios la capacidad de orientar sus decisiones de manera informada, con el objetivo principal de buscar ventajas competitivas que les permitan mantenerse de manera efectiva en el mercado, para lograr esto, se proponen basar las decisiones en información clave, como el conocimiento del consumidor, el análisis del entorno macro y micro, la evaluación de la cadena de valor, el seguimiento de las tendencias en la oferta de productos y servicios, así como la gestión de relaciones con proveedores y clientes. A través de este enfoque integral, se busca obtener conocimiento que fomente el desarrollo competitivo entre las empresas que operan en el sector.

Desde el punto de vista de Burbano y Fernández (2018) llevaron a cabo un diagnóstico del sector agroalimentario de Ecuador que permitió identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector, lo que a su vez contribuye a los emprendedores y empresarios a tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar sus actividades y aprovechar las oportunidades de mercado; proporcionando información valiosa sobre las tendencias y características del sector, lo que puede ser útil para la formulación de políticas públicas y la planificación estratégica a nivel nacional.

Dentro de la economía de Ecuador el sector automotriz tienen un papel fundamental contribuyendo al desarrollo de la región, por lo que Jiménez y Zamora (2021) realizaron un diagnóstico de la fabricación de autobuses en la provincia de Tungurahua, con la finalidad de comprender y contextualizar la dinámica y los estándares de producción del sector, mediante

el análisis de la rentabilidad empresarial, el empleo generado, la calidad de los procesos productivos, la incorporación de materiales y la gestión de calidad, permitiendo la decisión acertada de los integrantes del sector, contribuyendo a la competitividad del sector y al crecimiento económico de la provincia, de la misma manera establecer factores que aporten al dinamismo en la actividad comercial y productiva.

4.2. Fundamentación conceptual

Esta sección se centra en los fundamentos teóricos que respaldan la creación y ejecución de un diagnóstico sectorial, y las herramientas que se emplearán para analizar información.

4.2.1. Diagnóstico

Desde el punto de vista etimológico, diagnóstico tiene su origen en el griego, siendo una combinación de "diag." que implica a través de, y "gnosis", que denota conocimiento o la capacidad de conocer; en esencia, se refiere a la acción de conocer a través de medios específicos; en términos conceptuales, se relaciona con un análisis que busca identificar las circunstancias en las que la intervención o transformación es posible o no (Beltran y Casasbuenas, 2015). Por lo que se establece que la importancia de conocer que el diagnóstico implica la evaluación de su funcionamiento y la obtención de los datos requeridos para planificar las acciones de transformación.

Trigueros (2014) define al diagnóstico como el proceso de examinar el funcionamiento actual de una empresa y recopilar la información necesaria para planificar intervenciones de cambio; este tipo de diagnóstico generalmente se lleva a cabo después de que los procesos de entrada y contratación han sido exitosos, estableciendo así las bases para una implementación efectiva; determinando así que la finalidad del diagnóstico organizativo es permitir que se identifiquen y den prioridad a los problemas que deben abordarse en colaboración.

En la opinión de Rodríguez (2007) menciona que el diagnóstico consiste en la recolección y organización de datos, su análisis e interpretación, y la formulación de conclusiones e hipótesis; incluyendo el estudio de un sistema para entender su funcionamiento, permite sugerir modificaciones con resultados que se puedan prever. Por su lado Vidal (2004) indica que es un proceso de comparación entre dos situaciones: la presente, que hemos llegado a conocer mediante la indagación, y otra ya definida y supuestamente conocida que nos sirve de pauta o modelo.

Permite entender a fondo la situación actual, incluyendo las fortalezas y debilidades, comprender cómo interactúan los diversos actores sociales en un entorno específico y anticipar reacciones potenciales del sistema ante intervenciones o cambios en alguna parte de la

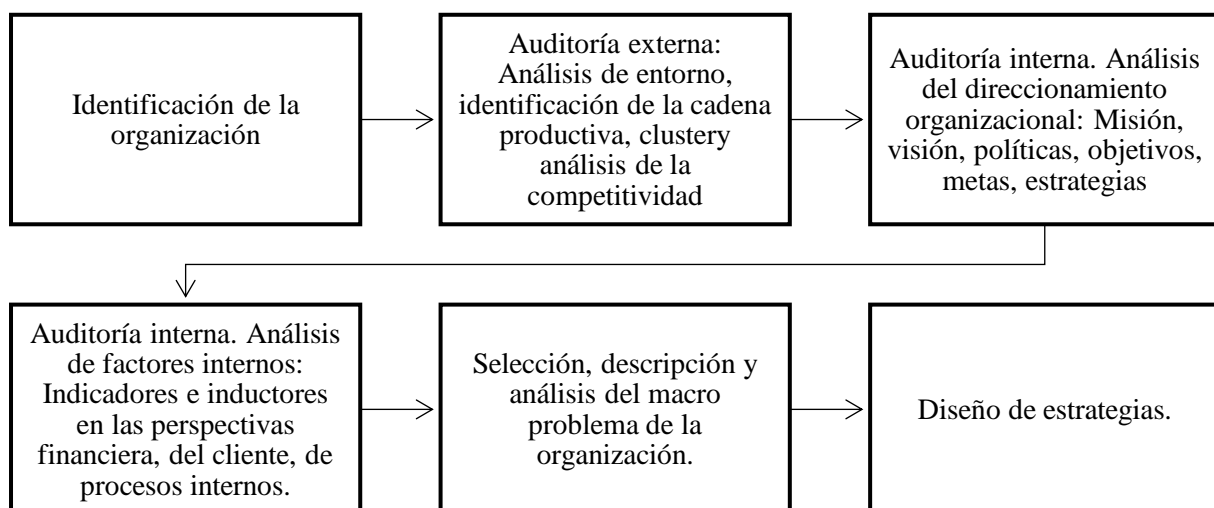
estructura poblacional que se analiza; también, facilita la creación de estrategias, la identificación de opciones y la toma de decisiones sobre las acciones a implementar (Rodríguez, 2007). De esta manera es crucial tener en cuenta lo que determina la combinación adecuada de recursos para abordar un problema o necesidad, al tiempo que se maximizan los beneficios y se minimizan los costes y riesgos; definiendo la dirección adecuada para la organización y el conjunto de transformaciones que deben aplicarse internamente para lograr una posición de éxito en el mercado (Remuzgo, 2005).

4.2.1.1. Proceso para realizar un diagnóstico. El proceso diagnóstico, según Vidal (2004), no constituye un fin en sí mismo, sino más bien un medio para fortalecer los recursos y la capacidad estratégica de una organización; proceso por el cual se percibe como un elemento esencial para la planificación estratégica, reconociendo la existencia de un entorno externo que posee particularidades distintas. Asimismo, el propósito fundamental del diagnóstico, como señala Córdova (2007), es generar una interpretación precisa de los cambios internos y externos de una región específica, proporcionando la base necesaria para desarrollar un conjunto sistemático de acciones para asegurar la obtención de beneficios sostenibles.

Por lo que menciona Vidal (2004) el proceso diagnóstico dentro de un modelo de indagación inductivo que facilita el análisis se basa en una serie de elementos (véase Figura 1).

Figura 1

Proceso para elaborar un diagnóstico



Nota. Adaptado de Vidal (2004)

4.2.2. Diagnóstico sectorial empresarial

El diagnóstico se considera como una herramienta de construcción de conocimiento de la realidad de determinado sistema, lo que permite evaluar el desempeño, diseñar estrategias y

tomar decisiones, esto por medio del análisis de oportunidades y amenazas que tiene el mercado y de los puntos fuertes y débiles propios del sector (López et al., 2021).

En relación a Burbano y Fernández (2018), lo definen como un proceso de análisis y evaluación de un sector económico específico, con el objetivo de identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, mismo que implica la recopilación y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como la realización de entrevistas y consultas con expertos en el sector; esto permite obtener una visión completa y realista del sector, lo que a su vez ayuda a los emprendedores, empresarios y responsables políticos a tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar el sector y aprovechar las oportunidades de mercado.

Así mismo Aranda (2022), conceptualiza al diagnóstico sectorial, como documento derivado de un estudio previo, sirve de punto de partida para cualquier proceso de planificación, permitiendo comprender la realidad de un sector económico mediante la recopilación de información, el análisis y la extracción de conclusiones, lo cual ayuda a identificar los puntos fuertes y débiles del sector.

4.2.3. Metodología para el diagnóstico sectorial

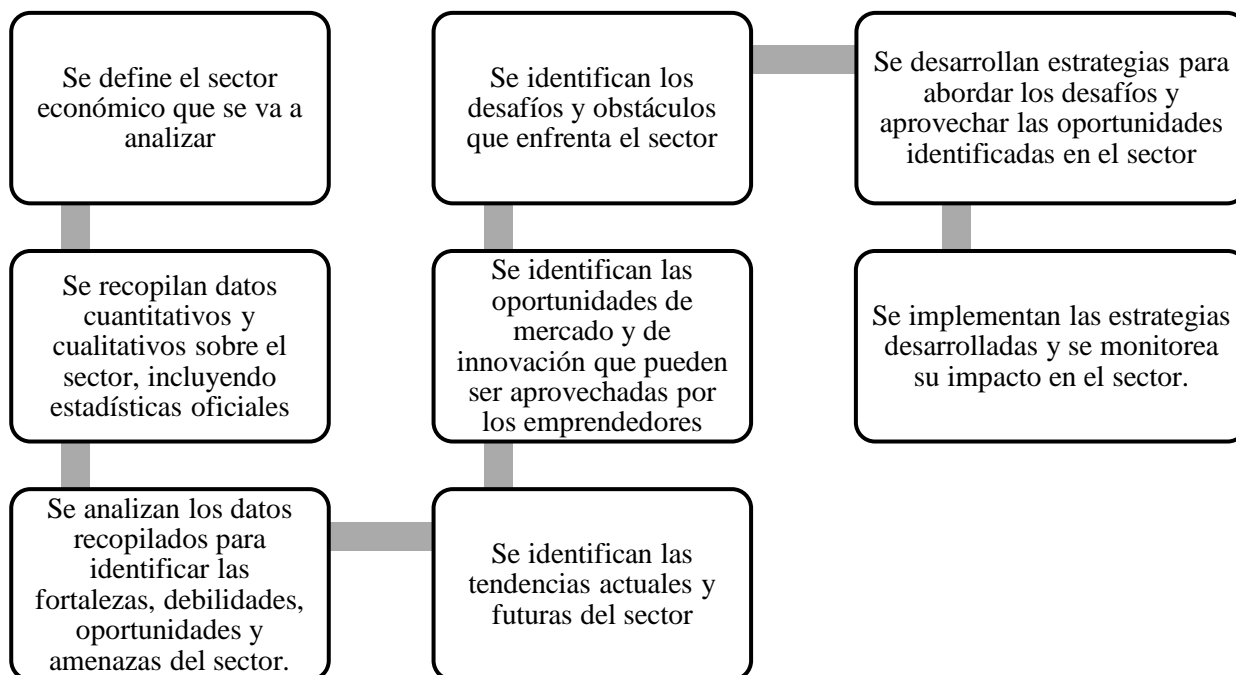
La elaboración del diagnóstico implica la recopilación, clasificación, análisis, valoración e interpretación de información pertinente relacionada con diversos aspectos que impactan en el sector.

La metodología para el diagnóstico sectorial implica recolectar, clasificar, analizar, valorar e interpretar información relevante sobre varios aspectos que afectan al sistema, permitiendo estudiar el sistema como un todo, interconectando aspectos que normalmente se tienen en cuenta de forma aislada; el mismo que permite establecer relaciones causales o funcionales y conocer objetivamente los antecedentes y la situación actual, lo que permitirá identificar fuentes de problemas y áreas de mejora; las herramientas utilizadas en la literatura consultada incluyen la agregación de datos, herramientas estadísticas, calidad de la información contable e indicadores financieros (López et al., 2021).

En la opinión de Burbano y Fernández (2018), la metodología empleada en la realización de un diagnóstico sectorial puede diferir significativamente, y esta variación está influenciada por las características particulares de cada sector, así como por los objetivos específicos que se busquen alcanzar con dicho diagnóstico. Es esencial adaptar enfoques y herramientas según las particularidades y dinámicas propias de cada área de interés.

Figura 2

Proceso para realizar el diagnóstico sectorial.



Nota. Adaptado de Burbano y Fernandez (2018)

4.2.3.1. Las Fuerzas de Porter. Las características únicas de las empresas llevan a conceptualizar las cinco fuerzas de Porter que constituyen una faceta esencial de un modelo de análisis competitivo el cual influye en el entorno competitivo de una industria y, por ende, impacta en su rentabilidad; la lucha por las utilidades no solo involucra a los competidores ya establecidos en el sector, sino que también abarca otras cuatro fuerzas competitivas: los clientes, los proveedores, los posibles nuevos participantes y los productos sustitutos (Porter, 1997).

Su propósito es identificar las circunstancias riesgosas que emergen en el entorno organizacional, considerando tanto factores internos como externos, posibilitando un análisis completo de soluciones estratégicas para hacer frente a cualquier contratiempo que pueda surgir en la empresa; de esta manera, facilita el crecimiento exitoso de las industrias al fomentar la formulación de estrategias efectivas, analizando situaciones de incertidumbre y sus diversas causas, permitiendo establecer tácticas empresariales que contribuyan a la gestión efectiva de las organizaciones, promoviendo una evolución positiva (Clemente y Chumpitaz, 2019).

Respecto a las cinco fuerzas, Porter señala a relevancia de emplear esta metodología reside en que, es crucial identificar información clave sobre los competidores y su influencia en el mercado (véase Figura 3).

Figura 3
Fuerzas de Porter

| | | |
|---|--|--|
| Amenaza de entrada | El poder de los proveedores | El poder de los compradores |
| <ul style="list-style-type: none"> • Introdúcen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir | <ul style="list-style-type: none"> • Mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector | <ul style="list-style-type: none"> • Los clientes son capaces de capturar más valor si obligan a que los precios bajen, exigen mejor calidad o mejores servicios. |
| La amenaza de los sustitutos | La rivalidad entre competidores existentes | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Un sustituto cumple la misma función –o una similar– que el producto de un sector mediante formas distintas. Cuando la amenaza de sustitutos es alta, la rentabilidad del sector sufre. | <ul style="list-style-type: none"> • La rivalidad entre los competidores existentes adopta formas como: descuentos de precios, lanzamientos de nuevos productos, campañas publicitarias, y mejoramiento del servicio. | |

Nota. Adaptado de Espinoza y Espinoza (2020)

4.2.3.2. Análisis PESTEL. Es un acrónimo de Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal, que representa una herramienta de planificación estratégica diseñada para identificar de manera estructurada y esquemática el entorno que afectará el desarrollo futuro de un proyecto; su aplicación implica la identificación y análisis del contexto en el que se operará, permitiendo posteriormente una actuación estratégica; este análisis aborda factores relacionados con el ámbito político que pueden influir en las actividades futuras de la organización (Acurio et al., 2021).

Es ampliamente empleada en el ámbito empresarial y de gestión, tiene como propósito analizar los elementos externos que podrían influir en el rendimiento de una empresa; su utilidad radica en la identificación de oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo, proporcionando a las organizaciones perspectivas valiosas para la formulación de estrategias efectivas que aborden dichos factores (Trejo et al., 2023).

Como señalan Kotler y Keller (2012) este análisis resulta fundamental en la gestión estratégica y la toma de decisiones fundamentadas, proporcionando a las organizaciones una comprensión de los elementos externos que podrían afectar su rendimiento y permanencia a largo plazo, por lo que conocer los factores resulta primordial. (Véase Figura 4)

Figura 4

Factores que integran el Análisis PESTEL

Factores políticos

- Permiten determinar y evaluar cómo la intervención del Gobierno puede afectar el funcionamiento y desempeño de la empresa

Factores económicos

- Variables macroeconómicas, se consideran tanto a nivel nacional como internacional, dado que podrían favorecer o entorpecer el desempeño de la organización

Factores sociales

- Incluyen elementos como la religión, las creencias, la cultura, los hábitos, los intereses y las preferencias de las personas, mismos que afectan de manera favorable o desfavorable a los resultados.

Factores tecnológicos

- Niveles de innovación que se están dando en los mercados actuales. Los cambios tecnológicos pueden traer grandes beneficios para las empresas

Factores ecológicos o ambientales

- Cambio en la regulación gubernamental o tendencias sociales para la protección del medioambiente afectan a la empresa

Factores legales

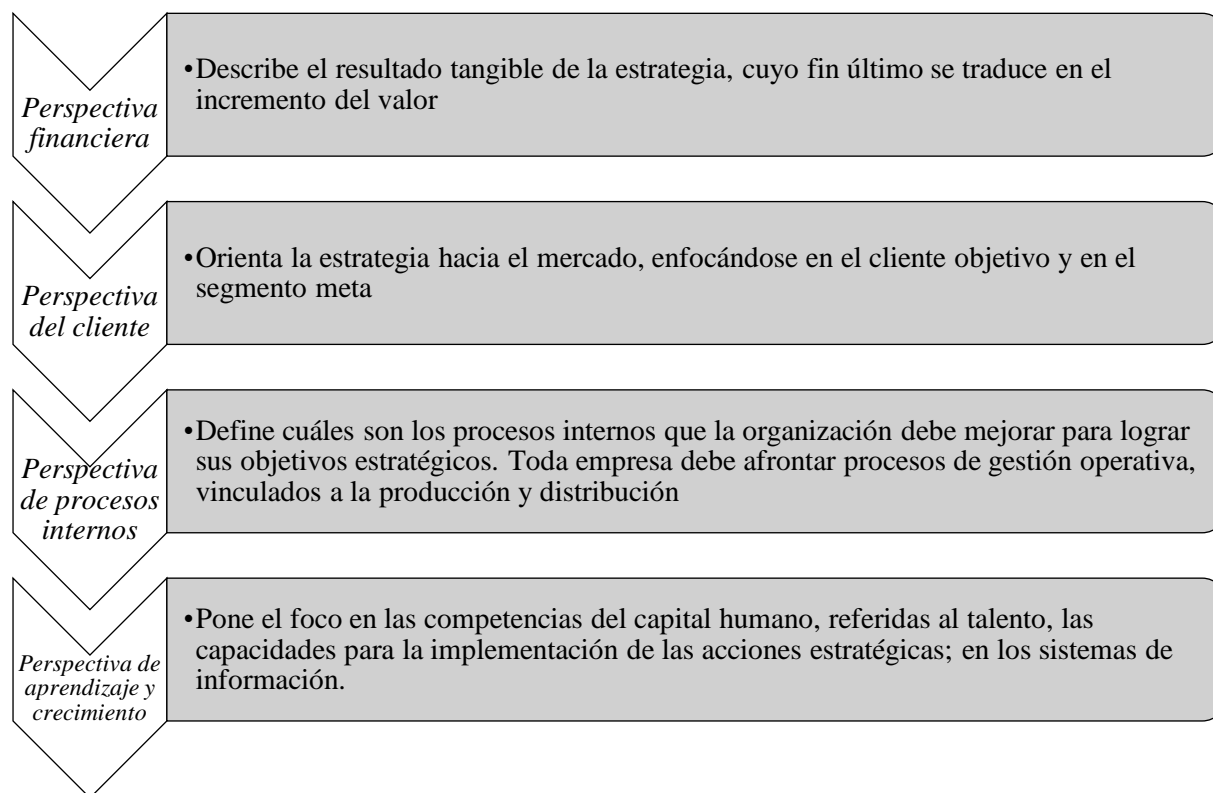
- Incluyen todas las leyes que la empresa se ve obligada a cumplir. La normativa legal puede perjudicar o beneficiar el desempeño de la empresa.

Nota. Adaptado de Kotler y Keller (2012)

4.2.3.3. Cuadro de Mando Integral. Los sistemas de gestión posibilitan que las empresas lleven a cabo sus operaciones de manera coherente y estructurada, con un enfoque hacia la consecución de mejoras continuas que permiten obtener beneficios competitivos para la organización.

El *Balanced Scorecard* (Cuadro de Mando Integral) es una herramienta fundamental en la gestión que facilita la alineación de la organización con su visión mediante estrategias que conectan objetivos e indicadores, generando planes de acción que guían el desempeño de sus miembros; por lo que se considera un sistema de gestión y planificación con la capacidad de supervisar las evaluaciones basadas en objetivos predefinidos; en esencia, esta herramienta dota a los líderes con el conjunto de instrumentos esenciales para dirigirse hacia un éxito competitivo en el futuro (Ghiglione, 2021).

Figura 5
Perspectivas del Cuadro de Mando Integral



Nota. Adaptado de Ghiglione (2021)

4.2.3.4. Los Key Performance Indicators (KPI). Un Indicador Clave de Desempeño (KPI) se presenta principalmente como una herramienta que busca estandarizar de manera cuantitativa, proporcionando criterios claros para evaluar en qué estado se encuentra un proceso específico, por lo tanto, las empresas como las personas deben familiarizarse con métodos de medición del rendimiento para analizarlo y, en caso de detectar fallas, realizar correcciones de manera inmediata; aunque los KPI están estrechamente vinculados a la estrategia, es esencial aplicarlos utilizando un lenguaje accesible, de manera que, al momento de su implementación, se disponga de datos suficientes para su recolección y cálculo (Ríos, 2019).

Las empresas deben establecer enfoques para evaluar el logro de sus metas, empleando indicadores clave de desempeño, también conocidos como métricas, la lectura e interpretación de estos indicadores facilita la toma de decisiones y, por lo general, refleja la relación entre diversos valores; estas métricas se generan a partir de información operativa de la empresa y tienen un impacto directo en el desarrollo de la estrategia, dando lugar a acciones beneficiosas para toda la organización (Navarro, 2017).

La administración efectiva de una empresa se fundamenta en la gestión adecuada de medidas, abarcando tanto aspectos financieros como no financieros; uno de los indicadores no

financieros más cruciales es la ejecución de la estrategia corporativa, y de aquí deriva el éxito de herramientas como el cuadro de mando integral, que posibilita la gestión de los intangibles para la consecución de las estrategias delineadas por la dirección; este conjunto de información puede proporcionar a inversores y analistas una perspectiva real de la calidad del valor que se está generando para los accionistas (Valenzuela, 2003).

Además, como mencionan Párraga et al. (2021) se encuentran los indicadores financieros, también conocidos como ratios financieros o indicadores de rendimiento, estas son herramientas de gestión que permiten destacar la información derivada de los saldos contables y, cuando se utilizan correctamente, facilitan la toma de decisiones; en consecuencia, un indicador constituye la expresión numérica del comportamiento del rendimiento de un proceso, cuya magnitud al ser comparada con un nivel de referencia puede evidenciar desviaciones, dando lugar a la implementación de medidas preventivas o correctivas según la situación.

4.2.3.5. Cadena de valor. El análisis de la cadena de valor de Porter inicia con la identificación de dos fuentes clave y distintas de ventaja competitiva: liderazgo en costes y diferenciación, es importante tener en cuenta que la ventaja competitiva se refiere a la presencia de una actividad que la empresa realiza de manera exclusiva o más eficiente en comparación con la competencia, y que los clientes perciben como significativa; según la perspectiva de Porter, tanto el liderazgo en costes bajos como la diferenciación están ligados a todas las actividades que una empresa lleva a cabo. Al categorizar estas actividades en grupos con importancia estratégica, se obtiene información para comprender los comportamientos de los costes y para identificar fuentes existentes o potenciales de diferenciación, destacando la necesidad de minimizar los costes en todas las demás actividades sin comprometer la calidad intrínseca del producto, y se sugiere la externalización como una opción para estas tareas (Porter, 1997).

Desde el punto de vista de Quintero y Sánchez (2006) afirman que la cadena comienza con la compra de materias primas y se extiende a través de los procesos de producción, fabricación y ensamblaje de piezas y distribución a mayoristas y minoristas hasta llegar al consumidor final del producto o servicio.

Una cadena de valor típica consta de tres elementos básicos:

4.2.3.5.1. Principales actividades. Incluyendo diseño y desarrollo de productos, producción, logística, marketing y servicio postventa.

4.2.3.5.2. Actividades de apoyo. Apoyar las actividades principales que cubren la gestión de recursos humanos, la adquisición de bienes y servicios, el desarrollo de tecnología

(incluidas las telecomunicaciones, la automatización, el desarrollo e ingeniería de procesos, la investigación) y la infraestructura. Empresariales (finanzas, contabilidad, gestión de calidad, relaciones públicas), asesoramiento jurídico, gestión integral).

4.2.3.5.3. Beneficio. Representa la diferencia entre el valor total creado por la empresa y los costos totales incurridos en la realización de estas actividades creadoras de valor.

4.2.3.6. Indicadores de gestión. Los indicadores numéricos son componentes del sistema de gestión diseñados para recopilar información importante sobre los aspectos fundamentales o cruciales de una organización, a través de la combinación y análisis de dos o más datos (Vidal, 2004).

De la misma manera, Párraga et al. (2021) indican que son herramientas gerenciales que permiten evidenciar la información obtenida de los saldos contables, cuyo uso correcto permite la toma de decisiones; teniendo en cuenta que un indicador de gestión es una medida cuantitativa que refleja el rendimiento de un proceso, permitiendo la comparación de esta medida con un estándar establecido, se pueden identificar variaciones que indiquen la necesidad de implementar acciones preventivas o correctivas según corresponda.

Los indicadores de gestión son fundamentales para asegurar la implementación efectiva de políticas corporativas y el desarrollo de planes estratégicos; son especialmente cruciales en pequeñas y medianas empresas, donde el aumento de complejidad exige descentralización y adaptabilidad; mismos que deben vincularse no solo a un área específica de la empresa, sino también a objetivos claros, facilitando así la alineación entre las metas estratégicas y los objetivos a corto plazo; en este marco, los indicadores se convierten en herramientas esenciales para los directivos, permitiendo un control eficiente y la ejecución de estrategias (Caceres, 2019).

La relevancia de la utilización de indicadores financieros en la toma de decisiones se encuentra en que la medición representa un medio para evaluar el estado de las pequeñas y medianas empresas en sus diferentes aspectos, proporcionando información esencial para la toma de decisiones y la dirección de recursos hacia la implementación de planes de mejora constante, entre otros objetivos (Párraga et al., 2021).

Por lo tanto, como menciona Vidal (2004) que los indicadores permiten:

- Recopilar información relevante acerca de los elementos esenciales y cruciales de la organización, utilizando la correlación entre dos o más conjuntos de datos.
- Expresar gráficamente el análisis de la evolución de los resultados.
- La observación específica de una o más áreas funcionales.

- Medir una dimensión particular de la acción administrativa.
- El análisis de las cualidades básicas de los criterios de evaluación.
- Formular hipótesis sobre los resultados de las acciones para mejorar el desempeño.

De tal manera es importante conocer los tipos de indicadores que permitirá el análisis de las empresas de manera adecuada (véase Tabla 1).

Tabla 1
Tipo de Indicadores

| Tipo de Indicador | Descripción |
|--|--|
| Indicadores de Diagnóstico | Ofrecen información fundamental sobre la situación actual de la unidad de información. Ayudan a definir y priorizar necesidades, orientando la asignación de recursos. |
| Indicadores de Seguimiento | Necesarios para la ejecución de actividades, programas y proyectos. Proporcionan información sobre el comportamiento de variables, guiando la ejecución y sirviendo como insumo para planificar nuevas actividades. |
| Indicadores de Eficiencia | Relacionan la cantidad de una actividad con el tiempo de desarrollo, medidos en porcentaje de ejecución en diferentes periodos. Determinan la necesidad de ajustes o continuación en las mismas condiciones. |
| Indicadores de Calidad | Evalúan si las actividades del proyecto cumplen con las especificaciones técnicas establecidas. Esto se logra mediante la revisión de los informes de progreso que entrega el encargado de supervisar el proyecto. |
| Indicadores de Evaluación y Resultados | Verifican el cumplimiento de los objetivos de actividades y proyectos, así como su contribución a los objetivos de la unidad de información. Expresan el grado de obtención de beneficios previstos y suministran información para la preparación de nuevas actividades y proyectos. |
| Indicadores de Operación y Resultados | Relacionan costos del producto/servicio con el tiempo invertido en la producción (Indicadores de Eficiencia). Incluyen Indicadores de Cobertura y de Calidad, evaluando bienes/servicios producidos por la unidad de información. |
| Indicadores de Impacto | Evalúan el impacto de actividades o proyectos en los indicadores de diagnóstico debido a su ejecución. Cada actividad o proyecto influye en estos indicadores de alguna forma. |

Nota. Adaptada de Contreras (2005)

4.2.3.7. Factores de éxito de las empresas. Los factores críticos de éxito pueden ser tanto internos como externos a la empresa y tener un impacto positivo o negativo, son

elementos clave que necesitan ser identificados y entendidos por su capacidad para apoyar o poner en peligro la consecución de los objetivos de la empresa e incluso su supervivencia; es esencial prestarles atención especial para prevenir contratiempos inesperados o la omisión de oportunidades (Ferguson, 1982, citado en Villegas, 2005).

Messina y Hochsztain (2015) los definen como un conjunto de características relevantes abarca aspectos como el perfil, historial y conexiones de los emprendedores, así como su acceso a recursos fundamentales, tales como financieros, humanos e información. Además, se enfoca en el espíritu emprendedor, que se define en términos del diseño, gestación y puesta en marcha, así como en las etapas subsiguientes de desarrollo empresarial, mencionándolas como las cualidades del emprendedor, los aspectos del capital relacional y las particularidades del mercado, junto con ciertos elementos estratégicos, conforman este conjunto de características.

De esta manera como menciona Lapiedra et al. (2021) es importante que los factores de éxito estén relacionados con:

- Adoptar una perspectiva externa que considere las estrategias de consumidores, competidores, proveedores y otras industrias.

- Enfocarse en añadir valor en lugar de reducir costos, reconociendo que, aunque la reducción de costos puede ser un resultado positivo de la expansión del negocio, la diferenciación e innovación deben ser prioridades sobre la eficiencia.

- Compartir los beneficios tanto dentro de la organización como con los principales stakeholders externos con los que la empresa colabora.

- Mejorar la comprensión de los consumidores, sus relaciones y usos del producto o servicio. Reconocer la importancia de tener una visión clara del negocio, entendiendo que la innovación no solo se refiere a la adopción de nuevas tecnologías, sino también a la creación de nuevos modelos de negocio.

- Utilizar la información derivada de los sistemas de información (SI) para el desarrollo del negocio, aprovechando datos sobre los patrones de consumo y necesidades latentes de los consumidores actuales, así como información sobre productos potenciales obtenida mediante el análisis de redes sociales o grandes buscadores. Buscar materializar los beneficios del acceso a la información, considerándola como un activo estratégico fundamental en la empresa.

4.2.3.8. Estadísticas y promedios de la industria. Las estadísticas de la industria son conjuntos de datos recopilados a partir de diversas empresas, las cuales están categorizadas en función de su producto o actividad principal, como la producción de aperitivos o la prestación de servicios; estos datos compilados tienen la finalidad de representar una tendencia promedio para cada sector industrial en una variedad de áreas, abarcando aspectos como las ventas totales

y los costos de los insumos; en términos generales, las empresas emplean las estadísticas de la industria como un punto de referencia para evaluar su propio rendimiento, con el objetivo de alcanzar el promedio del desempeño de la industria en cuestión (Spiegato, 2023).

Como argumenta United Nations Statistics (s.f.) las estadísticas de la industria ofrecen datos sobre la actividad económica, especialmente en los sectores de minería, manufactura y servicios públicos, esta información puede comprender indicadores que detallan la situación y el crecimiento de sectores específicos de la economía centrados en la producción de bienes, así como indicadores que describen los resultados de la producción física.

4.2.3. Sectores económicos

La Real Academia de la Lengua (RAL,2022) señala que “sector es un conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva” (p. 4).

Como argumenta Sanchez (2020) son actividades o conjuntos de actividades económicas, que se divide a efectos de su análisis la actividad económica nacional; misma que se ha hecho clásica la clasificación del conjunto de actividades económicas de un país en tres grandes grupos o sectores: sector primario (minería, agricultura, ganadería, pesca y silvicultura), sector secundario (Industrias manufactureras o transformadoras) y sector terciario (comercio y servicios en general). En términos más precisos, un sector económico se define como el grupo de actividades productivas o comerciales que comparten una serie de características similares, es decir, son empresas que poseen una naturaleza común

4.2.3.1. Clasificación de los sectores económicos. Según la economía clásica, los sectores económicos se dividen en tres categorías principales: el sector primario, el sector secundario y el sector terciario. Estas divisiones se basan en:

Tabla 2
Definición de la división de los sectores económicos

| Sector | Definición |
|---------------------------------------|---|
| Sector Primario | Denominado también como sector agropecuario, se dedica a la obtención de recursos naturales, ya sean renovables o no renovables, con el propósito de transformarlos en materias primas sin elaborar. Estas materias primas tienen como destino principal la producción industrial y el suministro de ciertos tipos de servicios |
| Sector Secundario o Industrial | Abarca las actividades económicas centradas en la conversión de las materias primas, lo que incluye tanto la industria como la construcción. Empleando procesos industriales para modificar esos recursos. |

| Sector | Definición |
|-------------------------|---|
| Sector Terciario | Engloba todas aquellas actividades que no se enfocan en la producción de mercancías, sino en la provisión de servicios y bienes. En la actualidad, este sector ha experimentado una diversificación significativa y un crecimiento notable. |

Nota. Adaptado de Creditea (2022)

4.2.3.2. Clasificación industrial internacional uniforme. La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), creada por las Naciones Unidas, tiene como objetivo funcionar como un estándar internacional, ofreciendo un sistema de categorías de actividades económicas, este sistema está diseñado para facilitar la recopilación y el intercambio de datos estadísticos asociados a dichas actividades (Naciones Unidas, 2009).

Misma que ha sido extensamente empleada a nivel nacional e internacional con el propósito de categorizar la información en función del tipo de actividad económica, abarcando sectores como la producción, la ocupación, el producto interno bruto, y otras áreas estadísticas relevantes; constituye una herramienta fundamental para analizar los fenómenos económicos, facilitar la comparabilidad de datos a nivel internacional, brindar directrices para la formulación de clasificaciones a nivel nacional, y promover el desarrollo de sistemas estadísticos nacionales robustos (Base de datos estadística de la Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2023).

Dentro de este contexto, a nivel internacional, las Naciones Unidas proponen la siguiente clasificación de las actividades productivas, que se detalla en la Tabla 3:

Tabla 3
Estructura detallada de la clasificación

| Categoría | 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 |
| 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 |

| Categoría | Descripción |
|------------------|---|
| O. | Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria |
| P. | Enseñanza P. E |
| Q. | Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social |
| R. | Artes, entretenimiento y recreación |
| S. | Otras actividades de servicios |
| T. | Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio |
| U. | Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales |

Nota. Datos tomados de Naciones Unidas (2009).

4.2.4. Sector de servicios

Este sector se caracteriza por la composición de múltiples procesos y actividades con el propósito de atender las necesidades de la población mediante la provisión de servicios (Paredes et al., 2019).

Asimismo, se describe el sector como un ámbito que abarca una variedad de actividades, que van desde servicios profesionales hasta servicios de seguridad y administrativos, entre otros; adicionalmente, señalan que este sector desempeña un papel crucial en el desarrollo de una economía, dado que su crecimiento constante está estrechamente relacionado con la generación de empleo y la competitividad de las empresas dentro del sistema (Paredes et al., 2019).

La industria de servicios representa la fuerza motriz preponderante de la economía mundial, desempeñando un papel crucial al generar la mayoría de las oportunidades laborales y fomentar el desarrollo económico tanto en naciones desarrolladas como en vías de desarrollo. Se ha observado que esta industria va adquiriendo una posición cada vez más predominante en la estructura económica, atribuible a su creciente relevancia no solo en la generación de valor y empleo, sino también en el ámbito de la colaboración empresarial intersectorial (Sadiq et al., 2023).

Con base en lo mencionado previamente, el sector en la economía pertenece al sector terciario, se enfoca en actividades relacionadas con el desarrollo y la satisfacción de las necesidades de la población, así como de instituciones y entidades (Paredes et al., 2019).

4.2.5. Actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza

Esta actividad comprende a proporcionar servicios de belleza, cuidado e higiene, con el objetivo principal de mejorar y mantener una imagen saludable para sus clientes, la peluquería es un servicio esencial dentro de un centro de belleza, desempeñando un rol clave en el cuidado personal y satisfaciendo las necesidades de aquellos que buscan aprovechar sus

variados servicios; sumado a esto se considera una profesión llena de creatividad, centrada en realizar cambios estéticos en el cabello y creador de estilos y que también orienta a los clientes sobre cómo mantener su look con diversos productos y técnicas (Imbaquingo, 2022).

Según el Ministerio de Salud Pública (MSP, 2013), define una peluquería es un lugar donde se llevan a cabo tratamientos cosméticos y estéticos para el cabello, el cuero cabelludo y el vello facial, utilizando únicamente productos cosméticos. Por otro lado, los salones de belleza se definen como establecimientos que ofrecen servicios no invasivos, incluyendo peluquería, depilación con cera y/o productos cosméticos, manicura, pedicura y maquillaje.

Las actividades empresariales relacionadas con este sector forman parte del conjunto servicios personales que, a su vez, se engloban dentro del sector servicios, es importante tener en cuenta que la industria de la belleza abarca una extensa gama de productos y servicios, que incluyen desde cirugías estéticas y tratamientos de belleza hasta peluquería, fabricación y comercialización de cosméticos, perfumes, entre otros (Bravo y Samaniego, 2015).

Dentro de esta actividad como mencionan Brito y Ogechukwu (2018) los servicios que incluyen en esta actividad se encuentran los siguientes: lavar, cortar, peinar, teñir, poner mechas, hacer permanentes y alisar el cabello, así como otros tratamientos capilares similares para ambos sexos, incluye también el afeitado y arreglo de barbas; abarca masajes faciales, manicura, pedicura, aplicaciones de maquillaje y otros; extendiéndose al estilismo capilar y la aplicación de maquillaje de larga duración.

El Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU) categoriza este sector de la industria de la siguiente forma:

Tabla 4

Codificación de las Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza según el CIIU

| Código | Denominación |
|---------------|---|
| S9602 | Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza |
| S9602.0 | Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza |
| S9602.00 | Actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares para hombres y mujeres; afeitado y recorte de la barba; masajes faciales, manicura y pedicura, tatuajes, maquillaje, etcétera. |

Nota. La tabla muestra la clasificación alfanumérica. Fuente: Naciones Unidas (2009)

El sector de actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza, se compone de negocios que generalmente no cuentan con una estructura organizativa compleja, ya que la mayoría son microempresas con un equipo de hasta cinco trabajadores (Bravo y Samaniego, 2015).

4.2.5.1. Clasificación de las actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza. Según Bravo y Samaniego (2015) la categorización de estos locales de belleza según el tamaño y la actividad que realizan es la siguiente:

4.2.5.1.1. Según el tamaño. Por lo general, en estos salones de estética, el número de empleados varía de una a cinco personas. En los casos de establecimientos de menor tamaño, suele haber de una a dos personas, siendo la primera la persona propietaria o representante legal, y la segunda un asistente. Además, existen salones de belleza de mayor envergadura en los que trabaja un promedio de cinco empleados. Por último, se encuentran establecimientos que poseen una o más sucursales, donde laboran aproximadamente cinco empleados en cada una.

4.2.5.1.2. Según las actividades que realizan. De acuerdo a las actividades que realizan los negocios de esta actividad, se encuentra la siguiente clasificación.

-Peluquerías: Establecimientos donde se brindan servicios tales como cortes de cabello, estilos de peinado, alisado, colocación de extensiones, permanentes, teñido, uso de pelucas y postizos, rizado de pestañas, depilación, manicura, pedicura, consultoría y transformación de imagen, entre otros.

-Locales para el cuidado de las uñas: Engloba servicios tales como manicura, pedicura, aplicación de uñas postizas, entre otros.

-Spas: Comprende una variedad de servicios como masajes reductores, masajes relajantes, aplicaciones de cremas, tratamientos con barro, uso de aguas termales, hidromasajes, saunas, aromaterapia, así como mascarillas faciales rejuvenecedoras, entre otros.

-Otros centros de estética: Estos establecimientos pueden también ofrecer actividades más especializadas, como la aplicación de bótox, tratamientos con láser, peelings, drenaje linfático, maquillaje permanente, bronceado en solárium, liftings, micropigmentación, entre otros.

De la misma manera como consideran Gallego y Rodriguez (2016), dentro del sector existen un salón de belleza es un lugar diseñado para ofrecer una variedad de servicios estéticos, principalmente centrados en el cuidado y mantenimiento de la piel tanto facial como corporal; adicionalmente, proporciona servicios como manicura, pedicura, depilación y maquillaje a sus clientes. Por otro lado, una barbería es un establecimiento que se especializa en atender a caballeros, ofreciendo servicios relacionados con el cuidado y estilización de la barba.

4.3. Fundamentación legal

En esta sección se incluyen las fuentes legales a nivel nacional y la normativa que ha sido ratificada y se encuentra en vigor en Ecuador, y que resultan relevantes para abordar el tema.

4.3.1. Resolución que rige la obligatoriedad de llevar contabilidad.

Las personas naturales y las sucesiones indivisas que generen ingresos sujetos a este impuesto, incluyendo actividades agrícolas, pecuarias, forestales u otras similares, así como profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes, y otros trabajadores autónomos que obtengan ingresos de capital, están requeridos a llevar registros contables. Esto aplica también a aquellos que operen con un capital propio al iniciar sus actividades económicas; aquellas personas naturales y sucesiones indivisas que, al inicio del año fiscal, manejen un capital, o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio previo superen los \$300.000, están incluidas en esta categoría; abarcando a quienes se dediquen a actividades agrícolas, pecuarias, forestales u otras similares, así como a profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y otros trabajadores autónomos (Reglamento para aplicación Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno [LORTI] de Ecuador, 2010, Artículo 37).

El Servicio de Rentas Internas tiene la responsabilidad de supervisar de manera estricta a todos los contribuyentes que desarrollen actividades económicas en Ecuador; establecen diversos procedimientos que deben ser seguidos; para las personas naturales que están obligadas a llevar contabilidad, es importante destacar que tanto los ciudadanos ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país tienen responsabilidades tributarias con el Estado. Estas obligaciones deben ser cumplidas para contribuir a una sociedad cada vez más justa y equitativa, donde la generación de riqueza se distribuya de manera más equitativa, basada en el principio fundamental de solidaridad; la obligación tributaria se define como el lazo jurídico y personal entre el Estado y los contribuyentes; por lo que a través de este vínculo, se espera que los ciudadanos aporten a la sociedad mediante el pago de impuestos y el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias establecidas en el país (Servicio de Rentas Internas [SRI], 2018).

4.3.2. Resolución nacional para la clasificación de empresas

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros adoptó, a través de una resolución, la categorización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) según las directrices establecidas por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la normativa interna en vigor. Esto se llevó a cabo de acuerdo a la Tabla 5.

Tabla 5
Clasificación nacional de empresas

| Variables | Personal ocupado | Valor bruto de ventas anuales | Monto de activos |
|------------------|-------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| Micro Empresa | De 1 – 9 | ≤ \$ 100 000 | Hasta \$ 100 000 |
| Pequeña Empresa | De 10 – 49 | \$ 100 000,00 hasta \$ 1 000 000 | De \$ 100 001 hasta \$ 750 000 |
| Mediana Empresa | De 50 – 199 | \$ 1 000 001 hasta \$ 5 000 000 | De \$ 750 001 hasta \$ 3 999 999 |
| Grande Empresa | ≥ 200 | > \$ 5 000 000 | ≥ \$ 4 000 000 |

Nota. Adaptado de la Cámara de Comercio de Quito (2017)

Chávez et al. (2018) aluden que el SRI define a las PYMES como pequeñas y medianas empresas que, según criterios como volumen de ventas, capital social, número de empleados y nivel de producción o activos, exhiben características específicas de este tipo de entidades económicas. Comúnmente en Ecuador, las pequeñas y medianas empresas establecidas se dedican a una variedad de actividades económicas, entre las cuales se pueden destacar las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

4.3.3. Normativa del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza

Es importante conocer que, dentro del sector, en Ecuador existe una normativa establecida por el MSP (2013) los centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza deben adherirse a las normativas especificadas en el reglamento para la concesión de permisos de funcionamiento a establecimientos bajo vigilancia y control sanitario, tanto para su instalación como para el desarrollo de sus actividades, de la misma manera menciona que para la instalación y funcionamiento de los establecimientos objeto del presente reglamento, los mismos deben contar con:

- Áreas y espacios distribuidos de acuerdo a las actividades que se realizan.
- Pisos paredes y superficies de trabajo lisos, de fácil limpieza y desinfección.
- Equipos, materiales y mobiliario en buen estado para su funcionamiento.
- Baños y baterías sanitarias

- Manuales de procedimientos de operación, que deberán contener las actividades que se realizan incluyendo las normas de bioseguridad.
- Procedimiento de Limpieza, desinfección y esterilización de utensilios, materiales y equipos con sus respectivos registros.
- Procedimientos escritos para el manejo de desechos.
- Registro de limpieza y desinfección de los baños y/o baterías sanitarias del establecimiento.

4.4. Organismos de control

Encargados del estado con el fin de establecer regulaciones para las actividades tanto públicas como privadas; sin embargo, este proceso solo es efectivo si se acompaña de un sistema de control independiente que garantice la adherencia a estas normativas; hay diferentes tipos de organismos de control, adaptados a distintos sectores: en el ámbito privado, por ejemplo, se incluyen el control tributario y financiero, mientras que, en el público, el control se basa en el principio de legalidad, mismo que asegura que las instituciones estatales actúen conforme a la ley, garantizando así la eficiencia y transparencia de las actuaciones de los servidores públicos (Pérez y Tipan, 2020).

4.4.1. Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas, entidad responsable de la gestión de políticas fiscales, es reconocido por su autonomía en el desarrollo de políticas y tácticas administrativas. Destacada por su transparencia y determinación en la toma de decisiones, esta institución juega un papel vital en promover una recaudación tributaria efectiva, lo cual es esencial para el fomento de la cohesión social. Asimismo, es notable por su implementación de la normativa fiscal en el ámbito de la peluquería de manera clara, procurando un equilibrio entre la eficiencia operativa y la integridad en sus prácticas, destacando sistemas como el RIMPE (SRI, 2023).

4.4.2. Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares en el Ecuador

La Ley de Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal establece que el RIMPE, es un sistema para el pago del impuesto a la renta dirigido a emprendedores y negocios, que pueden ser tanto individuos como entidades legales; mismo que es aplicable a aquellos cuyos ingresos anuales sean superiores a cero y no excedan los trescientos mil dólares estadounidenses (\$300 000,00).

Los sujetos pasivos dentro de este régimen pagan impuesto a la renta de acuerdo con una tabla progresiva aplicada solo a los ingresos provenientes de actividades no excluidas del régimen; el régimen RIMPE tiene una duración obligatoria de tres años, pero si un

contribuyente supera el límite de ingresos establecido, deberá pasar al régimen ordinario de impuesto a la renta en el siguiente ejercicio fiscal. Los deberes formales de los sujetos pasivos en este régimen incluyen llevar registros de ingresos y gastos, emitir comprobantes de venta y cumplir con los pagos correspondientes (Ley de Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal de Ecuador, 2021, Artículo 97.5).

4.4.3. Ministerio de Salud Pública (MSP)

El Ministerio de Salud Pública en Ecuador, se establece como un ente regulador nacional de la salud, se encarga de velar por el bienestar sanitario de sus habitantes; lo realiza mediante la gestión y fomento de la salud, la prevención de enfermedades, el monitoreo y aseguramiento de la calidad, la investigación y el suministro de servicios de salud completos y coherentes; implementando buscar proteger la salud y seguridad de la ciudadanía, e incluyen lineamientos sobre la adecuada disposición de los espacios laborales, el mantenimiento de distancias seguras entre personas, la desinfección de objetos y el seguimiento de otras medidas sanitarias esenciales (MSP, 2023).

4.4.4. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria de Ecuador, se dedica a la supervisión y regulación de la calidad de productos destinados al consumo humano, incluyendo alimentos, medicinas y dispositivos médicos. Su misión es asegurar la protección de la salud pública, verificando que estos productos cumplan con normas de calidad y seguridad. Esta entidad tiene la autoridad para otorgar certificaciones y permisos, llevar a cabo inspecciones y monitorear la publicidad de los productos, además de implementar sistemas de seguimiento para medicamentos y tecnología sanitaria (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA], 2023)

4.5. Marco histórico de las peluquerías y otros tratamientos de belleza

Según Betancour (2016), en el transcurso del siglo XX, se experimenta una rápida evolución y se asiste al establecimiento definitivo de la moda; a partir de esta época, este sector adopta su propio estilo, impulsado por el surgimiento de los medios de comunicación masiva. La identificación con ideales femeninos o masculinos, proyectados en las grandes pantallas, la televisión y las revistas de entretenimiento, se convierte en una tendencia marcada, estableciendo los salones de belleza como una institución consolidada.

En los primeros años, la tendencia capilar se inclina hacia un aspecto natural, motivado por la necesidad de comodidad y rapidez en el arreglo personal; sin embargo, la revolución industrial, incorpora a la mujer al mercado laboral, crea una oportunidad significativa para la

industria de la peluquería; posteriormente, para las mujeres, surgen opciones como ondas elegantes, rulos profundos o cabellos lisos, adaptándose a distintos gustos.

En el caso de los hombres, después de las dos guerras mundiales en las que el estilo militar había impuesto la forma de cortarse el pelo al estilo americano, específicamente el estilo soldado, se produce un cambio notorio en los años 60 y 70. Con la llegada de los Beatles y el movimiento hippie, se liberan de los cortes rígidos y permiten que sus cabellos crezcan. En el inicio del siglo XXI, la narrativa cambia, ya no se habla tanto de moda como de tendencia; este término sugiere más que impone, otorgando a las personas la libertad de elegir el color, la textura y la longitud que prefieran, ya sea para hombres o mujeres.

En cuanto a la evolución del sector, se observa una tendencia hacia la creación de salones que buscan transmitir una imagen distintiva, caracterizada por la calidad, el servicio y la relación calidad-precio de manera integral. Los expertos en esta industria sostienen que los clientes buscan espacios agradables en cuanto a su imagen y decoración, donde se les brinde atención personalizada y donde puedan acceder a una amplia gama de servicios, que van más allá de los tradicionales de un salón de peluquería y belleza, incluyendo la posibilidad de adquirir complementos; todo esto se ofrece en un entorno que promueve la atención, la imagen y la moda, poco a poco, el tradicional corte de cabello está siendo reemplazado por servicios más contemporáneos, que hacen hincapié en la creatividad, el cuidado, la creciente demanda por parte del público masculino y una variada oferta de servicios personalizados. Es por este motivo que la estética se ha convertido en una oferta adicional de interés que las peluquerías están empezando a proporcionar (Alonso, 2014).

5. Metodología

5.1. Localización

La investigación se realizó en el distrito 11D06, abarcando los cantones de Calvas, Gonzanamá y Quilanga en la provincia de Loja, ubicada en el sur de Ecuador. Cada uno de estos cantones posee características únicas; en el caso de Calvas se sitúa en el extremo sur de Loja, cerca de la frontera con Perú; Gonzanamá se encuentra al norte de Calvas, mientras que Quilanga está situado entre Gonzanamá al norte y Espíndola al sur, con una población combinada de 42.260 habitantes; por lo que el estudio se centró en las parroquias urbanas de cada cantón: en Calvas, estas son Cariamanga, Chile y San Vicente; en Gonzanamá, la parroquia principal es Gonzanamá, la cabecera cantonal; y en Quilanga se enfocó en su parroquia homónima.

5.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación se realizó a través del enfoque mixto, mismo que según Hernández et al. (2010) mencionan que este enfoque constituye un grupo de procedimientos de investigación sistemáticos, empíricos y críticos que incluyen la recopilación y el análisis tanto de datos cuantitativos como cualitativos; de igual forma, estos métodos involucran la integración y el análisis conjunto de estos datos, permitiendo la generación de inferencias basadas en la totalidad de la información obtenida.

El enfoque cualitativo se emplea con el propósito de describir la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza, identificar los factores críticos para el éxito y establecer indicadores de desempeño empresarial; por otra parte, el enfoque cuantitativo se utiliza para la recopilación de datos estadísticos y el cálculo de promedios en relación a la actividad, a través de la tabulación y el análisis de encuestas, así como la utilización de información obtenida de fuentes secundarias.

5.3. Tipos en investigación

Los tipos de investigación implementados abarcaron tanto el enfoque exploratorio como el descriptivo.

5.3.1. Exploratoria

Este tipo permite explorar problemas que han sido poco estudiados hasta el momento, indagando desde perspectivas innovadoras; su principal contribución radica en ayudar a identificar conceptos promisorios que aún no han sido explorados en profundidad (Hernández et al., 2010). Así, se concluyó que la investigación fue de carácter exploratorio, debido a la

ausencia de estudios o antecedentes previos relacionados con el diagnóstico sectorial de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza.

5.3.2. Descriptiva

La investigación descriptiva radica en su habilidad para identificar y seleccionar las características clave del objeto de estudio, proporcionando una descripción minuciosa de sus componentes, categorías o clases; permitiendo una comprensión profunda y sistemática del tema investigado (Bernal , 2012).

Por lo tanto, este enfoque descriptivo contribuyo a describir las empresas en el sector de belleza, identificando los elementos que contribuyen al éxito, y de esta manera establecer los marcadores de rendimiento empresarial.

5.4. Diseño de investigación

El diseño transversal según Hernandez et al. (2010), se centran en recolectar datos en un único momento tienen como objetivo describir variables y examinar su incidencia e interrelación en ese intervalo en específico, enfocándose en la descripción de cómo diferentes modalidades, categorías o grados de una o más variables se manifiestan en una población.

Por lo cual, la investigación adoptará un enfoque de diseño transversal al estudiar una población durante un período determinado con el objetivo de recolectar información, tanto financiera como no financiera, con el propósito de generar estadísticas y promedios relacionados con la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza.

5.5. Métodos de investigación

Los métodos utilizados en la investigación incluyeron el método inductivo, deductivo y sintético, mismos que contribuyeron al logro de los objetivos específicos del estudio.

5.5.1. Inductivo

El método inductivo es el cual deriva conclusiones de alcance general a partir de hechos específicos reconocidos como válidos; mismo que comienza con un análisis de casos individuales, sobre los cuales se construyen conclusiones que se proponen como leyes, bases fundamentales de una teoría (Bernal, 2012).

El cual contribuyó al logro del segundo objetivo, simplificando la obtención de datos tanto primarios como secundarios relacionados con la información financiera y no financiera de cada empresa dentro del sector de belleza; posibilitando la organización, análisis y cálculo de estadísticas y promedios específicos del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza.

5.5.2. Deductivo

Este método examina postulados, teoremas, leyes y principios de aplicación universal y reconocida validez, con el objetivo de aplicarlos a la resolución de situaciones o hechos específicos (Bernal, 2012). El mismo que contribuyó a la definición de los indicadores de rendimiento empresarial en el ámbito de la actividad del sector bajo estudio, en concordancia con el segundo objetivo.

5.5.3. Sintético

El método sintético, facilita la extracción de leyes generalizadoras, mediante la síntesis aporta un nivel de conocimiento elevado al introducir elementos innovadores que no estaban presentes en los conceptos anteriores. Sin embargo, adquirir un juicio sintético es complejo, ya que se basa en la intuición reflexiva y el sentido común, aspectos intrínsecos de la personalidad que son relativamente inmutables en el tiempo (Behar, 2008) . Esto facilitó a la obtención de estadísticas y promedios relativos a la actividad del sector bajo análisis, y posibilitará la formulación de conclusiones en función de los resultados obtenidos en el estudio.

5.6. Técnicas e instrumentos

En la presentación de la investigación, se emplearon técnicas de recolección de datos y métodos bibliográficos.

5.6.1. Observación

Este enfoque de recopilación de datos implica la documentación sistemática, veraz y fiable de comportamientos y situaciones que pueden ser observadas, utilizando para ello un conjunto definido de categorías y subcategorías (Hernández et al., 2010). Para recabar información general y evaluar aspectos específicos como la ubicación y la infraestructura del sector, se realizó la técnica de observación. Esta se llevó a cabo mediante una ficha de observación que incluía 10 variables diferentes, cada una calificada en una escala de 1 a 5, donde 1 representa un nivel bajo y 5 un nivel alto (Anexo 4). Este método fue diseñado específicamente para identificar factores clave de éxito, que son medibles de forma visual, ya que constituyen a factores no financieros.

5.6.2. Encuesta

Tras la revisión bibliográfica y la identificación de características, factores de éxito e indicadores de desempeño organizacional, tanto financieras como no financieras, se diseñó una encuesta para recopilar datos primarios, misma que estuvo compuesta de 24 preguntas, se centró en obtener información tanto de aspectos financieros (como activos, deudas,

inversiones, etc.) como no financieros (incluyendo número de empleados, proveedores, etc.) de las empresas objeto del estudio (Anexo 3), con el objetivo de establecer estadísticas relevantes de la industria.

5.6.3. Investigación documental

Mediante la investigación documental, dio la oportunidad de examinar investigaciones previas relacionadas con el diagnóstico del sector a nivel global y nacional; del mismo modo, se accedió a fuentes primarias y secundarias, como libros, sitios web, portales institucionales, entre otros, con el fin de describir la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza, identificar elementos cruciales para el éxito y definir los indicadores de rendimiento empresarial.

5.7. Población

La población objeto de estudio fueron los locales comerciales dedicados a la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza, localizados dentro de los límites de los cantones de Calvas, Gonzanamá y Quilanga. De acuerdo a la base de datos digital del SRI (2023) referente a la CIU de la provincia de Loja, constando 75 empresas clasificadas dentro de esta actividad con codificación S9602.00, de las cuales 59 pertenecen a Calvas, 15 a Gonzanamá y 1 a Quilanga.

Luego de la visita de campo, se identificaron 63 peluquerías en total: 48 en Calvas, 11 en Gonzanamá y 4 en Quilanga; de estos establecimientos, 52 accedieron a proporcionar información. En el caso específico de Calvas, se encuestaron 38 empresas, mientras que en Gonzanamá se incluyeron todos los establecimientos y en Quilanga, 3 de ellos.

5.8. Procesamiento y análisis de datos

Inicialmente se realizó la revisión bibliográfica, misma que consistió en la búsqueda de toda la información posible con respecto a los negocios dedicados a la actividad peluquería y otros tratamientos de belleza en bases de datos web, obteniendo información objetiva en investigaciones acerca de los salones de belleza, y las definiciones del Ministerio de Salud de Ecuador, seguidamente se procedió a establecer la codificación del sector de la belleza según la clasificación nacional uniforme.

De la misma manera, se caracterizó el perfil del cliente que, considerando la demanda según las necesidades de las personas, se estableció que es el total de la población de los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga, datos obtenidos en el censo 2022, por lo que se realiza la proyección de la población propuesta por el INEC solo para obtener el total de la población del año 2023, en la que se aplicó la siguiente fórmula:

$$M=C(I+i)^n$$

Donde:

M = Población proyectada

C = población inicial en el periodo

I = tasa de crecimiento poblacional

n = tiempo en años

Para cuantificar el número de empresas activas en el sector de la belleza, se llevó a cabo una visita in situ para confirmar la presencia de dichas empresas. Durante estas visitas, se explicó la naturaleza y relevancia del proyecto; distribuyendo folletos informativos para la sensibilización (ver Anexo 1), lo que facilitó el acercamiento a las peluquerías y destacando la importancia de la investigación.

Para el cumplimiento del segundo objetivo comprendió de dos aspectos la determinación de factores de éxito los mismos que resaltaron en contar con personal competente y bien capacitado, ofrecer una amplia variedad de servicios, y aplicar estrategias efectivas de marketing y promoción; es esencial también el continuo mejoramiento e innovación en los servicios y productos ofrecidos, de acuerdo a los factores mencionados en la investigación de los autores Valencia y Cano (2020), se pudo contrastar con la investigación realizada, A continuación, se procedió a identificar, clasificar y determinar los indicadores útiles para el monitoreo y control de los factores críticos de éxito; tras definir estos indicadores y factores, se elaboró una matriz que facilitó la creación de una encuesta (Anexo 5).

Finalmente, en el tercer objetivo, se procesó y organizó la información recolectada utilizando Microsoft Excel, como primer paso, se presentó la información general organizada según las cuatro perspectivas de la encuesta, seguida por los indicadores específicos aplicados. Para gestionar datos atípicos, se implementó la técnica de Winsorización, empleando percentiles, para valores extremos superiores, se utilizó un umbral del 90% (percentil 0,90), y para los inferiores, un 10% (percentil 0,10), basándose en la premisa de una distribución normal, aplicando esta técnica para la reducción de estos datos. La fórmula empleada en Excel para esta técnica fue: *PERCENTIL INC:(matriz;k)*.

Posteriormente, se emplearon indicadores de desempeño organizacional determinando las estadísticas y promedios específicos del sector de la belleza, acompañados de un análisis e interpretación especificados, se utilizaron tablas y figuras para mejorar la claridad y comprensión de los datos, de esta manera se sentó las bases para la creación final del volante destinado a la difusión de los resultados obtenidos (Anexo 2).

6. Resultados

6.1. Objetivo 1: Caracterizar la sección de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja, para definir los factores claves de éxito del sector empresarial.

Se especifica las características generales del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza, con el fin de describir las estadísticas del sector a nivel nacional, cuantificar los actores a nivel provincial y cantonal, en específico del distrito 11D06, definir el enfoque de los servicios que oferta el sector y especificar el perfil de los clientes potenciales.

6.1.1. Particularidades de la subclase de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06

6.1.1.1. Principal actividad económica. Las peluquerías o salones de belleza son lugares enfocados en brindar servicios como lavar, cortar, arreglar, estilizar, teñir, dar color, rizar y alisar el cabello, así como otras actividades parecidas, tanto para hombres como para mujeres; establecimientos ideales para aquellos que desean conservar o modificar su estilo personal y realzar su imagen.

6.1.1.2. Codificación CIU del sector. El código de la subclase dentro de la clasificación internacional industrial uniforme es S9602.00, dentro del mismo existe una categorización entre las actividades que se realizan dentro de la industria de la belleza.

Se evidencia la estructura de codificación de sectores, por lo que es importante notar que la sección se identifica con una letra, la división con dos dígitos, el grupo con tres dígitos, la clase con cuatro dígitos, la subclase con cinco, y para finalizar la actividad económica dentro de la subclase de la industria de la belleza está conformado por seis dígitos.

6.1.1.3. Participación del mercado del sector. En este apartado se define la contribución del sector de servicios personales en la provincia de Loja, mismo que también se enfoca en la aportación específica de la actividad de la subclase correspondiente, tal como se presenta en la Tabla 6.

Tabla 6

Porcentaje de participación del sector en la provincia de Loja

| Nomenclatura | Provincia | | Distrito 11D06 | |
|--|-----------|-------------------|----------------|-------------------|
| | Cantidad | Participación (%) | Cantidad | Participación (%) |
| S96 Otras actividades de servicios personales. | 6 159 | 7,83 | 319 | 0,41 |
| S9602.0 Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza. | 1 151 | 1,46 | 63 | 0,08 |

La Tabla 6 muestra que las empresas de servicios personales se distribuyen en el total de empresas de la provincia de Loja, representando un 7,83% según los registros del SRI. En particular, en el distrito 11D06, estas empresas constituyen un 0,41%; específicamente en peluquerías y otros tratamientos de belleza, su presencia es de un 0,08% del total de empresas en la provincia, reconociendo la importancia del sector para el crecimiento económico, especialmente en áreas de ingresos bajos, ya que impulsa el emprendimiento y fomenta tanto el empoderamiento económico como social, particularmente entre las mujeres. Conjuntamente, ofrece beneficios significativos para el bienestar y la salud mental de las personas, resaltando su impacto positivo más allá de lo económico.

Al mismo tiempo, en el proceso de investigación de campo para verificar el número total de empresas del sector en el mercado, se efectuó la visita in situ; durante este, se identificaron 63 empresas enfocadas en peluquería y otros tratamientos de belleza en las localidades de Calvas, Gonzanamá y Quilanga. (Véase en la Tabla 7)

Tabla 7

Cuantificación de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06

| Cantón | Número de empresas | Participación |
|---------------|---------------------------|----------------------|
| Calvas | 48 | 76,20% |
| Gonzanamá | 11 | 17,46% |
| Quilanga | 4 | 6,34% |

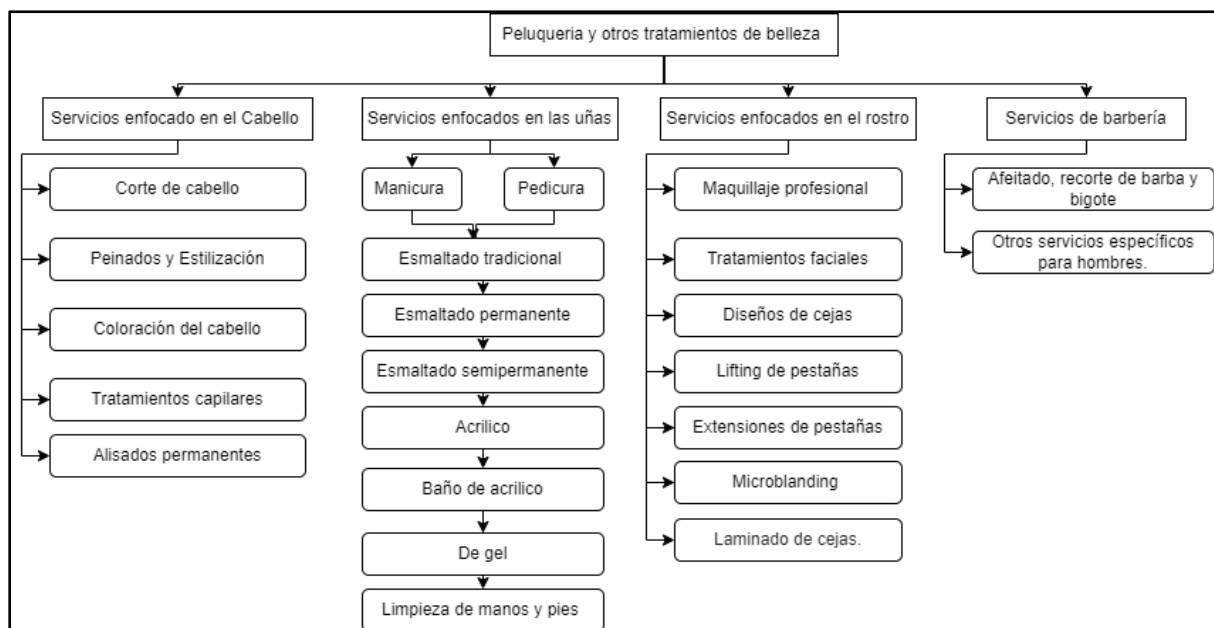
La Tabla 7 revela la existencia de 63 empresas, destacando que el cantón Calvas lidera en términos de participación con un 76,20%, mismo que es el cantón más grande en el estudio y presenta la mayor demanda de servicios; le sigue el cantón Gonzanamá con un 17,46% y, finalmente, el cantón Quilanga con el porcentaje restante; determinando que estos establecimientos están estratégicamente situados en áreas comerciales clave que tienen una gran influencia en el mercado de cada cantón, lo que evidencia una intensa competencia en el sector; debido a la popularidad de estos servicios entre la población, resaltando especialmente su papel en el empoderamiento femenino, ya que, muchas mujeres optan por emprender en este campo, aprovechando las habilidades adquiridas a través de cursos o estudios en institutos de belleza, lo que les permite iniciar sus propios negocios en esta actividad

Todas estas empresas están clasificadas como contribuyentes bajo el RIMPE y son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad; señalando que la cantidad de empresas identificadas difiere de los datos obtenidos de la base de datos del SRI; por lo que se puede establecer que esta discrepancia se explica por diversos factores, como situación económica,

cierre de locales comerciales, cambio de actividad económica o de domicilio, entre otros motivos.

6.1.1.4. Servicios principales que brindan la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza. El sector de estudio incluye una amplia gama de servicios disponibles para el público, cuyo objetivo es realzar la apariencia personal, proporcionar un tiempo de descanso y bienestar, y satisfacer requerimientos particulares en términos de belleza y cuidado personal. Estos servicios son prestados por peluqueros y peluqueras calificados, quienes tienen la capacidad de influir de manera positiva en la salud física y mental de sus clientes, tal como se ilustra en la Figura 6.

Figura 6
Servicios ofertados por una peluquería y otros tratamientos de belleza.



La variedad de servicios que oferta el ámbito de la peluquería y otros tratamientos de belleza son fundamentales para el sector, a través de ellos se logra la fidelización de los clientes; por lo que es esencial que se adapten a las tendencias actuales de la moda y comprendan las expectativas de los clientes, ya que esto contribuye significativamente al crecimiento y éxito de estos negocios.

6.1.1.5. Propuesta de valor. La actividad de la peluquería y los tratamientos de belleza se enfoca en realzar la apariencia y elevar la calidad de vida de los individuos; mediante técnicas de estilismo y cosmética variadas y actuales, estos servicios buscan ofrecer una experiencia personalizada que se alinea con las tendencias de belleza contemporáneas; con el objetivo de lograr una integración social exitosa a través de la apariencia, al tiempo que se impulsa la autoestima y el cuidado personal; centrándose en generar un impacto positivo en la

vida cotidiana de aquellos que valoran y buscan la excelencia en los servicios de belleza, mejorando así su bienestar general.

6.1.1.6. Características que la diferencian de otros sectores. La peluquería y los tratamientos de belleza se distinguen por su rol esencial en el sector de servicios, donde ofrecen prestaciones estéticas de naturaleza intangible, los cuales no solo juegan un papel crucial en la salud y el bienestar general, sino que también integran aspectos como la estética, la personalización y el bienestar emocional, creando así experiencias enriquecedoras y únicas para cada cliente, caracterizados por una atención minuciosa a las necesidades específicas de los individuos, adaptándose continuamente a las cambiantes tendencias de moda, determinando cualidades distintivas, que hacen de este sector dinámico y centrado en el cliente, se describen con más detalle en la Tabla 8.

Tabla 8

Características de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza

| Variable | Aspectos |
|----------------------|---|
| Apariencia personal | Gama de estilos en servicios de belleza, ejecutados de manera profesional. |
| Personalización | Personalización del servicio con conocimientos modernos y adecuados a cada cliente. |
| Experiencia técnica | Capacitación adecuada para ofrecer servicios adaptándose a las necesidades demandadas. |
| Calidad del servicio | Estándares en técnicas de peluquería y belleza, organización del tiempo por servicio, el rendimiento por empleado y la retención de clientes. |
| Tendencias de moda | Patrones actuales en estilos, diseños, colores; influenciados en diferentes factores enfocado en la preferencia de los consumidores. |

La Tabla 8 muestra las características únicas del sector de la belleza, destacando su enfoque en la apariencia personal, que hace que se distinga por una gran variedad de servicios personalizados, adaptados a cada cliente, los cuales requieren habilidades técnicas especializadas y deben cumplir con altos estándares de calidad y hospitalidad para asegurar la retención del cliente, un aspecto clave en este campo; igualmente, es esencial que el servicio esté al día con las últimas tendencias de moda para satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores.

6.1.1.7. Barreras de entrada para ingresar en el sector. En la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza, hay varias limitantes que dificultan la entrada de nuevos actores al mercado; un factor clave es la necesidad de contar con formación y certificación especializada, indispensable para ofrecer los servicios demandados; este sector se caracteriza por su alta competitividad, dada la abundancia de establecimientos que proporcionan servicios similares; lo que obliga a los negocios a mantener elevados estándares de calidad y a estar constantemente actualizados en técnicas y tendencias.

Es importante señalar que una de las principales barreras para entrar en el sector está relacionada con la inversión inicial requerida que abarca la adquisición de equipos, suministros y mobiliario necesarios para acondicionar el local; además, es crucial mencionar las normativas nacionales que regulan el funcionamiento de estos establecimientos, supervisadas por el ministerio de salud pública, las cuales estipulan la necesidad de contar con equipos, materiales y mobiliario en buen estado; considerando que es necesario cumplir con manuales de procedimientos operativos que incluyan las actividades realizadas, las normas de bioseguridad y el compromiso con la limpieza, desinfección y esterilización de los materiales utilizados.

6.1.2. Cuantificación de los actores de la subclase

Los servicios proporcionados por el sector de la peluquería y tratamientos de belleza están destinados a un público amplio, incluyendo tanto a mujeres como a hombres. En la actualidad, este ámbito se ha convertido en un aspecto crucial del cuidado personal, el cual juega un papel significativo en el fomento de la autoestima. Por tanto, en la Tabla 9 se presentan las características principales de los consumidores de la industria de la belleza.

Tabla 9

Características de los clientes del sector de peluquería y otros tratamientos de belleza.

| Aspectos | Características |
|-------------------------------------|--|
| Perfil del cliente | <ul style="list-style-type: none"> ● Abarca una amplia gama de edades ● Incluye mujeres y hombres ● Conciencia sobre la salud y la belleza ● Estilo de vida |
| Razones de uso del servicio | <ul style="list-style-type: none"> ● Mejora de la apariencia personal ● Optimizar el impacto positivo en su confianza y autoestima. ● Eventos especiales ● Asesoramiento profesional |
| Limitantes para acceder al servicio | <ul style="list-style-type: none"> ● Personas con escasos recursos ● Personas con horarios ajustados ● Dificultades para encontrar citas o servicios en horarios convenientes |

Las personas recurren a estos servicios principalmente por razones estéticas, buscando satisfacer necesidades regulares como el corte de cabello para conservar su apariencia. Tanto hombres como mujeres de diversas edades optan por servicios personalizados que se adaptan a las tendencias actuales, buscando reflejar su estilo personal y mantenerse al día con la moda.

6.1.2.1. Cuantificación de los clientes potenciales del sector. En el distrito 11D06, que comprende Calvas, Gonzanamá y Quilanga, al tener un conocimiento de las características de los clientes en el sector, es posible realizar una delimitación de la cantidad de clientes potenciales en el sector, como se puntualiza en la Tabla 10.

Tabla 10

Clientes potenciales de la actividad de peluquerías y otros tratamientos de belleza.

| Cantón | Cantidad |
|---------------|-----------------|
| Calvas | 26 042 |
| Gozanamá | 12 247 |
| Quilanga | 3 971 |

La Tabla 10 presenta una estimación de los clientes potenciales en el sector, mostrando la distribución demográfica de los cantones, a través del total de la población obtenida del censo de población y vivienda realizado en el año 2023, por medio de la fórmula de proyección indicada en la fase metodológica se determinó que el cantón Calvas tiene una cantidad mayoritaria de clientes potenciales; destacando que la mayoría de los consumidores son mujeres de entre 20 y 50 años, pertenecientes a clases medias o altas, quienes representan una parte significativa del consumo. Sin embargo, es importante señalar que los servicios ofrecidos en peluquería y otros tratamientos de belleza están dirigidos a cualquier persona con necesidades o deseos de cambios estéticos, igualmente algunos servicios, como el corte de cabello, son esenciales y necesarios para personas de todas las edades.

El sector de peluquería y tratamientos de belleza en el distrito 11D06 representa un área clave, proporcionando una variedad de servicios tanto para hombres como para mujeres de diferentes edades; destacando que el cantón Calvas tiene un porcentaje de participación del 76,20%, reflejando que la competencia en este sector es notable, debido a la alta demanda de estos servicios entre los habitantes. Muchos emprendedores ingresan a este sector, capitalizando las habilidades desarrolladas en cursos o en institutos especializados de belleza; para asegurar la excelencia en los servicios prestados, es esencial que los negocios adhieran a estrictas normas de bioseguridad y sigan manuales de procedimientos operativos.

6.2. Objetivo 2. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la sección de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja.

Para alcanzar el objetivo propuesto, se reconoció la importancia única de la industria de la belleza, lo que permitió establecer las características distintivas de este sector en comparación con otros; precisando los elementos que contribuyen al valor agregado de la industria, identificar los factores críticos para el éxito en este ámbito, y definir tanto indicadores financieros como no financieros para evaluar estos factores que se describen, incluyendo su unidad de medida y la fórmula correspondiente.

6.2.1. Factores claves de éxito

En el ámbito de la peluquería y otros tratamientos de belleza, tras analizar las particularidades y factores determinantes de este sector, se identificaron ocho factores críticos de éxito, derivados de estudios de investigación similares y se complementaron con visitas a establecimientos de belleza en el distrito 11D06. Aunque es posible que existan otros factores relevantes, los mencionados se consideran los más esenciales y son los que distinguen a este sector de otros.

Tabla 11

Factores claves de éxito de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza

| Factor | Detalle |
|------------------------------------|--|
| Personal competente y capacitado | Los profesionales que ofertan servicios en el sector de la belleza deben estar capacitados y contar con habilidades en constante desarrollo; siendo fundamental que se mantengan actualizados a través de formación continua, especialmente en técnicas nuevas, lo que les permite adaptarse a las cambiantes tendencias del mercado. |
| Variedad de servicios | Ofrecer una variedad de servicios en el sector de la belleza es clave para satisfacer las necesidades de los clientes, lo que a su vez ayuda a captar un público más diverso y fomenta su lealtad. Esta diversificación no solo responde a las demandas actuales, sino que también admite a los negocios adaptarse con mayor agilidad a las tendencias en constante evolución. |
| Marketing y promoción | Permiten a los negocios no solo mostrar la calidad de su trabajo, sino también crear expectativas entre potenciales clientes; creando divulgación de promociones y ofertas las cuales juega un papel clave en este proceso, contribuyendo a construir y fortalecer su imagen de marca. |
| Mejoramiento continuo e innovación | Actualizar y renovar constantemente las técnicas y servicios en el sector de la belleza es crucial para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia en la operación del negocio, ya que permite a los negocios destacar entre sus competidores y ofrecer a sus clientes lo último en tendencias y tecnologías. |

| Factor | Detalle |
|-------------------------------|---|
| Infraestructura y ambiente | La infraestructura y el ambiente de un centro de belleza son esenciales, ya que reflejan directamente su imagen y calidad; considerando que un espacio bien diseñado, que sea tanto estéticamente atractivo como funcional, juega un papel positivo en la experiencia positiva del cliente; incentivando a la fidelidad hacia el negocio. |
| Ubicación del local | El local es primordial que sea situado en un área de fácil acceso y alta visibilidad esto permite atraer a más clientes debido a su conveniencia y presencia prominente, mismo que puede aumentar el flujo de clientes. |
| Calidad de atención y acogida | La atención al cliente debe ser caracterizada por ser respetuosa, cálida, amable y personalizada puede impulsar la promoción del negocio a través del boca a boca, aumentando la probabilidad de atraer a nuevos clientes potenciales gracias a recomendaciones positivas. |
| Gestión adecuada | Manejo adecuado de los ingresos y gastos es esencial para la correcta planificación financiera en el sector de la belleza, ya que este control financiero es clave para lograr un equilibrio económico que permita ajustar estratégicamente los precios, asegurando así la sostenibilidad y el éxito del negocio. |

En la Tabla 11 se evidencia los factores de éxito del sector de la belleza, mismos que al ser establecidos previamente en la matriz base (Véase Anexo 5), mismos que pueden estar en contraste con relación a la investigación realizada por Valencia y Cano (2020) dentro de su modelo de negocio establecen claves para el éxito en donde mencionan que el éxito en la industria de la peluquería y belleza se basa en varios factores fundamentales. Tener personal calificado es crucial, ya que son ellos quienes directamente proporcionan la calidad y el servicio al cliente. Una oferta diversa de servicios, con especial énfasis en peinados específicos, ayuda a satisfacer una amplia gama de preferencias de los clientes. Un fuerte sentido de identidad en el negocio lo distingue dentro de un mercado competitivo. Reconocer la unicidad de cada cliente, valorando su tiempo y sugerencias, es esencial para proporcionar un servicio personalizado y de alta calidad. Además, el enfoque total en satisfacer las necesidades del cliente define la excelencia en el servicio. Finalmente, la adopción de modelos innovadores, como el asesoramiento de imagen en línea, muestra una adaptabilidad y visión de futuro, vital para mantenerse relevante y exitoso en este sector dinámico.

6.2.2. Indicadores de desempeño organizacional financieros

Para asegurar el rendimiento de los negocios enfocados en peluquería y otros servicios de belleza, así como para evaluar la efectividad de los factores de éxito ya mencionados, se utilizan indicadores financieros que son clave para medir la eficacia en la administración de

recursos, y son herramientas fundamentales para supervisar la evolución y el desarrollo de dichas empresas.

6.2.2.1. Indicadores de rentabilidad. Evalúan la eficiencia con la que las empresas del sector de belleza convierten sus ingresos en ganancias, mismo que contribuye a entender qué tan efectivamente se está gestionando el negocio en términos financieros, estos indicadores se muestran en la Tabla 12.

Tabla 12
Indicadores de rentabilidad

| Indicador | Objetivo | Fórmula | Unidad de Medida |
|---|---|------------------------|------------------|
| Margen neto de utilidades | Proporciona una medida clara de la eficiencia con la que una empresa convierte sus ventas en ganancias netas. | Utilidad neta/Ingresos | Porcentaje |
| Rendimiento sobre los activos totales (ROA) | Indica la eficiencia de la gestión de recursos disponibles para generar ingresos netos. | Utilidad neta/Activos | Porcentaje |

6.2.2.2. Indicadores de liquidez. Evalúan la capacidad de una empresa del sector de belleza para pagar sus deudas a corto plazo utilizando sus activos corrientes, estos indicadores se muestran en la Tabla 13.

Tabla 13
Indicadores de liquidez

| Indicador | Objetivo | Fórmula | Unidad de Medida |
|--------------------|---|--------------------------------------|------------------|
| Liquidez corriente | Mide la capacidad de solventar sus deudas a corto plazo con sus activos corrientes. | (Activo corriente/ Pasivo corriente) | Porcentaje |
| Capital de trabajo | Mide la capacidad operativa a corto plazo. | Activo corriente – pasivo corriente | Dólares |

6.2.2.3. Indicadores de endeudamiento. Evalúan el grado de apalancamiento financiero de una empresa del sector de belleza, es decir, hasta qué punto ha financiado sus operaciones, con los indicadores que se muestran en la Tabla 14.

Tabla 14
Indicadores de endeudamiento

| Indicador | Objetivo | Fórmula | Unidad de Medida |
|---------------------------|--|-------------------|------------------|
| Razón deuda sobre activos | Miden el grado en que los activos de una empresa están financiados con deuda | Pasivos / Activos | Porcentaje |

6.2.3. Indicadores de desempeño organizacional no financieros

Herramientas esenciales para evaluar las empresas enfocadas en peluquería y tratamientos de belleza son fundamentales para una toma de decisiones estratégica; estas herramientas permiten a dichas empresas no solo enfocarse en los aspectos financieros, sino también considerar elementos clave que garantizan su éxito sostenido y a largo plazo.

6.2.3.1. Indicadores de calidad. Monitorean la eficacia, eficiencia y excelencia de los servicios brindados por el sector de la belleza para el control, la gestión y la mejora continua, y de esta manera contribuya al desarrollo empresarial de las empresas, se miden con indicadores sustentados en la Tabla 15.

Tabla 15
Indicadores de calidad

| Indicador | Objetivo | Fórmula | Unidad de Medida |
|------------------------------|--|---|------------------|
| Diversificación de servicios | Medir la proporción de innovación y renovación dentro de la oferta de servicios de las peluquerías. | Nuevos servicios/Total de servicios | Porcentaje |
| Capacitación | Evaluar la efectividad y calidad del personal en términos de habilidades técnicas y servicio al cliente. | Capacitaciones realizadas/Capacitaciones planificadas | Porcentaje |

6.2.3.2. Indicadores de eficiencia operativa. Evalúan la utilización de recursos para brindar el servicio de las empresas dedicadas a la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza con el objetivo principal de medir maximizando de la productividad, tal y como se indica en la Tabla 16 algunos indicadores clave de eficiencia operativa.

Tabla 16
Indicadores de eficiencia

| Indicador | Objetivo | Fórmula | Unidad de Medida |
|--------------------------|---|---|------------------|
| Retención de Clientes | Medir la capacidad para mantener clientes existentes a lo largo del tiempo. | Número de clientes recurrentes/ total de clientes atendidos | Porcentaje |
| Rendimiento por empleado | Medir la eficacia y productividad de los trabajadores de las peluquerías. | Ingresos totales al día / Número de empleados | Dólares |

6.2.3.3. Indicadores económicos. Herramientas cuantitativas utilizadas para evaluar el desempeño de un sector como se identifican en la Tabla 17.

Tabla 17
Indicadores económicos

| Indicador | Objetivo | Fórmula | Unidad de Medida |
|---------------------------------|---|---|-------------------------|
| Eficiencia de la publicidad | Miden el impacto y el retorno de la inversión de las actividades publicitarias dentro del sector. | Inversión mensual en publicidad /Ingresos mensuales | Porcentaje |
| Inversión en Nuevas Tecnologías | Evalúan el impacto de la inversión en tecnología sobre la eficiencia operativa y la competitividad. | Inversión en tecnología / Ingresos totales | Porcentaje |

6.2.3.4. Indicadores de tiempo. Herramientas utilizadas para evaluar la eficiencia y eficacia de los procesos en función del factor tiempo, como se indica en la Tabla 18.

Tabla 18
Indicadores de tiempo

| Indicador | Objetivo | Fórmula | Unidad de Medida |
|-------------------------------|--|---|-------------------------|
| Tiempo de espera | Medir la duración que los clientes pasan en espera durante un servicio a otro. | Tiempo total de espera de todos los clientes/Número total de clientes atendidos | Unidad |
| Tiempo utilizado por servicio | Medir la cantidad de tiempo que se invierte en completar un servicio | Tiempo total de servicios realizados/Número total de servicios realizados | Unidad |

6.2.4. Ficha de observación del sector de peluquería y otros tratamientos de belleza

La ficha de observación dentro del diagnóstico sectorial, mismo que se implementa como una herramienta valiosa y eficaz, ya que permite una evaluación integral del negocio abarcando aspectos clave como el estado del edificio, diseño interior, y eficiencia en la distribución del local, lo cual es fundamental para identificar fortalezas y áreas de mejora. También enfatiza la importancia del ambiente y la experiencia del cliente, aspectos cruciales como la limpieza, orden, iluminación y atmósfera general, que impactan directamente en la percepción del cliente. Al mismo tiempo, evalúa la optimización de recursos y servicios, incluyendo equipamiento y herramientas, y considera factores externos como la accesibilidad, visibilidad y proximidad a puntos de interés, que influyen el flujo de clientes. Además, facilita el análisis competitivo y estratégico, permitiendo comparar con la competencia y guiar estrategias de crecimiento, haciendo de esta ficha una herramienta efectiva para potenciar el éxito de una peluquería, brindando un análisis de elementos cruciales tanto para la operación interna del negocio como para su atractivo y accesibilidad para los clientes.

6.3. Objetivo 3. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector de servicios de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito 11D06, provincia de Loja.

Para alcanzar el tercer objetivo, se recopilaban estadísticas y promedios del sector de peluquerías y tratamientos de belleza, lo cual se realizó mediante una encuesta realizada a 52 negocios en este campo. Se determinaron indicadores tanto financieros como no financieros, basados en los factores de éxito definidos en el segundo objetivo; los datos obtenidos se analizaron usando el marco del cuadro de mando integral, igualmente, para calcular los promedios del sector, se empleó la técnica de *winsorización* en los datos. Los detalles de la encuesta se encuentran en los Anexos 6 al 9.

6.3.1. Tabulación de resultados del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza.

Luego de realizar la encuesta, se recolectaron y analizaron datos financieros y no financieros del sector, organizados y explicados en las siguientes secciones. Para mantener la confidencialidad, no se revelan los nombres de las peluquerías; en su lugar, se les identifica numéricamente del 1 al 52.

6.3.1.1. Perspectiva Financiera. En el aspecto financiero, se reunieron los siguientes datos: activos, activos corrientes, pasivos, pasivos corrientes. Estos datos se presentan detalladamente y especificados por Cantón en las Tablas 19,20,21 y 22.

Tabla 19

Perspectiva financiera de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas

| Informante | Activos (\$) | Activos corrientes (%) | Pasivos (\$) | Pasivos corrientes (%) |
|-------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Peluquería 1 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 2 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 3 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 4 | 37 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 5 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 6 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 7 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 8 | 17 500,50 | 5,50 | 17 500,50 | 5,50 |
| Peluquería 9 | 17 500,50 | 5,50 | 17 500,50 | 5,50 |
| Peluquería 10 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 11 | 37 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 12 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 13 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 14 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 15 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 16 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 17 | 37 500,50 | 15,50 | 17 500,50 | 5,50 |

| Informante | Activos (\$) | Activos corrientes (%) | Pasivos (\$) | Pasivos corrientes (%) |
|-------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Peluquería 18 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 19 | 5 000,00 | 15,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 20 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 21 | 5 000,00 | 15,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 22 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 23 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 24 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 25 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 26 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 27 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 28 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 29 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 30 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 31 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 32 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 33 | 5 000,00 | 15,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 34 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 35 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 36 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 37 | 17 500,50 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 38 | 37 500,50 | 15,50 | 17 500,50 | 15,50 |
| Promedio | 17 303,04 | 11,03 | 6 315,84 | 8,92 |

La Tabla 19 revela datos sobre la industria de la peluquería y tratamientos de belleza en el cantón Calvas, destacando que el promedio de activos en este sector es de \$17 303,04. Este valor se atribuye principalmente a los equipos y herramientas esenciales para operar el negocio. Analizando 38 empresas del cantón, se encontró que el 82% supera este promedio de activos, mientras que el 18% se sitúa por debajo. En cuanto a los activos corrientes, que representan el 11% del total y son vitales para el funcionamiento diario, el 55% de las peluquerías excede el promedio del sector.

Respecto a los pasivos, el promedio en la industria es de \$6 315,84; indicando que el 37% de los activos es financiado por fuentes externas, mientras el resto proviene de capital propio. En el cantón Calvas, el 89% de las peluquerías tienen pasivos inferiores al promedio de la industria, lo que indica una menor dependencia de financiamiento externo. En relación con los pasivos corrientes, que promedian el 9% y consisten en créditos y cuentas por pagar a corto plazo, el 66% de las peluquerías se encuentran por debajo del promedio del sector, lo que apunta a una preferencia por financiamiento a largo plazo.

Tabla 20

Perspectiva financiera de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá

| Informante | Activos (\$) | Activos corrientes (%) | Pasivos (\$) | Pasivos corrientes (%) |
|-------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Peluquería 39 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 40 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 41 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 42 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 43 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 44 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 45 | 5 000,00 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 46 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 47 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 48 | 17 500,50 | 25,50 | 5 000,00 | 15,50 |
| Peluquería 49 | 37 500,50 | 25,50 | 17 500,50 | 5,50 |
| Promedio | 12 500,23 | 10,05 | 6 136,41 | 9,14 |

La Tabla 20 muestra los promedios financieros de las empresas del sector en el cantón Gonzanamá. Se observa que el promedio de activos es de \$12 500,23. De las 11 empresas estudiadas en el cantón, el 55% tiene activos por debajo de este promedio. En cuanto a los activos corrientes, que representan en promedio el 10% del total, el 73% de estas empresas muestra valores inferiores al promedio, lo que sugiere una menor proporción de activos de alta liquidez.

Respecto a los pasivos, el promedio se sitúa en \$6 136,41 lo cual representa que el 49% de los activos está financiado externamente. De estas empresas, el 91% muestra pasivos por debajo del promedio de la industria, indicando una menor proporción de deuda. En cuanto a los pasivos corrientes, que promedian el 9%, el 64% de las empresas se sitúa por debajo de este nivel, lo que parece indicar una preferencia por opciones de financiamiento a largo plazo.

Tabla 21

Perspectiva financiera de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga

| Informante | Activos (\$) | Activos corrientes (%) | Pasivos (\$) | Pasivos corrientes (%) |
|-------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Peluquería 50 | 5 000,00 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 51 | 5 000,00 | 15,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Peluquería 52 | 17 500,50 | 5,50 | 5 000,00 | 5,50 |
| Promedio | 9 166,83 | 8,83 | 5 000,00 | 5,50 |

La Tabla 21 analiza tres negocios del sector de belleza en el cantón Quilanga, estableciendo que el promedio de activos en la industria es de \$9 166,83. De este total, el 9% corresponde a activos corrientes. Se observa que el 67% de estas empresas tienen activos

inferiores al promedio del sector, lo que sugiere una menor cantidad de bienes y una baja proporción de activos líquidos.

En cuanto a los pasivos, el promedio en este sector es de \$5 000,00 lo que representa el 29% de los activos financiados por fuentes externas. Además, se establece que los pasivos corrientes representan en promedio el 6% del total, y en este aspecto, el 100% de las empresas analizadas se ajustan al promedio de la industria.

Tabla 22

Resumen de los promedios de la perspectiva financiera del sector en el distrito 11D06

| Cantón | Promedio activos (\$) | Promedio activos corrientes (%) | Promedio pasivos (\$) | Promedio pasivos corrientes (%) |
|-----------------|------------------------------|--|------------------------------|--|
| Calvas | 17 303,04 | 11,03 | 6 315,84 | 8,92 |
| Gonzanama | 12 500,23 | 10,05 | 6 136,41 | 9,14 |
| Quilanga | 9 166,83 | 8,83 | 5 000,00 | 5,50 |
| Promedio | 12 990,03 | 9,97 | 5 817,42 | 7,85 |

La Tabla 22 examina los promedios financieros del distrito 11D06, donde se identifica que el promedio de activos es de \$12 990, 03. De estos, el 66% se sitúa por debajo del promedio de la industria. Calvas se destaca como el cantón con el mayor promedio de bienes y recursos utilizados para la generación de ingresos. En cuanto a los activos corrientes, que representan un promedio del 10% del total, se observa que los tres cantones superan este promedio, indicando una mayor liquidez.

En relación con los pasivos, el promedio en el distrito es de \$5 817,42 lo que sugiere que el 45% de los activos está financiado por fuentes externas. Los pasivos corrientes, que representan en promedio el 8% del total, indican que todos los cantones del distrito superan este promedio.

6.3.1.2. Resultados financieros del sector. De los cuales también se detallan los ingresos, gastos y utilidad de cada uno de los cantones, estableciendo así los promedios de la industria, de la misma manera a nivel distrital, tal y como se indican en las Tablas 23 al 26.

Tabla 23

Resultados financieros de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas

| Informante | Ingresos (\$) | Gastos (\$) | Impuesto (\$) | Utilidad (\$) |
|-------------------|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| Peluquería 1 | 5 400 | 600 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 2 | 6 000 | 2 400 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 3 | 6 000 | 2 400 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 4 | 7 200 | 3 000 | 60 | 4 140 |
| Peluquería 5 | 3 600 | 1 200 | 60 | 2 340 |
| Peluquería 6 | 4 200 | 2 400 | 60 | 1 740 |

| Informante | Ingresos (\$) | Gastos (\$) | Impuesto (\$) | Utilidad (\$) |
|-------------------|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| Peluquería 7 | 10 200 | 5 400 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 8 | 6 000 | 3 600 | 60 | 2 340 |
| Peluquería 9 | 6 000 | 1 800 | 60 | 4 140 |
| Peluquería 10 | 7 200 | 3 600 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 11 | 9 000 | 5 400 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 12 | 6 000 | 2 400 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 13 | 7 200 | 3 600 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 14 | 5 400 | 2 400 | 60 | 2 940 |
| Peluquería 15 | 7 200 | 2 400 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 16 | 9 600 | 6 000 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 17 | 12 000 | 7 200 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 18 | 8 400 | 5 400 | 60 | 2 940 |
| Peluquería 19 | 6 000 | 2 400 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 20 | 12 000 | 7 800 | 60 | 4 140 |
| Peluquería 21 | 8 400 | 3 600 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 22 | 7 200 | 5 400 | 60 | 1 740 |
| Peluquería 23 | 9 000 | 3 600 | 60 | 5 340 |
| Peluquería 24 | 9 600 | 6 000 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 25 | 10 800 | 4 800 | 60 | 5 940 |
| Peluquería 26 | 9 600 | 4 800 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 27 | 9 000 | 4 800 | 60 | 4 140 |
| Peluquería 28 | 9 600 | 7 200 | 60 | 2 340 |
| Peluquería 29 | 9 600 | 7 200 | 60 | 2 340 |
| Peluquería 30 | 7 200 | 3 000 | 60 | 4 140 |
| Peluquería 31 | 9 600 | 4 800 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 32 | 10 200 | 4 800 | 60 | 5 340 |
| Peluquería 33 | 7 200 | 4 800 | 60 | 2 340 |
| Peluquería 34 | 10 800 | 9 000 | 60 | 1 740 |
| Peluquería 35 | 9 600 | 5 400 | 60 | 4 140 |
| Peluquería 36 | 10 800 | 7 200 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 37 | 11 400 | 6 000 | 60 | 5 340 |
| Peluquería 38 | 14400 | 6 000 | 60 | 8 340 |
| Promedio | 8 384,21 | 4 468,42 | 60 | 3 855,79 |

La Tabla 23 presenta un análisis de los ingresos, gastos y utilidades en el sector de peluquería y tratamientos de belleza en el cantón Calvas. Se identifica un promedio de ingresos de \$8 384,21 con un 55% de las peluquerías analizadas superando este promedio, lo cual se atribuye a la diversidad de servicios ofrecidos. En cuanto a los gastos, el promedio es de un total de \$4 468,42 y se observa que 17 empresas mantienen un nivel de gastos similar.

Respecto a la utilidad neta del sector, después de descontar impuestos estandarizados del régimen RIMPE, valorados en \$60, el promedio se sitúa en \$3 855,79. Sin embargo, el 53% de las empresas registran utilidades por debajo del promedio de la industria. Mismo se atribuye a diversos factores internos que afectan el rendimiento de cada negocio.

Tabla 24

Resultados financieros de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá.

| Informante | Ingresos (\$) | Gastos (\$) | Impuesto (\$) | Utilidad (\$) |
|-------------------|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| Peluquería 39 | 4 800 | 3 000 | 60 | 1 740 |
| Peluquería 40 | 7 200 | 2 400 | 60 | 4 740 |
| Peluquería 41 | 4 200 | 1 800 | 60 | 2 340 |
| Peluquería 42 | 3 600 | 2 400 | 60 | 1 140 |
| Peluquería 43 | 4 800 | 3 360 | 60 | 1 380 |
| Peluquería 44 | 3 600 | 1 800 | 60 | 1 740 |
| Peluquería 45 | 3 600 | 1 800 | 60 | 1 740 |
| Peluquería 46 | 4 200 | 2 400 | 60 | 1 740 |
| Peluquería 47 | 6 000 | 3 840 | 60 | 2 100 |
| Peluquería 48 | 7 200 | 4 200 | 60 | 2 940 |
| Peluquería 49 | 8 400 | 4 560 | 60 | 3 780 |
| Promedio | 5 236,36 | 2 869,09 | 60 | 2 307,27 |

La Tabla 24 muestra un análisis del sector de belleza en el cantón Gonzanamá, donde se observa un promedio de ingresos de \$5 236,36. De los negocios analizados, un 64% reporta ingresos inferiores al promedio de la industria. En cuanto a los gastos, estos tienen un promedio de \$2 869,09. Como resultado, se calcula un promedio de utilidad de \$2 307,27; aunque el 67% de los negocios obtiene utilidades por debajo de este promedio. Estas variaciones en la utilidad están influenciadas por factores como el tamaño de los negocios y la variedad de servicios que ofrecen.

Tabla 25

Resultados financieros de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga.

| Informante | Ingresos (\$) | Gastos (\$) | Impuesto (\$) | Utilidad (\$) |
|-------------------|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| Peluquería 50 | 9 600 | 6 000 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 51 | 8 400 | 4 800 | 60 | 3 540 |
| Peluquería 52 | 10 800 | 7 200 | 60 | 3 540 |
| Promedio | 9 600 | 6 000 | 60 | 3 540 |

La Tabla 25 analiza el desempeño financiero del sector de belleza en el cantón Quilanga, destacando los promedios de ingresos, gastos y utilidades. Se establece un promedio de ingresos de \$9 600, un valor que fluctúa en función de la gestión interna de cada negocio. En cuanto a los gastos, el promedio es de \$6 000. Esto lleva a una utilidad promedio de \$3 540, con un notable 67% de las empresas superando este promedio de utilidad en la industria. Estos resultados reflejan la diversidad en la eficiencia y estrategias de gestión entre los distintos negocios del sector.

Tabla 26

Resumen de los promedios de los resultados financieros del sector en el distrito 11D06

| Cantón | Ingresos (\$) | Gastos (\$) | Impuesto (\$) | Utilidad (\$) |
|-----------------|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| Calvas | 8 384,21 | 4 468,42 | 60 | 3 855,79 |
| Gonzanama | 5 236,36 | 2 869,09 | 60 | 2 307,27 |
| Quilanga | 9 600,00 | 5 000,00 | 60 | 3 540,00 |
| Promedio | 7 740,19 | 4 112,50 | 60 | 3 234,35 |

La Tabla 26 ofrece una visión clara de los promedios financieros en el distrito 11D06, desglosando los datos por cada cantón. Se observa un promedio de ingresos de \$7 740,19, cifra que varía según la administración y estrategias de cada negocio. Los gastos promedio se sitúan en \$4 112,50, lo que resulta en una utilidad promedio de \$3 234,35. Es destacable que el 67% de los cantones superan este promedio de utilidad en la industria, reflejando una gestión eficiente y estrategias comerciales exitosas en la mayoría de los cantones del distrito.

6.3.1.3. Perspectiva procesos internos y clientes. Se realiza un análisis de los elementos internos que influyen tanto en la eficiencia operativa como en la satisfacción y fidelización de clientes. Este estudio abarca 52 peluquerías distribuidas en los tres cantones, con el objetivo de precisar el promedio industrial en cada uno de estos aspectos clave. Los resultados y detalles específicos de este análisis se encuentran presentados en las Tablas 27, 28, 29 y 30.

Tabla 27

Perspectiva procesos internos y clientes de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas.

| Informante | Tiempo en el mercado (años) | Inversión en publicidad (\$) | Clientes totales diarios | Clientes recurrentes |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Peluquería 1 | 0,25 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 2 | 30,00 | 300 | 16 | 16 |
| Peluquería 3 | 2,00 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 4 | 20,00 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 5 | 3,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 6 | 6,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 7 | 10,00 | 666 | 16 | 16 |
| Peluquería 8 | 5,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 9 | 3,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 10 | 3,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 11 | 5,00 | 300 | 16 | 16 |
| Peluquería 12 | 2,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 13 | 6,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 14 | 12,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 15 | 8,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 16 | 15,00 | 300 | 16 | 16 |

| Informante | Tiempo en el mercado (años) | Inversión en publicidad (\$) | Clientes totales diarios | Clientes recurrentes |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Peluquería 17 | 16,00 | 300 | 16 | 16 |
| Peluquería 18 | 10,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 19 | 20,00 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 20 | 3,00 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 21 | 8,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 22 | 20,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 23 | 16,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 24 | 21,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 25 | 5,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 26 | 20,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 27 | 12,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 28 | 10,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 29 | 18,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 30 | 5,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 31 | 1,00 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 32 | 2,00 | 666 | 6 | 6 |
| Peluquería 33 | 0,58 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 34 | 1,00 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 35 | 2,00 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 36 | 8,00 | 666 | 6 | 6 |
| Peluquería 37 | 3,00 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 38 | 15,00 | 666 | 16 | 16 |
| Promedio | 9,00 | 338,53 | 9 | 7 |

La Tabla 27 revela que, en el sector de peluquería y tratamientos de belleza, los negocios tienen un promedio de permanencia en el mercado de 9 años. Este dato resalta una división entre establecimientos con una larga historia y aquellos que son recientes en el mercado. Respecto a la inversión en publicidad, se observa un promedio de \$338,53, pero es notable que el 89% de las peluquerías invierten menos que este promedio. Además, el flujo promedio de clientes es de 9 personas por día, con una recurrencia promedio de 7 personas diarias. Este nivel de fidelización se atribuye principalmente a la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en estos negocios.

Tabla 28

Perspectiva procesos internos y clientes de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá.

| Informante | Tiempo en el mercado (años) | Inversión en publicidad (\$) | Clientes totales diarios | Clientes recurrentes |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Peluquería 39 | 3 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 40 | 6 | 300 | 16 | 16 |
| Peluquería 41 | 5 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 42 | 7 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 43 | 5 | 300 | 6 | 6 |

| Informante | Tiempo en el mercado (años) | Inversión en publicidad (\$) | Clientes totales diarios | Clientes recurrentes |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Peluquería 44 | 5 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 45 | 3 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 46 | 2 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 47 | 5 | 300 | 16 | 16 |
| Peluquería 48 | 6 | 300 | 16 | 16 |
| Peluquería 49 | 8 | 666 | 16 | 16 |
| Promedio | 5 | 333,27 | 10 | 9 |

La Tabla 28 presenta un detalle de los negocios de peluquería del cantón Gonzanamá, destacando que estos negocios tienen, en promedio, 5 años de presencia en el mercado. Interesantemente, el 73% de estos negocios supera este promedio, indicando que muchos de ellos cuentan con una trayectoria y experiencia significativas. En cuanto a la inversión en publicidad, se registra un promedio de \$333,27, pero es notable que el 91% de las peluquerías invierten menos que esta cifra. Respecto al flujo de clientes, estos establecimientos reciben en promedio 10 clientes diarios, con una alta tasa de recurrencia que alcanza las 9 personas, reflejando una sólida base de clientes habituales.

Tabla 29

Perspectiva procesos internos y clientes de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga.

| Informante | Tiempo en el mercado (años) | Inversión en publicidad (\$) | Clientes totales diarios | Clientes recurrentes |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Peluquería 50 | 10 | 300 | 16 | 6 |
| Peluquería 51 | 6 | 300 | 6 | 6 |
| Peluquería 52 | 3 | 300 | 16 | 6 |
| Promedio | 6 | 300 | 12 | 6 |

La Tabla 29 ofrece una visión del sector de peluquerías en el cantón Quilanga, donde se constata que el promedio de tiempo en el mercado es de 6 años. Esta cifra indica una mezcla de establecimientos con larga trayectoria y otros más recientes. En términos de inversión en publicidad, las peluquerías en este cantón invierten un promedio de \$300 anuales, siendo notable que todas las empresas analizadas se ajustan a este promedio. En cuanto a la clientela, las peluquerías de Quilanga atraen un promedio de 12 clientes diarios, pero con una recurrencia promedio de solo 6 personas al día. Este patrón sugiere que, a pesar de la menor competencia en el mercado debido a un número reducido de negocios, las peluquerías enfrentan desafíos en cuanto a la fidelización de clientes.

Tabla 30*Resumen de la perspectiva procesos internos y clientes del sector del distrito 11D06*

| Informante | Tiempo en el mercado (años) | Inversión en publicidad (\$) | Clientes totales diarios | Clientes recurrentes |
|-------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Calvas | 9 | 338,53 | 9 | 7 |
| Gonzanama | 5 | 333,27 | 10 | 9 |
| Quilanga | 6 | 300,00 | 12 | 6 |
| Promedio | 7 | 323,93 | 10 | 7 |

La Tabla 30 proporciona un análisis comparativo de los promedios de los diferentes cantones dentro del distrito 11D06. Se observa que el promedio de permanencia en el mercado para los negocios de este distrito es de 7 años. Sin embargo, dos de los cantones registran una permanencia menor a este promedio, lo que indica una experiencia más limitada en el sector. En términos de inversión anual en publicidad, el promedio es de \$323,93, en la cual en su mayoría los cantones están sobre la media.

En lo que respecta a la clientela, se registra un promedio de 10 clientes diarios, con una recurrencia promedio de 7 personas; esto sugiere que, en general, los negocios están superando el promedio de la industria en términos de afluencia y fidelización de clientes. Este éxito se debe en parte a la menor cantidad de competidores en cantones, como Gonzanamá y Quilanga, lo que reduce la competencia en esos mercados. En contraste, el cantón Calvas, a pesar de tener un mayor número de negocios y una mayor población, muestra un rendimiento satisfactorio tanto en términos de número de clientes diarios como en su recurrencia.

6.3.1.4. Perspectiva capacidad. Esta perspectiva se centra en aspectos como la inversión en tecnología, la cantidad de empleados en las peluquerías, la gama de servicios ofrecidos y las innovaciones en dichos servicios. Además, se examina la gestión del tiempo, incluyendo el horario laboral y el tiempo de espera entre servicios. Estos elementos se describen en detalle con respecto a cada cantón a analizar en las Tablas 31, 32, 33 y 34.

Tabla 31

Perspectiva de capacidad de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Calvas

| Informante | Inversión en tecnología (\$) | Número de empleados | Total, de servicios | Servicios nuevos | Tiempo laborado (Horas) | Tiempo de espera por servicio (Horas) |
|-------------------|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------------------------|--|
| Peluquería 1 | 500,50 | 1 | 4 | 0 | 7 | 0,38 |
| Peluquería 2 | 500,50 | 1 | 2 | 0 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 3 | 500,50 | 1 | 6 | 2 | 7 | 0,75 |
| Peluquería 4 | 500,50 | 1 | 8 | 2 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 5 | 500,50 | 1 | 4 | 0 | 7 | 0,38 |

| Informante | Inversión en tecnología (\$) | Número de empleados | Total, de servicios | Servicios nuevos | Tiempo laborado (Horas) | Tiempo de espera por servicio (Horas) |
|-----------------|------------------------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| Peluquería 6 | 500,50 | 1 | 5 | 2 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 7 | 5 500,00 | 2 | 5 | 2 | 11 | 1,50 |
| Peluquería 8 | 500,50 | 1 | 3 | 1 | 7 | 0,38 |
| Peluquería 9 | 500,50 | 1 | 4 | 1 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 10 | 500,50 | 1 | 4 | 1 | 7 | 0,38 |
| Peluquería 11 | 500,50 | 2 | 7 | 2 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 12 | 500,50 | 1 | 5 | 0 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 13 | 500,50 | 1 | 5 | 1 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 14 | 500,50 | 1 | 6 | 0 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 15 | 500,50 | 1 | 6 | 0 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 16 | 500,50 | 2 | 7 | 2 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 17 | 5 500,00 | 2 | 10 | 2 | 12 | 0,38 |
| Peluquería 18 | 500,50 | 1 | 5 | 1 | 7 | 0,75 |
| Peluquería 19 | 5 500,00 | 1 | 7 | 2 | 7 | 0,38 |
| Peluquería 20 | 5 500,00 | 1 | 2 | 0 | 12 | 1,50 |
| Peluquería 21 | 500,50 | 2 | 5 | 1 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 22 | 500,50 | 1 | 7 | 1 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 23 | 500,50 | 1 | 6 | 1 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 24 | 500,50 | 2 | 7 | 1 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 25 | 500,50 | 2 | 2 | 0 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 26 | 500,50 | 1 | 7 | 1 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 27 | 500,50 | 1 | 9 | 3 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 28 | 500,50 | 2 | 10 | 2 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 29 | 500,50 | 2 | 2 | 0 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 30 | 500,50 | 1 | 8 | 1 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 31 | 500,50 | 2 | 9 | 2 | 12 | 0,38 |
| Peluquería 32 | 500,50 | 1 | 10 | 2 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 33 | 500,50 | 2 | 9 | 2 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 34 | 500,50 | 2 | 9 | 2 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 35 | 500,50 | 2 | 2 | 1 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 36 | 500,50 | 2 | 7 | 2 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 37 | 5 500,00 | 1 | 10 | 3 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 38 | 5 500,00 | 1 | 10 | 2 | 11 | 0,38 |
| Promedio | 1 289,89 | 1 | 6 | 1 | 10 | 0,59 |

La Tabla 31 presenta datos del cantón Calvas, donde se observa que la inversión promedio en tecnología es de \$1 289,89. Sin embargo, el 84% de las peluquerías invierten menos que este promedio, a pesar de que la tecnología es un factor clave para mejorar la eficiencia y calidad del servicio. En cuanto al personal, el promedio es de 1 empleado por peluquería, reflejando que la mayoría de estos negocios son gestionados directamente por sus propietarios.

Respecto a la oferta de servicios, las peluquerías en promedio proporcionan 6 servicios diferentes, incluyendo una innovación reciente, lo que indica un esfuerzo por diversificar y

actualizar su cartera de servicios. En términos de horarios, las peluquerías atienden en promedio 11 horas al día, adecuándose a servicios que requieren más tiempo de atención. Además, el tiempo promedio de espera es de 35 minutos, y más de la mitad de las peluquerías (53%) logran mantener tiempos de espera por debajo de este promedio, lo cual es un indicativo positivo de eficiencia y buena gestión del tiempo.

Tabla 32

Perspectiva de capacidad de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Gonzanamá.

| Informante | Inversión en tecnología (\$) | Número de empleados | Total, de servicios | Servicios nuevos | Tiempo laborado | Tiempo de espera por servicio (Horas) |
|-------------------|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|------------------------|--|
| Peluquería 39 | 500,50 | 2 | 4 | 0 | 7 | 0,38 |
| Peluquería 40 | 5 500,00 | 3 | 6 | 0 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 41 | 500,50 | 1 | 6 | 0 | 7 | 0,75 |
| Peluquería 42 | 500,50 | 1 | 6 | 1 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 43 | 500,50 | 2 | 4 | 1 | 7 | 1,50 |
| Peluquería 44 | 500,50 | 2 | 7 | 0 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 45 | 500,50 | 2 | 2 | 0 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 46 | 500,50 | 1 | 1 | 0 | 7 | 0,38 |
| Peluquería 47 | 5 500,00 | 3 | 3 | 1 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 48 | 5 500,00 | 3 | 10 | 1 | 11 | 0,75 |
| Peluquería 49 | 5 500,00 | 3 | 3 | 0 | 11 | 0,38 |
| Promedio | 2 318,50 | 2 | 5 | 0 | 10 | 0,65 |

La Tabla 32 proporciona una perspectiva del cantón Gonzanamá, donde se evidencia que la inversión en tecnología asciende a un promedio de \$2 318,50. Sin embargo, el 64% de las peluquerías invierte por debajo de este valor. En cuanto al número de empleados, el promedio en el cantón es de 2 trabajadores, con la mayoría de los negocios contando con este número de empleados o incluso más.

En lo que respecta a la oferta de servicios, las peluquerías en Gonzanamá proporcionan un promedio de 5 servicios diferentes, aunque actualmente no se han introducido nuevos servicios. En términos de gestión del tiempo, el promedio de horas de trabajo al día es de 10, con el 64% de las peluquerías operando por encima de este promedio. Por otro lado, el tiempo de espera promedio es de 40 minutos, lo cual es un indicador positivo de una eficiente gestión del tiempo y de la capacidad de manejo de clientes.

Tabla 33

Perspectiva de capacidad de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza del Cantón Quilanga.

| Informante | Inversión en tecnología (\$) | Número de empleados | Total, de servicios | Servicios nuevos | Tiempo laborado | Tiempo de espera por servicio (Horas) |
|-------------------|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|------------------------|--|
| Peluquería 50 | 500,50 | 2 | 9 | 2 | 11 | 0,38 |
| Peluquería 51 | 500,50 | 1 | 7 | 2 | 7 | 0,38 |
| Peluquería 52 | 500,50 | 2 | 10 | 3 | 11 | 0,38 |
| Promedio | 500,50 | 2 | 9 | 2 | 10 | 0,38 |

Como se evidencia en la Tabla 33 del cantón Quilanga, el sector de belleza se estableció el promedio de la industria de la inversión realizada en tecnología de \$500,50. Notablemente, todas las peluquerías del cantón se ajustan a este promedio, lo que indica una uniformidad en la adopción de tecnología en el sector. En términos de empleo, el promedio es de 2 trabajadores por peluquería, de las cuales el 67% se encuentran por encima del promedio de la industria,

En lo que respecta a la gama de servicios, las peluquerías en Quilanga ofrecen en promedio 9 servicios diferentes, habiendo implementado recientemente dos servicios adicionales, lo que refleja un esfuerzo por ampliar y diversificar su oferta. En cuanto a la gestión del tiempo, las peluquerías trabajan un promedio de 10 horas al día, y presentan un tiempo de espera promedio por servicio de solo 23 minutos, lo cual es un indicador muy positivo de eficiencia y un buen manejo del flujo de clientes.

Tabla 34

Resumen de la perspectiva de capacidad del sector del distrito IID06

| Cantón | Inversión en tecnología | Número de empleados | Total, de servicios | Servicios nuevos | Tiempo laborado | Tiempo de espera por servicio |
|-----------------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| Calvas | 1 289,89 | 1 | 6 | 1 | 10 | 0,59 |
| Gonzanama | 2 318,50 | 2 | 5 | 0 | 10 | 0,65 |
| Quilanga | 500,50 | 2 | 9 | 2 | 10 | 0,38 |
| Promedio | 1 369,63 | 2 | 7 | 1 | 10 | 0,54 |

La Tabla 34 presenta un análisis a nivel distrital del sector de belleza, mostrando una inversión promedio de \$1 369,63. Es notable que más del 50% de las empresas en este sector superan el promedio de inversión de la industria. En lo que respecta al personal, el promedio entre los tres cantones analizados es de dos empleados por peluquería, lo cual se considera acorde al tamaño promedio de estos establecimientos. Además, el horario de trabajo promedio es de 10 horas diarias, una duración que se alinea con las necesidades operativas del sector.

En términos de los servicios ofrecidos, las peluquerías proporcionan en promedio 7 servicios diferentes, habiendo introducido recientemente una nueva opción, lo que indica un esfuerzo por innovar y expandir su cartera de servicios. Por último, el tiempo de espera promedio por servicio es de 35 minutos, lo cual es favorable y eficiente para la transición entre servicios, optimizando la experiencia tanto para el cliente como para el negocio.

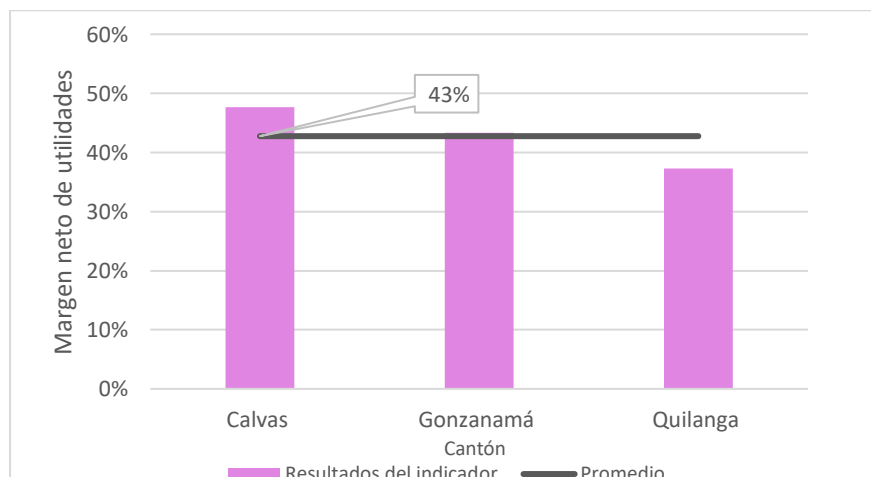
6.3.2. Indicadores de desempeño organizacional

En este apartado se indican los indicadores financieros y no financieros, organizados de acuerdo a su relevancia con los factores claves de éxito del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza: personal competente y capacitado, variedad de servicios, marketing y promoción, mejoramiento continuo e innovación, infraestructura y ambiente, ubicación del local, calidad de atención y acogida y gestión adecuada, organizados a nivel del distrito 11D06, obteniendo así el promedio de cada uno de los cantones.

6.3.2.1. Gestión adecuada. Para examinar la planificación y gestión financiera en el sector de belleza, se han recopilado una serie de indicadores relevantes. Estos se ilustran y detallan en las Figuras 7 a la 11.

Figura 7

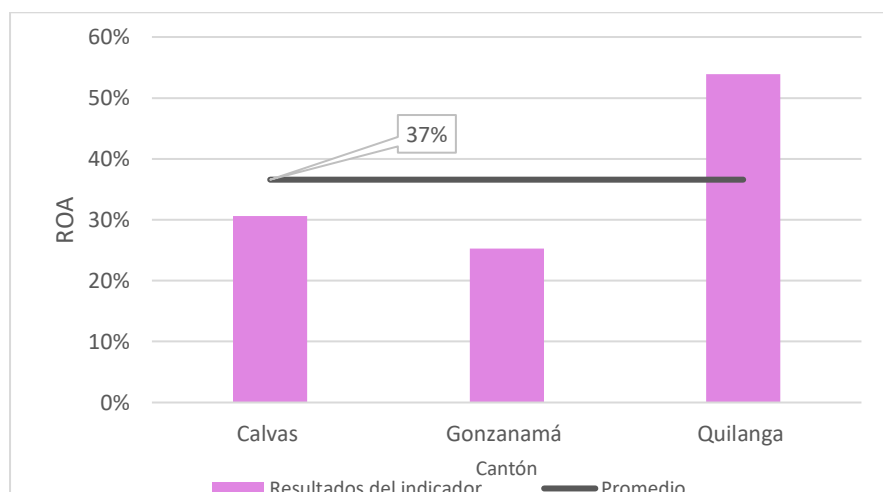
Margen neto de utilidades de las peluquerías del distrito 11D06



La Figura 7 demuestra la capacidad de las peluquerías para transformar los servicios que ofrecen en beneficios, resultando en un margen de rentabilidad promedio del 43% en este sector. En el cantón Calvas, más de la mitad de estos negocios, específicamente el 53%, superan dicho promedio de rentabilidad. Por otro lado, en Gonzanamá, el 55% de las peluquerías tienen un rendimiento por debajo del promedio, una tendencia que también se observa en el cantón Quilanga, sin embargo, presentan promedios positivos dentro de los rangos, evidenciando un comportamiento financiero favorable para estos negocios.

Figura 8

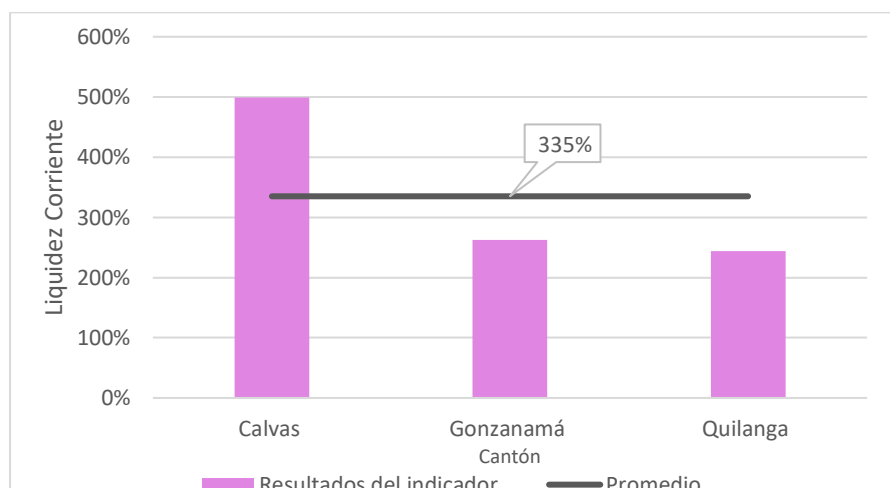
Rendimiento sobre activos totales (ROA) de las peluquerías del distrito IID06



En la Figura 8, se destaca la eficacia con la que las empresas emplean sus activos, revelando un promedio de eficiencia del 37%. Específicamente en el cantón Calvas, se observa que una mayoría significativa, el 80%, de las empresas opera por debajo de este promedio. Por otro lado, en los cantones Gonzanamá y Quilanga, más de la mitad de las peluquerías superan este promedio de eficiencia en el uso de activos, debido al nivel de competitividad presente en los cantones.

Figura 9

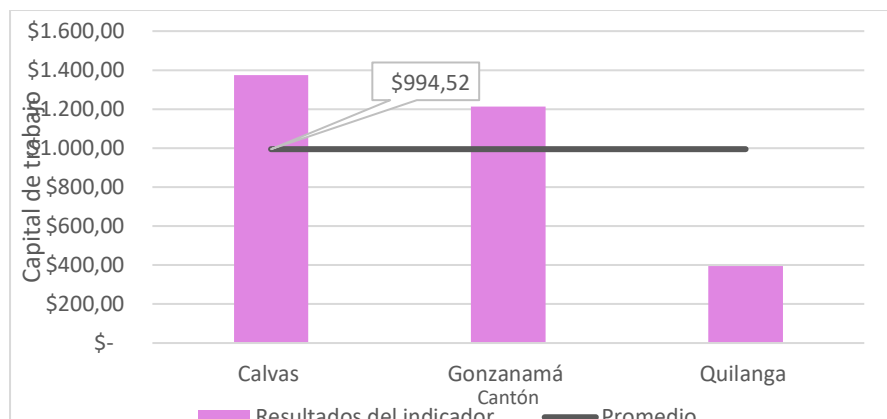
Liquidez Corriente de las peluquerías del distrito IID06



La Figura 9 muestra que, en el ámbito distrital, el sector de peluquerías y tratamientos de belleza registra un promedio de liquidez corriente del 335%. Esto significa que, en promedio, estas empresas cuentan con activos corrientes que superan en 3,35 veces a sus pasivos corrientes, indicando una capacidad financiera para cubrir cada dólar de deuda a corto plazo con \$3,35 en activos líquidos. Sin embargo, es importante destacar que las peluquerías

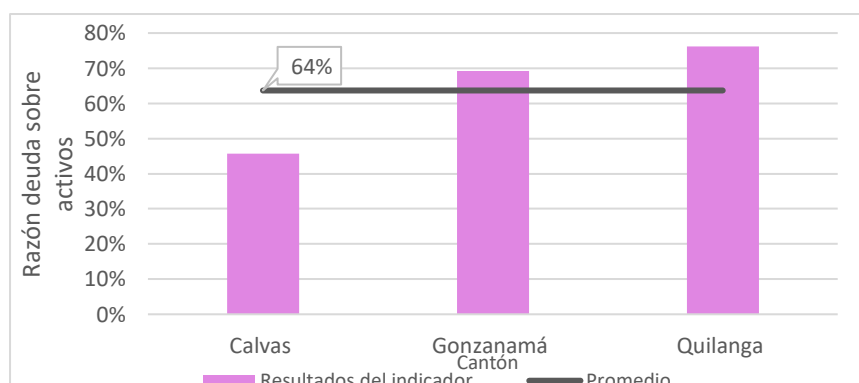
pertenecientes a los cantones Calvas y Gonzanamá, se encuentran por debajo de este promedio sectorial, sugiriendo una menor liquidez en comparación con el promedio de la industria.

Figura 10
Capital de Trabajo de las peluquerías del distrito 11D06



La Figura 10 ilustra que las peluquerías en el distrito 11D06 poseen una sólida base financiera para sostener sus operaciones diarias y hacer frente a gastos inesperados a corto plazo. Esto se debe a que, en promedio, estas empresas disponen de un capital de trabajo positivo de \$994,52. Además, es notable que más del 50% de las peluquerías en este distrito superan este promedio, reflejando una sólida posición financiera en la mayoría de estos negocios.

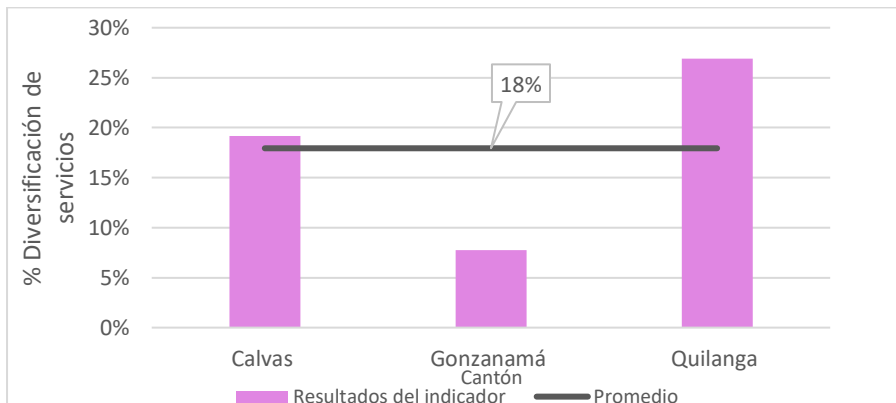
Figura 11
Razón deuda sobre activos de las peluquerías del distrito 11D06



La Figura 11 muestra que en el distrito 11D06, específicamente en el sector de belleza, las peluquerías tienen, en promedio, el 64% de sus activos financiados mediante deudas. Este dato sugiere una tendencia hacia un uso significativo de la deuda para la financiación de sus operaciones. Además, es notable que en los cantones Gonzanamá y Quilanga, las peluquerías superan este promedio, lo que implica que se apoyan aún más en el financiamiento por deuda en comparación con el promedio del sector en el distrito.

6.3.2.2. Variedad de servicios. Para analizar la diversificación de servicios de la peluquería y otros tratamientos de belleza, se presenta el indicador de la cantidad de servicios implementados actualmente sobre el total de servicios que brinda, tal y como se detalla en la Figura 12.

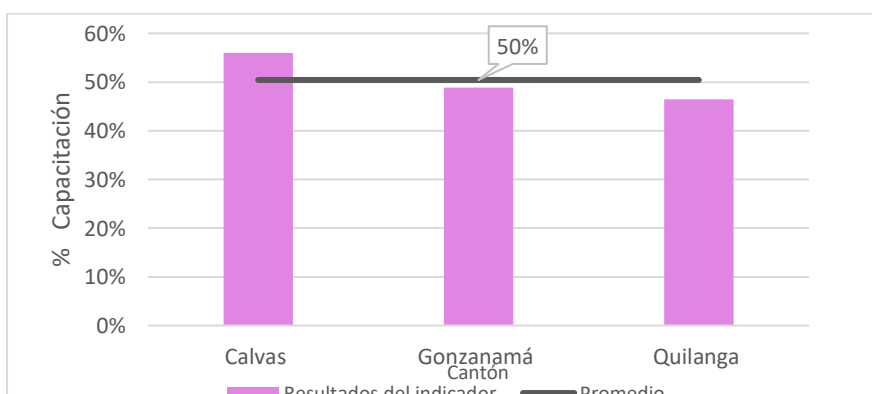
Figura 12
Diversificación de servicios de las peluquerías del distrito 11D06



La Figura 12 revela que, en promedio, las peluquerías del distrito 11D06 presentan un 18% de diversificación en su oferta de servicios. Este dato indica que hay una variedad moderada en los servicios proporcionados por estas peluquerías. Destacablemente, el cantón Quilanga supera este promedio de diversificación, lo cual podría atribuirse a una menor competencia en el área. Esta situación alienta a las peluquerías en Quilanga a ampliar su gama de servicios, buscando satisfacer de manera más completa las necesidades de la comunidad local.

6.3.2.3. Personal competente y capacitado. Para medir la formación del personal del sector de belleza se establece el indicador que mide las capacitaciones anuales con relación al total de capacitaciones empleadas, detallado a continuación en la Figura 14.

Figura 13
Capacitación de empleados de las peluquerías del distrito 11D06

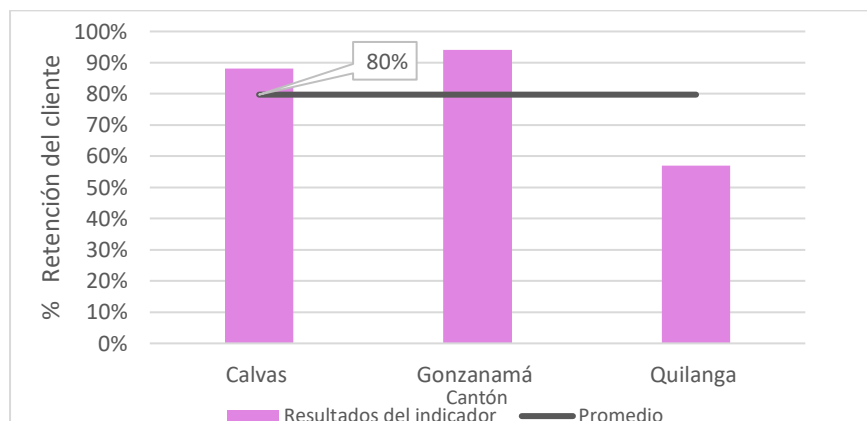


La Figura 13 ilustra que, en el distrito 11D06, el sector de peluquerías presenta un promedio notable de 50% en capacitaciones en relación con el total de capacitaciones planificadas durante el año. Este porcentaje sobresaliente por un fuerte enfoque en la formación y el desarrollo profesional, especialmente teniendo en cuenta que la mayoría de estos negocios cuentan con un promedio bastante alto en capacitaciones planificadas. Además, se destaca que, en el cantón Calvas, la mayoría de los empleados de peluquerías reciben capacitación, lo cual podría estar motivado por la intensa competencia en la zona, impulsando a los negocios a mejorar constantemente sus habilidades y servicios.

6.3.2.4. Calidad de atención y acogida. Para evaluar la eficacia en la atención al cliente y la calidad del servicio ofrecido, se han definido indicadores centrados en la eficiencia operativa y la gestión del tiempo. Estos indicadores están detallados y analizados en las Figuras 14, 15, 16 y 17.

Figura 14

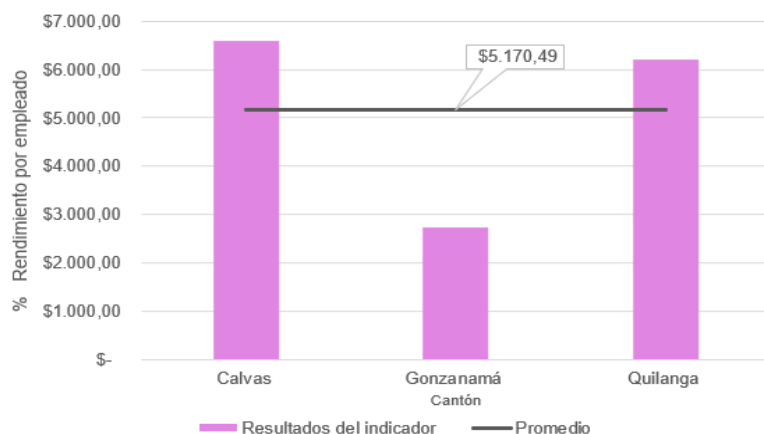
Retención de clientes de las peluquerías del distrito 11D06



La Figura 14 destaca el porcentaje de clientes que retornan a los negocios después de recibir un servicio, lo que refleja el nivel de fidelización de los clientes en el sector. En el distrito 11D06, el promedio de fidelización de la industria se sitúa en un 80%, lo cual señala una alta tasa de retención de clientes. Sin embargo, es notable que el cantón Quilanga se sitúa por debajo de este promedio. Este fenómeno podría atribuirse a la limitada competencia en la zona, con la excepción de un negocio que logra una fidelización del 100% de sus clientes, destacándose significativamente en el mercado.

Figura 15

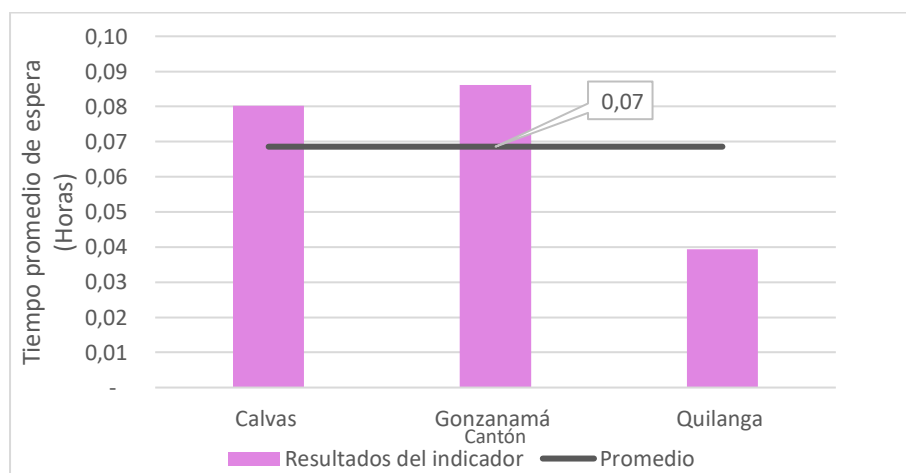
Rendimiento por empleado de las peluquerías del distrito 11D06



La Figura 15 presenta un análisis de la productividad por empleado en el sector de la belleza del distrito 11D06. Se muestra que, en promedio, cada empleado genera \$5 170,49; una cifra considerada alta especialmente teniendo en cuenta que el número medio de empleados por negocio es de dos, señalando su alta eficacia, contribuyendo significativamente a las ganancias anuales totales. Sin embargo, es importante señalar que el cantón Gonzanamá se sitúa por debajo de esta media. Esto se debe a que, a pesar de tener un mayor número de empleados, las ganancias generadas en Gonzanamá son menores en comparación con otros cantones.

Figura 16

Tiempo de espera por servicio en las peluquerías del distrito 11D06

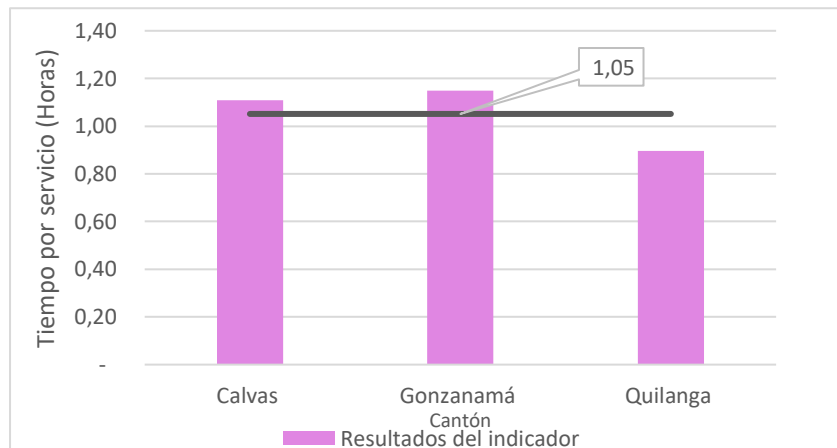


La Figura 16 ilustra el tiempo promedio de espera entre servicios para los clientes de las peluquerías en el distrito 11D06, que es de apenas 0,07 horas, o sea, alrededor de 5 minutos. Este tiempo de espera se considera extremadamente eficiente, ya que implica una espera mínima para los clientes. Además, es relevante destacar que la eficacia en la gestión del tiempo

de espera puede atribuirse a que la mayoría de las peluquerías encuestadas emplean sistemas de agendamiento por servicio. Esto no solo optimiza la experiencia del cliente, sino que también mejora la eficiencia operativa del negocio.

Figura 17

Tiempo utilizado por servicio en las peluquerías del distrito 11D06

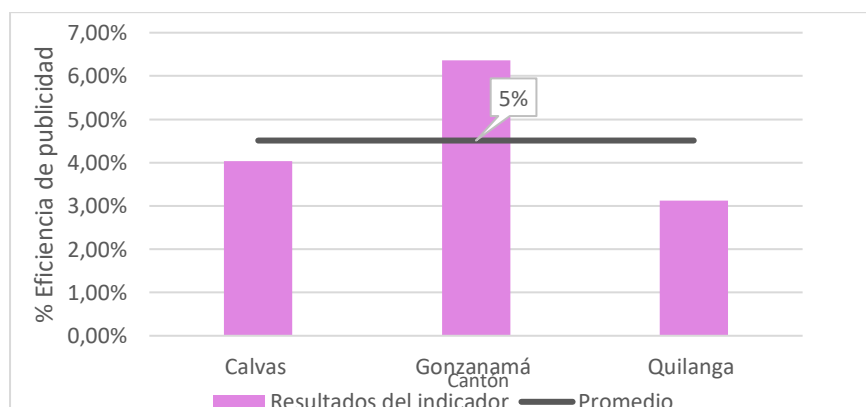


La Figura 17 revela que, en promedio, las peluquerías del distrito 11D06 tardan alrededor de 1,05 horas, o 63 minutos, para proporcionar un servicio. Sin embargo, es importante tener en cuenta que este promedio puede estar influenciado por ciertos servicios que requieren más tiempo que otros. Debido a esta variabilidad en la duración de los servicios, el indicador podría presentar un sesgo hacia un tiempo de servicio más largo, reflejando la inclusión de servicios que son naturalmente más extensos en su ejecución.

6.3.2.5. Marketing y promoción. En la Figura 18 se detalla el promedio de la industria que mide la eficiencia de la publicidad, relacionado a los ingresos de los negocios del sector de la belleza.

Figura 18

Eficiencia de la publicidad de las peluquerías del distrito 11D06.

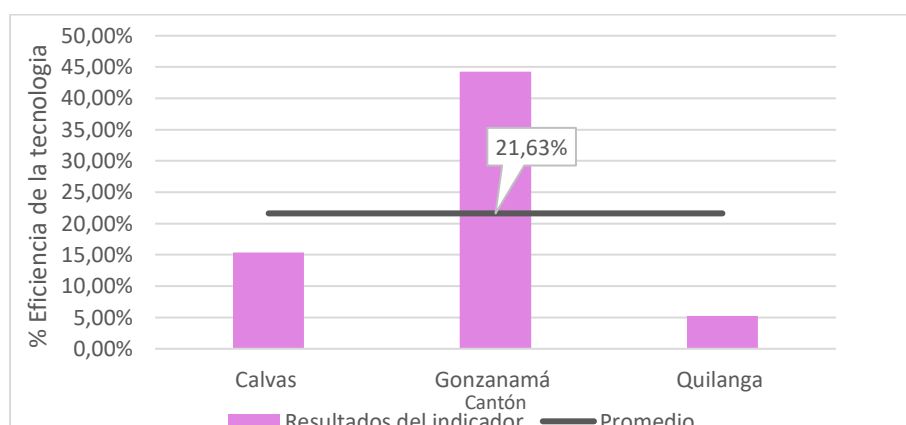


La Figura 18 presenta cómo las peluquerías del distrito 11D06 tienen un promedio de la tasa de retorno de 5% por cada dólar invertido en publicidad, esta media evidencia una alta eficacia en la utilización de la publicidad para generar ingresos. Especialmente en los cantones Calvas y Gonzanamá, esta tasa de retorno supera el promedio, lo cual subraya una habilidad sobresaliente para transformar de manera eficiente el gasto publicitario en una mayor generación de ingresos.

6.3.2.6. Mejoramiento continuo e innovación. En la Figura 19 se evidencia la eficiencia de la inversión en tecnología para generar ingresos de las peluquerías.

Figura 19

Eficiencia de la inversión en nuevas tecnologías del distrito 11D06



La Figura 19 destaca la rentabilidad de la inversión en tecnología en las peluquerías del distrito 11D06, mostrando un retorno promedio de 21,63% por cada dólar invertido. Esta cifra subraya la eficacia con la que la inversión tecnológica impulsa la innovación y mejora los negocios en este sector. Notablemente, el cantón Gonzanamá se destaca por obtener un retorno aún más alto que el promedio de la industria, evidenciando una gestión particularmente eficiente y rentable de sus inversiones tecnológicas.

6.3.2.7. Ubicación del local, infraestructura y ambiente. En la Tabla 35 se muestra un resumen de la ficha de observación que permite establecer la importancia del ambiente y la experiencia del cliente.

Tabla 35

Ficha de observación de las peluquerías del Distrito 11D06

| | 1(%) | 2 (%) | 3(%) | 4(%) | 5(%) |
|--------------------------------|------|-------|------|------|------|
| Facilidad de acceso | | 2 | 24 | 53 | 21 |
| Visibilidad desde la calle | | 6 | 25 | 49 | 20 |
| Proximidad a puntos de interés | | 8 | 28 | 43 | 21 |

| | 1(%) | 2 (%) | 3(%) | 4(%) | 5(%) |
|---|------|-------|------|------|------|
| Estado general del edificio | | 4 | 35 | 40 | 21 |
| Diseño interior | | 6 | 30 | 36 | 28 |
| Limpieza y orden | | | 18 | 50 | 32 |
| Equipamiento y herramientas | | 4 | 32 | 36 | 28 |
| Iluminación | | | 25 | 42 | 33 |
| Atmósfera general | | 2 | 28 | 36 | 34 |
| Eficiencia en la distribución del local | | 11 | 21 | 36 | 32 |

Nota. La ficha de observación utiliza una escala donde 1 representa un nivel bajo y 5 indica un nivel elevado.

En la Tabla 35 revela una tendencia general hacia una calidad y eficiencia promedio o ligeramente superior en varios aspectos. La mayoría de las peluquerías obtuvieron calificaciones medias en facilidad de acceso, visibilidad desde la calle, proximidad a puntos de interés, estado general del edificio, y equipamiento y herramientas, con porcentajes en torno al 50% clasificándose en el nivel 3. El diseño interior y la atmósfera general destacan positivamente, con una proporción significativa de negocios alcanzando niveles altos (4 y 5). La limpieza y el orden son especialmente notables, con un 50% de las peluquerías calificadas en el nivel 4. La iluminación y la eficiencia en la distribución del local también recibieron buenas calificaciones, sugiriendo un ambiente de trabajo agradable y funcional.

Por consiguiente, la Tabla 36 concluye con un resumen de los resultados de los indicadores aplicados, mostrando para las 52 peluquerías encuestadas sus porcentajes de desempeño por encima y por debajo del promedio.

Tabla 36

Resumen de los promedios y estadísticas de los indicadores aplicados

| Indicador | Promedio de la industria | Peluquerías por encima del promedio (%) | Peluquerías por debajo del promedio (%) |
|---------------------------------------|--------------------------|---|---|
| Margen neto de utilidades | 43% | 56 | 44 |
| Rendimiento sobre los activos totales | 37% | 19 | 81 |
| Liquidez corriente | 335% | 54 | 46 |
| Capital de trabajo | \$994,52 | 42 | 58 |
| Razón deuda sobre activos | 64% | 33 | 67 |
| Diversificación de servicios | 18% | 56 | 44 |
| Capacitación | 50% | 35 | 65 |
| Retención de clientes | 80% | 81 | 19 |
| Rendimiento por empleado | \$ 5 170,49 | 54 | 46 |
| Eficiencia de la publicidad | 5% | 38 | 62 |
| Eficiencia de nuevas tecnologías | 21,63% | 50 | 50 |
| Tiempo de espera | 0,07 | 31 | 69 |
| Tiempo utilizado por servicio | 1,05 | 62 | 38 |

De tal manera la Tabla 36 muestra una comparativa entre las peluquerías por encima y debajo del promedio de la industria, determinando resultados como el 56% de las peluquerías supera un alto margen neto de utilidades de 43%, indicando buena rentabilidad. Sin embargo, solo el 19% excede el rendimiento sobre activos totales del 37%, sugiriendo una eficiencia moderada en el uso de activos. A pesar de un promedio elevado de liquidez corriente (335%), más de la mitad de las peluquerías operan con una liquidez menor. La mayoría tiene un capital de trabajo y una razón deuda sobre activos inferiores a los promedios de \$994,52 y 64% respectivamente, lo que podría señalar desafíos financieros. La diversificación de servicios es variada, con un 56% superando el promedio de 18%. En cuanto a la capacitación, un 65% está por debajo del notable promedio del 120%, mientras que la retención de clientes es fuerte, con un 81% superando el 80%. El rendimiento por empleado es positivo, con un 54% por encima del promedio de \$5 170,49. Sin embargo, menos de la mitad superan la eficiencia de la publicidad de 5% y la eficiencia de nuevas tecnologías de 21,63%, sugiriendo posibles áreas de mejora. Finalmente, aunque el tiempo de espera y el utilizado por servicio son generalmente eficientes, aún hay margen para mejorar en la eficiencia del servicio.

7. Discusión

El análisis del primer objetivo reveló que las propiedades de las actividades de peluquería y tratamientos de belleza en el distrito 11D06 son similares a los hallazgos de investigaciones anteriores, como la realizada por Imbaquingo (2022) en Quito que señala que, aunque las peluquerías ofrecen servicios variados como cortes, estilos, coloración y tratamientos para el cabello, la distinción principal se encuentra en la competencia del personal y en la utilización de herramientas avanzadas. De manera similar, Ortiz y Lozano (2019) en Colombia destacaron que el sector de belleza se encuentra en constante innovación para satisfacer los deseos de sus clientes, incluyendo aquellos que buscan un cambio de estilo. A diferencia de otros estudios, la investigación demuestra que el sector de la belleza en el distrito 11D06 es fundamental, proveyendo una amplia gama de servicios, tanto para hombres como para mujeres de diversas edades. Este sector es altamente competitivo, lo que refleja la fuerte demanda por parte de los residentes. Dentro de la categoría CIUU S9602.00, estas actividades conforman el 0,12% del total de empresas en la provincia de Loja, con 63 empresas identificadas; siendo notable que el cantón Calvas posee la mayor participación con un 76,20%. Estas empresas se caracterizan por su oferta de servicios personalizados y adaptados a cada cliente con la finalidad de mantener un alto nivel de excelencia en los servicios ofertados, es fundamental que dichas empresas cumplan con precisos estándares de calidad y atención al cliente; además de adherirse a normas de bioseguridad y seguir procedimientos operativos. Estos servicios demandan habilidades artesanales y un fuerte compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente.

Por otro lado, con respecto al segundo objetivo, Ortiz y Lozano (2019) resaltan la importancia de identificar los factores clave de éxito en Hair's Peluquería, incluyendo elementos como la calidad del servicio, la satisfacción del cliente, así como la capacitación del personal es esencial, ya que aporta conocimientos y habilidades necesarios para el cumplimiento efectivo de sus tareas. Igualmente, Imbaquingo (2022), en su investigación, destaca la eficiencia en los servicios de belleza, la calidad del servicio, y la importancia de una atención al cliente personalizada y cordial; asimismo, la modernización y el uso de tecnologías avanzadas, junto con el profesionalismo de los peluqueros y la calidad del equipamiento, son fundamentales para ofrecer una experiencia superior al cliente. Flores (2020) en su investigación realizada en Lima, agrega que el éxito en las peluquerías incluye la ubicación estratégica, el uso de productos de alta calidad, precios adecuados, atención al cliente, personal innovador, y la implementación de tecnología avanzada, ya que estos elementos como la diversidad de servicios, el uso efectivo de redes sociales, y la adaptación a las últimas

tendencias, también son cruciales para asegurar el éxito. En contraste a la investigación realizada se determinaron factores de éxito como contar con personal competente, variedad de servicios de alta calidad, estrategias de marketing efectivas, mejoras continuas, una infraestructura acogedora, ubicación favorable, y una gestión financiera adecuada de parte de los propietarios para el funcionamiento eficiente del negocio, y de esta manera determinar los indicadores financieros para diferenciar dichos factores como el margen neto de utilidades, ROA, razones de liquidez y endeudamiento, junto con indicadores no financieros como la diversificación de servicios, la capacitación, la retención de clientes, rendimiento por empleado, y la eficiencia de la inversión en publicidad y tecnología, son esenciales para medir el éxito. Cabe destacar que factores como la ubicación e infraestructura se miden a través de ficha de observación.

Finalmente, los resultados de los indicadores financieros proporcionados por la SUPERCIAS, (2020) permitieron calcular los promedios de las empresas nacionales de peluquería y tratamientos de belleza (código S9602.00). A nivel nacional, se observó una media de liquidez corriente de 4.70, un promedio de endeudamiento sobre activo del 179%, lo que indica un alto nivel de financiamiento externo, y un margen neto operacional y ROA negativos, -151% y -73% respectivamente. Por otro lado, en la investigación realizada en el distrito 11D06, la liquidez corriente tiene un promedio de 3,35, una razón de deuda del 64%, y los promedios del margen neto y ROA fueron positivos, con 43% y 37% respectivamente. Los resultados obtenidos en el distrito difieren significativamente de los promedios nacionales, principalmente debido al contexto de las empresas distritales situadas en cantones más pequeños, en comparación con las peluquerías en las grandes ciudades del país. Esta diferencia se ve acentuada por el hecho de que los indicadores corresponden al año 2020, un periodo en el que las peluquerías enfrentaban retos financieros debido a la pandemia y necesitaban un mayor financiamiento externo, en contraste, en la actualidad las empresas en el distrito se apoyan más en financiamiento propio en comparación con el promedio nacional. Se deduce, por tanto, que la industria de la belleza a nivel distrital difiere considerablemente de la nacional en todos los indicadores financieros analizados, lo cual puede atribuirse al alcance específico de la investigación.

En cuanto a los indicadores no financieros, Flores (2020) en su estudio realizado en Lima dentro de Muzamía Styles & Spa descubrió una alta fidelización de clientes, con un 56,7% totalmente satisfechos y un 43,3% de visitas mensuales fortuitas. Esto manifiesta una lealtad significativa de los clientes, ofreciendo una oportunidad para implementar estrategias de promoción y descuentos. Distintamente al, estudio en el distrito 11D06 que mostró una

retención de clientes del 80% que evidencia un nivel de permanencia alto, estas discrepancias se deben principalmente a las diferencias en la escala de los sectores estudiados, las condiciones económicas de los países, y los niveles de competitividad entre el sector.

En términos generales, el análisis de los datos facilitó la comparación entre la teoría existente y la situación real de las peluquerías en el distrito 11D06, mismo que reveló tanto similitudes como diferencias con respecto a otras investigaciones; a través del cual, se logró responder a la pregunta de investigación, permitiendo determinar las circunstancias actuales de las empresas dedicadas a la peluquería y otros tratamientos de belleza en los cantones de Calvas, Gonzanamá y Quilanga.

Cabe destacar que la investigación enfrentó ciertas limitaciones, entre ellas, la falta de recursos bibliográficos específicos al tema y la colaboración parcial de las peluquerías abarcadas. Estos factores afectaron la precisión en la representación de las situaciones del sector, resultando en datos atípicos y algunos indicadores excepcionalmente altos. Sin embargo, este estudio concibe las bases para futuras investigaciones, que podrían expandir el conocimiento sobre el sector y de esta manera establecer promedios y estadísticas para otros ámbitos de la economía.

8. Conclusiones

En la actualidad, donde la autoestima se relaciona con el ámbito de la belleza, se observa un creciente interés en servicios vinculados a este sector, específicamente en la actividad de peluquerías y otros tratamientos de belleza, clasificados bajo el código S9602.00 en el distrito 11D06, se han establecido 63 negocios dedicados a estas actividades, con mayor participación en el cantón Calvas, cabe destacar la relevancia de este sector que radica en su objetivo de mejorar la apariencia personal y, por ende, la calidad de vida de los individuos, a través de una variedad de técnicas modernas de estilismo y cosmética, estos servicios procuran brindar una experiencia a medida que se adapta a las tendencias actuales de la belleza, lo que a su vez promueve una significativa demanda potencial.

Se identificaron varios factores claves para el éxito, que incluyen la presencia de personal competente y capacitado, una amplia gama de servicios ofertados, estrategias de marketing y promoción y un compromiso constante con la mejora e innovación, además, la infraestructura y el ambiente del local, su ubicación estratégica, la calidad del servicio y la hospitalidad, junto con una gestión adecuada, son aspectos fundamentales. Mismos que se evalúan a través de indicadores financieros como la rentabilidad, liquidez y endeudamiento, así como indicadores no financieros centrados en la calidad, eficiencia operativa, retorno de la inversión en publicidad y tecnología, y gestión del tiempo, de la misma manera cabe destacar que la medición de factores como la ubicación y el ambiente del local es trascendental, ya que mejora significativamente la experiencia del cliente en el sector.

La evaluación de indicadores de desempeño en las microempresas del sector de la belleza revela resultados como la liquidez promedio de 3,35, lo que indica que las peluquerías tienen la capacidad para invertir después de cubrir sus obligaciones a corto plazo, adicionalmente, se observa una inclinación hacia el financiamiento externo, con un promedio del 64% en relación a la razón de endeudamiento sobre activo. En términos de recursos humanos, cada negocio emplea en promedio a dos personas, generando un rendimiento promedio de \$5 170,49 por empleado, este desempeño se ve reforzado por un alto nivel de capacitación y una significativa fidelización de los clientes, aspectos que contribuyen positivamente al sector. En cuanto a la rentabilidad, el sector muestra un alto margen de utilidad promedio del 43%, con un 64% de las empresas superando este promedio, lo que refleja una alta rentabilidad en el sector.

9. Recomendaciones

Se sugiere a los dueños de peluquerías que mantengan una innovación constante en las técnicas y servicios ofertados, dada la naturaleza dinámica del sector, teniendo en cuenta que mantenerse actualizados con las tendencias y cambios, pueden asegurar su competitividad en el mercado, esto les permitirá ofrecer servicios más personalizados y de mayor calidad, lo cual, a su vez, realzará significativamente la experiencia de sus clientes.

Es fundamental que los propietarios de los negocios del sector de belleza, consideren los factores de éxito identificados en la investigación y tomen en cuenta la aplicación de los indicadores de desempeño organizacional que les permitirá enfocarse en áreas clave como la innovación, la capacitación, la calidad y la fidelización de los clientes así como en aspectos financieros trascendentales, facilitando la creación de estrategias que se alineen con las circunstancias actuales de su empresa, que mejoren la competitividad dentro del sector.

Se recomienda a los propietarios de peluquerías considerar los hallazgos de esta investigación, la cual proporciona datos estadísticos, tanto financieros como no financieros. Esta información es clave para identificar áreas de mejora en sus negocios. Además, es factible realizar estos estudios de forma periódica, lo que les facilitará mantenerse actualizados sobre la situación presente de sus empresas y, consecuentemente, les permitirá implementar medidas correctivas de manera oportuna y efectiva.

10. Bibliografía

- Acurio, G., Bosquez, J., y Cacpata, W. (2021). Análisis pestel en el impacto del Covid-19 en la educación superior. *Conrado*, 17, (S1), 440-448. <https://n9.cl/z2h19>
- Alonso, Y. (2014). *Plan de empresa para la creación de un salón de peluquería y estética en Bétera* [Tesis de licenciatura, Universidad Politecnica de Valencia]. Repositorio RiuNet <https://n9.cl/idb1j>
- Aranda, P. (2022). *Metodología de diagnóstico y mejoramiento sectorial* [Tesis de licenciatura, Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas]. Repositorio Institucional. <https://n9.cl/x9uah>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCOSA]. (2023). Creacion y competencias del ARCOSA. <https://n9.cl/ky2yh>
- Base de datos estadística de la Organización Internacional del Trabajo [ILOSTAT]. (2023). *Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. <https://n9.cl/uz420>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom. <https://n9.cl/u0wqm>
- Beltran, A., y Casasbuenas, S. (2015). *Diseño de una metodología de diagnóstico sectorial* [Tesis de licenciatura, Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas]. Repositorio Insitucional. <https://n9.cl/rh4yb2>
- Bernal , C. (2012). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Person. <https://n9.cl/z9jvc>
- Betancour, D. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016* [Tesis de licenciatura, Universidad ULADECH Católica]. Repositorio Insitucional. <https://n9.cl/lae4es>
- Bravo, C., y Samaniego , J. (2015). “*La responsabilidad social empresarial enfocada al sector de servicios: “actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza” de la ciudad de Cuenca, Ecuador*” [Tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <https://n9.cl/6b3je>
- Brito, N., y Ogechukwu, A. (2018). *Plan de negocio para un Spa-Peluqueria* [Tesis de licenciatura, Universidad de La Laguna]. Repositorio RIULL. <https://n9.cl/hu95ao>
- Burbano , J., y Fernandez, M. A. (2018). Diagnóstico del sector agroalimentario de Ecuador. *Anales Científicos*. 79 (2), 519-525. <https://n9.cl/md6m4>
- Cáceres, C. (2019). Indicadores de gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones del área de crédito de la cooperativa de ahorro y crédito Indígena sac LTDA., de la ciudad de Ambato [Tesis de Maestría, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Repositorio DSpace ESPOCH. <https://n9.cl/5fc2u>
- Cámara de Comercio de Quito. (2017). *Boletín Jurídico*. Clasificación de las Pymes, pequeña, y mediana empresa. <https://n9.cl/7bk91>
- Contreras, F. (2005). Indicadores de Gestión en Unidades de Información. http://eprints.rclis.org/7008/1/1_10.pdf

- Chávez, G., Campuzano, J., y Betancourt, V. (2018). Las micro, pequeñas y medianas empresas. Clasificación para su estudio en la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Machala. *Scielo*, 14(1), 247-255. <https://n9.cl/r8ufx>
- Clemente, S., y Chumpitaz, T. (2019). *Las Cinco Fuerzas de Porter enfocadas en el crecimiento empresarial de la empresa textil Rodríguez S.A.C* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica]. Repositorio Institucional UTP. <https://n9.cl/flchg>
- Contreras, C., y Mesa, J. (2021). *Aplicación de la metodología de diagnóstico sectorial del grupo ARCOSES en el sector de fabricación de productos de caucho y plástico . Colombia* [Tesis de licenciatura, Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas]. Repositorio Insitucional. <https://n9.cl/2uvye>
- Creditea. (2022). *Los sectores económicos. Concepto, divisiones y ejemplos*. <https://www.creditea.mx/blog/post/sectores-economicos>
- Diez, J., Pasciaroni, C., y Tortul, M. (2020). Análisis del sector software en la ciudad de Bahía Blanca. Estado actual y trayectoria evolutiva. *Scielo*, 20(63), 365-395. <https://n9.cl/6omm9>
- Escudero, E. (2019). *Análisis estratégico del sector turístico de la provincia de Jaén* [Tesis de licenciatura, Universidad de Jaén]. Repositorio Institucional CREA. <https://crea.ujaen.es/handle/10953.1/10761>
- Espinoza, M., y Espinoza, M. (2020). Las fuerzas de Porter: estrategias luego de su aplicación. <https://n9.cl/11qvz>
- Flores , M. (2020). Procesos de marketing digital para el posicionamiento de una empresa mype del sector belleza, Lima 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Insitucional UPN. <https://n9.cl/qnn3v>
- Galaso, P. (2015). Diagnóstico del Sistema Español de Innovación: agentes, recursos y resultados. *Scielo*, 15(49), 807-833. <https://n9.cl/0nw8s>
- Gallego, J., y Rodriguez, D. (2016). *Estudio del proceso de decisión de compra en el servicio de peluqueria* [Tesis de ingeniería, Universidad Piloto de Colombia]. Repositorio Insitucional Universidad Piloto de Colombia. <https://n9.cl/iy8e4>
- Ghiglione, F. (2021). El cuadro de mando integral como herramienta de eficiencia en la gestión empresarial. *Scielo*, (18), 87-93. <https://n9.cl/fqbde>
- Hernandez, R., Fernandez, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES. <https://n9.cl/rbnx>
- Imbaquingo, J. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación e implementación de un centro de belleza y asesoría de imagen en la parroquia Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha* [Tesis de ingeniería, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte. <https://n9.cl/a56hg4>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Ecuadorencifras*. <https://n9.cl/6jusu>
- Jiménez, W., y Zamora, R. (2021). Diagnóstico del sector automotriz del Ecuador. Caso fabricación de autobuses en la provincia de Tungurahua. *ENIAC PESQUISA*, 9(2), 212-226. <https://ojs.eniac.com.br/index.php/EniacPesquisa/article/view/638/pdf>

- Kotler, P., y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. Pearson Educación. <https://n9.cl/wtv9j>
- Lapiedra, R., Forés, B., Puig, A., y Martínez, L. (2021). *Introducción a la gestión de sistemas de información en las empresas*. Universitat Jaume. <http://hdl.handle.net/10234/194661>
- León, V. (2015). *Análisis sectorial y propuestas estratégicas para el sector de ópticas en la ciudad de Quito* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio UASB-Digital. <https://n9.cl/jl8rb>
- Ley de Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal (2021). Registro Oficial del Gobierno del Ecuador N° 587 (29 noviembre 2021). <https://n9.cl/cfb65>
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, [LORTI]. *Registro Oficial del Gobierno del Ecuador N° 209 (23 abril 2021)*. <https://n9.cl/mkiqb>
- López, E., Méndez, G., y Franco, C. (2021). Prototipo de Metodología de Diagnóstico Sectorial en Colombia. *Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería ACOFI*. <https://acofipapers.org/index.php/eiei/article/download/1630/1771/4619>
- Magaña, D., Gaucín, S., y Flores, L. (2015). Análisis Sectorial y de la Dinámica de los Precios del Frijol en México. *Dialnet*, 2(3), 1-21. <https://n9.cl/b6qy4>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (s.f.). *Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español*. MAPA. <https://n9.cl/7tu1u>
- Ministerio de Salud Pública (MSP). (2013). *Condiciones para el funcionamiento de los establecimientos*. <https://n9.cl/2o0hhl>
- Messina, M., y Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento. *Dialnet*, 9(1), 30-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053601>
- Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4s.pdf
- Navarro, J. (2017). Establecimiento de indicadores clave de desempeño “Key Performance Indicators” en el puesto de ventas, Zamorano [Tesis de ingeniería, Zamorano: Escuela Agrícola Panamericana]. Repositorio Zamorano. <https://n9.cl/amwns>
- Ortiz, J., y Lozano, J. (2019). *Propuesta de un sistema de indicadores de gestión en la empresa HAIR'S peluquería* [Tesis de licenciatura, Universidad Cooperativa De Colombia Sede Ibagué]. Repositorio Institucional. <https://n9.cl/rgqiz>
- Paredes, C., Chicaiza, B., y Ronquillo, J. (2019). Análisis financiero en las empresas del sector servicios en Ecuador entre los años 2016-2017. *Sigma*, 6(2), 80-95. <https://n9.cl/rzmu6>
- Párraga, S., Pinargote, N., García, C., y Zamora, J. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Scielo*, 7(26). doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2610>
- Pérez, E., y Tipan, P. (2020). *Injerencia política en los organismos de control del Estado Ecuatoriano* [Tesis de maestría, Universidad Israel]. Repositorio Digital Universidad Israel. <https://n9.cl/ogp1d>
- Porter, M. (1997). *Estrategia Competitiva*. Continental. <https://acortar.link/kaCBCr>

- Quintero, J., y Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *TELOS*, 8(3), 377-389. <https://n9.cl/qqm9v>
- Real Academia Española. (2022). Sector Económico. Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/sector>
- Remuzgo, F. (2005). Diagnóstico situacional de la empresa. http://geco.mineroartesanal.com/tiki-download_wiki_attachment.php?attId=371
- Ríos, O. (2019). Key Performance Indicators (KPI). <https://n9.cl/yv1et7>
- Rodríguez, J. (2007). Guía de elaboración de diagnósticos. <http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%EDa-de-diagn%F3stico.pdf>
- Rúa, E., Barrera, A., y Pinzón, B. (2016). Caracterización y Diagnóstico de la Cadena Productiva de la Piña en el Departamento del Casanare. *Dialnet*, 5(1-2), 29-47. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7830560.pdf>
- Sadiq, R., Sheraz, S., Muhammad, M., & Nazeer, S. (2023). Exploring the Contribution of the Service Sector to Economic Growth and Job. *RAMSS*, 6(2), 201-215. <https://ramss.spcrd.org/index.php/ramss/article/view/314>
- Sanchez, J. (2020). Sector económico. Economipedia. <https://n9.cl/li0po>
- Servicio de Rentas Internas [SRI]. (2018). *Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal*. <https://n9.cl/k413zy>
- SRI. (2023). *DATASETS*. <https://www.sri.gob.ec/datasets>
- Spiegato. (2023). *¿Qué son las estadísticas de la industria?*. <https://n9.cl/t158ky>
- SRI. (2023). *Que es el SRI*. <https://www.sri.gob.ec/que-es-el-sri>
- SUPERCIAS. (2020). Resultados de indicadores financieros del sector societario del año 2020 [Archivo Excel]. Portal de Información Supercias. <https://n9.cl/aept>
- SuperCias. (s.f.). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/Institucion.php>
- Trejo, R., Pérez, J., González, B., Sánchez, A., y Moreno, Z. (2023). Análisis de Factores Internos y Externos Mediante las Herramientas de PESTEL y FODA en una Empresa de Corte Laser en el Estado de Tlaxcala. *Ciencia Latina*, 7(5), 8461-8474. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/8421/12644>
- Trigueros, P. (2014). Diagnóstico empresarial de las mipymes de agro-servicios ubicados en Asunción Mita Y El Progreso, Jutiapa [Tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio Landívariana.. <https://n9.cl/7ga2l>
- United Nations Statistics, (s.f.). *Industry Statistics*. <https://n9.cl/wl22z>
- Valencia, C., y Cano, M. (2020). *Modelo de negocio del salón de belleza María Caro* [Tesis de licenciatura, Corporación Unificada Nacional de Educación de Educación Superior]. Repositorio CUN. <https://n9.cl/yqiwf>
- Valenzuela, C. (2003). *Importancia de factores no financieros de las decisiones de inversión*. Universidad de Chile. <https://acortar.link/Jx6hfd>

Vidal, E. (2004). *Diagnóstico organizacional*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

Villegas, G. (2005). Gestión por Factores Críticos de Éxito. *EAFIT*. (105), 1-26.
<https://n9.cl/74kw0>

11. Anexos

Anexo 1

Afiche de sensibilización

UNL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Diagnóstico Sectorial

ACTIVIDAD DE PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA

¿Qué es Diagnóstico Sectorial?

Realizar un análisis detallado de actividades dedicadas a la belleza, para identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

Objetivos del Diagnóstico Sectorial

- ✓ Caracterizar la actividad económica
- ✓ Establecer los indicadores de desempeño empresarial
- ✓ Determinar las estadísticas y los promedios de la industria

El Diagnóstico Sectorial tiene beneficios como:



Proporciona información sobre tendencias de mercado, competencia, y oportunidades para el crecimiento.



Gestionar eficientemente los recursos, y contribuir a la optimización de costos



Desarrollar estrategias a largo plazo y lograr la adaptación a cambios económicos.

Para constatar la validez del proyecto contactar con:

Director del proyecto
Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mgs.
☎ 0994022010
✉ carlos.rodriguez@unl.edu.ec

Tesista
Julieth de Lourdes Calva Camacho
☎ 0988925188
✉ julieth.calva@unl.edu.ec

Dirección de la investigación
☎ (07) 254 5100
✉ direccion.investigacion@unl.edu.ec

Anexo 2

Afiche de socialización de resultados

UNL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Diagnóstico Sectorial

ACTIVIDAD DE PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA

Objetivo

Suministrar datos comparativos sectoriales a las corporaciones privadas permite que estas determinen sus puntos fuertes y débiles en relación con el promedio de la industria. Este análisis comparativo es fundamental para el desarrollo de estrategias de negocio efectivas.

Estadísticas de la Industria

| Cantón | Promedio Activos (\$) | Promedio Activos Corrientes (%) | Promedio Pasivos (\$) | Promedio Pasivos Corrientes (%) |
|-----------------|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Cabos | \$ 17.303,04 | 11% | \$ 6.335,84 | 9% |
| Goetzmann | \$ 12.500,23 | 10% | \$ 6.136,41 | 9% |
| Quilanga | \$ 9.166,83 | 9% | \$ 5.000,00 | 6% |
| Promedio | \$ 12.990,03 | 10% | \$ 5.817,42 | 8% |

| Cantón | Ingresos (\$) | Gastos (\$) | Impuesto (\$) | Utilidad (\$) |
|-----------------|--------------------|--------------------|-----------------|--------------------|
| Cabos | \$ 8.384,21 | \$ 4.468,42 | \$ 60,00 | \$ 3.855,79 |
| Goetzmann | \$ 5.236,36 | \$ 2.369,09 | \$ 60,00 | \$ 2.807,27 |
| Quilanga | \$ 9.600,00 | \$ 5.000,00 | \$ 60,00 | \$ 5.540,00 |
| Promedio | \$ 7.740,19 | \$ 4.112,50 | \$ 60,00 | \$ 3.224,35 |

| Cantón | Tiempo en el mercado (años) | Inversión en Publicidad | Clientes Totales/Diarios | Clientes recurrentes |
|-----------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------|
| Cabos | 9 | \$318,51 | 9 | 7 |
| Goetzmann | 5 | \$313,27 | 10 | 9 |
| Quilanga | 6 | \$200,00 | 12 | 6 |
| Promedio | 7 | \$233,93 | 10 | 7 |

| Cantón | Inversión en Tecnología | Número de empleados | Total de servicios | Servicios nuevos | Tiempo Laborado | Tiempo de espera por servicio (horas) |
|-----------------|-------------------------|---------------------|--------------------|------------------|-----------------|---------------------------------------|
| Cabos | \$ 1.289,89 | 1 | 6 | 1 | 10 | 0,79 |
| Goetzmann | \$ 2.318,30 | 2 | 5 | 0 | 10 | 0,65 |
| Quilanga | \$ 708,50 | 2 | 9 | 2 | 10 | 0,38 |
| Promedio | \$ 1.369,63 | 2 | 7 | 1 | 10 | 0,54 |

Estadísticas de la Industria

| Indicador | Promedio de la industria | Peluquerías por encima del promedio | Peluquerías por debajo del promedio |
|---------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Margen neto de utilidades | 43% | 56% | 44% |
| Rendimiento sobre los activos totales | 37% | 19% | 81% |
| Liquidez Corriente | 335% | 54% | 46% |
| Capital de trabajo | \$994,52 | 42% | 58% |
| Razón deuda sobre activos | 64% | 33% | 67% |
| Diversificación de servicios | 18% | 50% | 44% |
| Capacitación | 120% | 35% | 65% |
| Retención de clientes | 80% | 81% | 19% |
| Rendimiento por empleado | \$ 5.170,89 | 54% | 46% |
| Eficiencia de la publicidad | \$24,60 | 38% | 62% |
| Eficiencia de Nuevas tecnologías | \$12,83 | 59% | 59% |
| Tiempo de espera | 0,07 | 31% | 69% |
| Tiempo utilizado por servicio | 1,05 | 62% | 38% |

El diagnóstico de peluquerías en el distrito TID06 indica buena rentabilidad y retención de clientes, con variabilidad en eficiencia de activos, liquidez, y adopción de tecnología y publicidad

Para constatar la validez del proyecto contactar con:

Director del proyecto
Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mgs.
☎ 0994022010
✉ carlos.rodriguez@unl.edu.ec

Tesista
Julieth de Lourdes Calva Camacho
☎ 0988925188
✉ julieth.calva@unl.edu.ec

Dirección de la investigación
☎ (07) 254 5100
✉ direccion.investigacion@unl.edu.ec

Anexo 3

Encuesta aplicada a los propietarios de las empresas del sector



Esta encuesta está diseñada para conocer los promedios de la industria del sector de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza, su colaboración es de gran importancia para obtener datos representativos. Tenga la seguridad de que todos los datos proporcionados serán tratados de manera confidencial y utilizados únicamente con fines académicos.

Datos generales

| | |
|------------------------|--|
| Nombre del propietario | |
| Nombre del Local | |
| Dirección | |
| Contacto y Correo: | |

A continuación, se presenta el cuestionario.

Marque con una (x) la opción que considere más adecuada.

Procesos internos

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

Indique _____

2. ¿Cuántos servicios en total brinda en su negocio?

Indique _____

3. ¿Cuáles son los servicios que ofrece? Puede seleccionar varias respuestas.

() Cortes de cabello de mujer

() Cortes de cabello de hombre

() Tintes y coloración

() Tratamientos capilares

() Peinados y recogidos

() Maquillaje profesional

() Manicure

() Pedicure

() Tratamientos de cejas

() Extensiones de pestañas

() Otros _____

4. ¿Cuántos servicios nuevos ha incrementado en su negocio?

Indique _____

5. ¿A quién van dirigidos los servicios que oferta?

() Hombre

() Mujer

() Niños

() Público en general

6. **¿Cuál es el promedio de clientes total que tiene en el día?**

- 1-10 personas
- 11-20 personas
- 21-30 personas
- 31-40 personas
- 41-50 personas
- Más de 50 personas _____

7. **¿Cuál es el promedio de clientes recurrentes en su negocio?**

- 1-10 personas
- 11-20 personas
- 21-30 personas
- 31-40 personas
- 41-50 personas
- Más de 50 personas _____

8. **¿Cómo gestionan las citas y horarios en su local?**

- Reservaciones por red social
- Llamadas
- Personalmente
- Otros _____

9. **¿Cuál es el promedio de horas trabajadas durante el día?**

- 2 horas a 4 horas
- 5 horas a 8 horas
- 9 horas a 12 horas
- Más de 12 horas

10. **¿Cuál es el tiempo promedio de espera para los clientes?**

- 15min a 30min
- 30min a 60min
- 1 hora a 2 horas
- Más de 2 horas

11. **¿Qué red social utiliza para promocionar su negocio?**

- Instagram
- Facebook
- Otro. Indique _____

12. **¿Cuánto invierte mensualmente en publicidad para promocionar su negocio?**

- Entre \$10 y \$40
- Entre \$41 y \$70
- Entre \$70 y \$100
- Otro. Indique _____

13. **¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?**

14. **¿Cuántas capacitaciones tienen los empleados en el mes?**

- Cero
- 1-3
- 4-5
- Mayor a 5

Financiero

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

- Menor a \$10 000,00
- \$10 001 a \$25 000
- \$25,001 a \$50,000

- \$50,001 a \$75,000
- \$75,001 a \$100,000
- Mayor a \$100,000

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

- 1% - 10%
- 11% - 20%
- 21% - 30%
- 31% - 40%
- 41% - 50%
- Mayor a 50%

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

- Menor a \$10 000,00
- \$10 001 a \$25 000
- \$25,001 a \$50,000
- \$50,001 a \$75,000
- \$75,001 a \$100,000
- Mayor a \$ 100 000

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

- 1% - 10%
- 11% - 20%
- 21% - 30%
- 31% - 40%
- 41% - 50%
- Mayor a 50%

19. ¿Cuál es el monto aproximado de ingresos que percibe al mes?

20. ¿Cuál es el monto aproximado de costos y gastos que incurre al mes?

21. ¿Cuál es el monto aproximado de impuestos que paga en el año?

22. ¿Cuál es el monto aproximado de inversión en tecnología que realiza su empresa?


- Menor a \$1 000,00
- \$ 1 000,00 a \$ 10 000,00
- \$ 10 001,00 a \$ 20 000,00
- \$ 20 001,00 a \$ 30 000,00
- Mayor a \$ 30 000,00

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

- Capacitación del personal
- Continuo mejoramiento e innovación
- Calidad de servicio
- Marketing
- Gestión Financiera
- Otro _____

Anexo 4

Ficha de Observación a las peluquerías del distrito IID06

|  | | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------------------|
| Nombre de la Peluquería | | | | | | |
| Cantón al que pertenece | | | | | | |
| Dirección | | | | | | |
| Fecha | | | | | | |
| 1= Muy Bajo 2=Bajo 3=Medio 4=Bueno 5= Alto | | | | | | |
| Criterios | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Observaciones |
| Facilidad de Acceso | | | | | | |
| Visibilidad desde la Calle | | | | | | |
| Proximidad a Puntos de Interés (transporte, centros comerciales, etc.) | | | | | | |
| Estado General del Edificio | | | | | | |
| Diseño Interior | | | | | | |
| Limpieza y Orden | | | | | | |
| Equipamiento y Herramientas | | | | | | |
| Iluminación | | | | | | |
| Atmósfera General (sensación general del lugar) | | | | | | |

Anexo 5

Matriz base indicadores de desempeño sector de la actividad peluquería y otros tratamientos de belleza

| SECTOR ORGANIZACIONAL | PROPUESTA DE VALOR A LA SOCIEDAD | CARACTERÍSTICAS | CONDICIONANTES | FACTORES CLAVES DE ÉXITO | INDICADORES DE DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL | INFORMACIÓN REQUERIDA |
|---|---|--|---|------------------------------------|--|--|
| <p>S9602.00</p> <p>Sección</p> <p>Otras actividades de servicios</p> <p>División</p> <p>Otras Actividades De Servicios Personales</p> <p>Grupo</p> <p>Otras Actividades De Servicios Personales.</p> <p>Clase</p> <p>Actividades De Peluquería Y Otros Tratamientos De Belleza.</p> <p>Subclase</p> <p>Actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares para hombres y mujeres; afeitado y recorte de la barba; masajes faciales, manicura y pedicura, tatuajes, maquillaje, etcétera.</p> | <p>Contribuye a mejorar la autoestima de la comunidad del distrito 11D06 al promover una imagen estética en las personas.</p> | No financiero | | | | |
| | | Personalización del servicio con conocimientos modernos y adecuándose al cliente | El personal debe poseer la formación adecuada para ofrecer un servicio de calidad | Personal competente y capacitado | Programas de Capacitación (<i>Capacitaciones realizadas/Capacitaciones planificadas</i>) | Número total de capacitaciones Número total de empleados |
| | | Amplia gama de estilos en servicios de belleza, ejecutados de manera precisa y profesional | Los servicios ofertados deben ser diversificados y se incrementa la gama de opciones disponibles. | Variedad de servicios | Porcentaje de Servicios Nuevos en Relación a los Totales (<i>Nuevos servicios/Total de servicios</i>) | Número de nuevos servicios Total, de servicios ofertados |
| | | Presencia activa en las redes sociales para compartir información sobre servicios, promociones, calidad y la satisfacción de clientes. | Poseer habilidades en redes sociales y comprender cómo optimizar estrategias de marketing | Marketing y promoción | Eficiencia de la publicidad (<i>Inversión mensual en publicidad /Ingresos mensuales</i>) | Ingresos anuales Inversión anual en publicidad |
| | | Mantenerse en las últimas tendencias de belleza, y actualizaciones en tecnología | Capacidad de adaptación en concordancia a las preferencias de los consumidores | Mejoramiento continuo e innovación | Inversión en Nuevas Tecnologías (<i>Inversión en tecnología/total de gastos</i>) | Inversión en tecnología Total, de gastos |
| | | Local equipado con condiciones higiénicas y estéticas adecuadas para ofrecer los servicios | Contar con una infraestructura y diseño atractivos para los clientes | Infraestructura y ambiente | Los factores de éxito se medirán a través de una ficha de observación para evaluar su desempeño e incidencia en el mercado | Estado General del Edificio Diseño Interior Eficiencia en la distribución del local Limpieza y Orden Equipamiento y Herramientas Iluminación Atmósfera General (sensación general del lugar) |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|-------------------------------|--|---|
| | | Establecimiento situado en ubicaciones céntricas de la ciudad. | Explorar la zona para evaluar la facilidad de acceso y la afluencia de clientes. | Ubicación del local | | Facilidad de Acceso Visibilidad desde la Calle Proximidad a Puntos de Interés (transporte, centros comerciales, etc.) |
| | | Estándares en técnicas de peluquería y belleza | Utilizando de productos con calidad, atención personalizada a las necesidades individuales del cliente en un ambiente adecuado. | Calidad de atención y acogida | Tasa de Retención de Clientes (Número de Clientes recurrentes/ total de clientes atendidos) | Número de Clientes recurrentes Número total de clientes Tiempo de espera Tiempo laborado al día Número de servicios realizados Ingresos Totales Número de empleados |
| | Indicadores de tiempo (Tiempo Total de Espera de Todos los Clientes/Número Total de Clientes Atendidos) (Tiempo Total de Servicios Realizados/Número Total de Servicios Realizados) | | | | | |
| | Rendimiento por empleado (Ingresos totales al día / Número de empleados.) | | | | | |
| | | Financiero | | | | |
| | | Planificación financiera efectiva, control de costos y optimización de recursos | Gestionar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, facilitar la inversión y el crecimiento | Gestión Adecuada | Margen neto de utilidades (Utilidad neta/Ingresos) Rendimiento sobre los Activos totales (ROA) Capital de trabajo Liquidez corriente (Activo corriente/ Pasivo corriente) Razón deuda sobre activos (Pasivos / Activos) | Total, de ingresos Total, de Gastos Porcentaje de Utilidad Total, de activos Total, de pasivos Total, de activos corrientes Total, de pasivos corrientes |

Anexo 6

Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del cantón Calvas

| Informantes | Margen neto de Utilidades (%) | ROA | Liquidez Corriente | Capital de trabajo | Razón deuda sobre activos | Diversificación de servicios | Capacitación | Retención de clientes | Rendimiento por empleado | Eficiencia de la Publicidad | Eficiencia de la Inversión en tecnología | Tiempo de espera | Tiempo utilizado por servicio |
|---------------|-------------------------------|-----|--------------------|--------------------|---------------------------|------------------------------|--------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|--|------------------|-------------------------------|
| Peluquería 1 | 88% | 95% | 35% | -500.00 | 100% | 0% | 200% | 100% | 5,400.00 | 5,56% | 9,27% | 0.07 | 1.18 |
| Peluquería 2 | 59% | 20% | 350% | 687.53 | 29% | 0% | 200% | 100% | 6,000.00 | 5,00% | 8,34% | 0.05 | 0.68 |
| Peluquería 3 | 59% | 20% | 350% | 687.53 | 29% | 33% | 200% | 35% | 6,000.00 | 5,00% | 8,34% | 0.05 | 0.42 |
| Peluquería 4 | 58% | 11% | 750% | 1,787.53 | 13% | 25% | 200% | 35% | 7,200.00 | 4,17% | 6,95% | 0.05 | 0.68 |
| Peluquería 5 | 65% | 13% | 350% | 687.53 | 29% | 0% | 0% | 100% | 3,600.00 | 8,33% | 13,90% | 0.07 | 1.18 |
| Peluquería 6 | 41% | 10% | 124% | 187.53 | 29% | 40% | 0% | 100% | 4,200.00 | 7,14% | 11,92% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 7 | 46% | 27% | 350% | 687.53 | 29% | 40% | 225% | 100% | 5,100.00 | 6,53% | 53,92% | 0.10 | 0.68 |
| Peluquería 8 | 39% | 13% | 100% | - | 100% | 33% | 0% | 100% | 6,000.00 | 5,00% | 8,34% | 0.07 | 1.18 |
| Peluquería 9 | 69% | 24% | 100% | - | 100% | 25% | 0% | 100% | 6,000.00 | 5,00% | 8,34% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 10 | 49% | 71% | 100% | - | 100% | 25% | 200% | 100% | 7,200.00 | 4,17% | 6,95% | 0.07 | 1.18 |
| Peluquería 11 | 39% | 9% | 266% | 1,287.53 | 13% | 29% | 100% | 100% | 4,500.00 | 3,33% | 5,56% | 0.05 | 0.68 |
| Peluquería 12 | 59% | 20% | 986% | 2,437.58 | 29% | 0% | 0% | 100% | 6,000.00 | 5,00% | 8,34% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 13 | 49% | 71% | 100% | - | 100% | 20% | 0% | 100% | 7,200.00 | 4,17% | 6,95% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 14 | 54% | 17% | 986% | 2,437.58 | 29% | 0% | 0% | 100% | 5,400.00 | 5,56% | 9,27% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 15 | 66% | 95% | 35% | -500.00 | 100% | 0% | 0% | 100% | 7,200.00 | 4,17% | 6,95% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 16 | 37% | 20% | 986% | 2,437.58 | 29% | 29% | 100% | 100% | 4,800.00 | 3,13% | 5,21% | 0.05 | 0.68 |
| Peluquería 17 | 40% | 13% | 604% | 4,850.05 | 47% | 20% | 100% | 100% | 6,000.00 | 2,50% | 45,83% | 0.02 | 0.77 |
| Peluquería 18 | 35% | 17% | 986% | 2,437.58 | 29% | 20% | 200% | 100% | 8,400.00 | 3,57% | 5,96% | 0.14 | 1.18 |
| Peluquería 19 | 59% | 71% | 100% | - | 100% | 29% | 200% | 35% | 6,000.00 | 5,00% | 91,67% | 0.02 | 0.42 |
| Peluquería 20 | 35% | 24% | 986% | 2,437.58 | 29% | 0% | 450% | 35% | 12,000.00 | 2,50% | 45,83% | 0.10 | 0.77 |
| Peluquería 21 | 56% | 95% | 100% | - | 100% | 20% | 100% | 100% | 4,200.00 | 3,57% | 5,96% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 22 | 24% | 10% | 350% | 1,937.58 | 29% | 14% | 0% | 100% | 7,200.00 | 4,17% | 6,95% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 23 | 59% | 31% | 986% | 2,437.58 | 29% | 17% | 0% | 100% | 9,000.00 | 3,33% | 5,56% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 24 | 37% | 20% | 350% | 1,937.58 | 29% | 14% | 100% | 100% | 4,800.00 | 3,13% | 5,21% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 25 | 55% | 34% | 986% | 2,437.58 | 29% | 0% | 100% | 100% | 5,400.00 | 2,78% | 4,63% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 26 | 49% | 27% | 986% | 2,437.58 | 29% | 14% | 200% | 100% | 9,600.00 | 3,13% | 5,21% | 0.14 | 1.91 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-------------|-----------------|------------|------------|-------------|------------|-----------------|--------------|---------------|-------------|-------------|
| Peluquería 27 | 46% | 24% | 124% | 187.53 | 29% | 33% | 200% | 100% | 9,000.00 | 3,33% | 5,56% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 28 | 24% | 13% | 986% | 2,437.58 | 29% | 20% | 100% | 100% | 4,800.00 | 3,13% | 5,21% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 29 | 24% | 13% | 350% | 1,937.58 | 29% | 0% | 100% | 100% | 4,800.00 | 3,13% | 5,21% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 30 | 58% | 24% | 350% | 687.53 | 29% | 13% | 200% | 100% | 7,200.00 | 4,17% | 6,95% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 31 | 49% | 27% | 350% | 687.53 | 29% | 22% | 100% | 35% | 4,800.00 | 3,13% | 5,21% | 0.02 | 0.77 |
| Peluquería 32 | 52% | 31% | 986% | 2,437.58 | 29% | 20% | 450% | 100% | 10,200.00 | 6,53% | 4,91% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 33 | 33% | 47% | 100% | - | 100% | 22% | 100% | 100% | 3,600.00 | 4,17% | 6,95% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 34 | 16% | 10% | 124% | 187.53 | 29% | 22% | 100% | 35% | 5,400.00 | 2,78% | 4,63% | 0.02 | 0.68 |
| Peluquería 35 | 43% | 24% | 986% | 2,437.58 | 29% | 50% | 100% | 100% | 4,800.00 | 3,13% | 5,21% | 0.07 | 1.91 |
| Peluquería 36 | 33% | 20% | 986% | 2,437.58 | 29% | 29% | 100% | 100% | 5,400.00 | 6,17% | 4,63% | 0.14 | 1.91 |
| Peluquería 37 | 47% | 31% | 986% | 2,437.58 | 29% | 30% | 450% | 35% | 11,400.00 | 2,63% | 48,25% | 0.02 | 0.68 |
| Peluquería 38 | 58% | 22% | 214% | 3,100.00 | 47% | 20% | 750% | 100% | 14,400.00 | 4,63% | 38,19% | 0.02 | 0.68 |
| Promedio | 48% | 31% | 499% | 1,374.06 | 46% | 19% | 148% | 88% | 6,584.21 | 4,04% | 15,38% | 0.08 | 1.11 |

Anexo 7

Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del cantón Gonzanamá

| Informante | Margen neto de Utilidades (%) | ROA | Liquidez Corriente | Capital de trabajo | Razón deuda sobre activos | Diversificación de servicios | Capacitación | Retención de clientes | Rendimiento por empleado | Eficiencia de la Publicidad | Eficiencia de la Inversión en tecnología | Tiempo de espera | Tiempo utilizado por servicio |
|-----------------|-------------------------------|------------|--------------------|--------------------|---------------------------|------------------------------|--------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|--|------------------|-------------------------------|
| Peluquería 39 | 36% | 35% | 35% | -500.00 | 100% | 0% | 0% | 100% | 2,400.00 | 6,25% | 10,43% | 0.07 | 1.27 |
| Peluquería 40 | 66% | 27% | 124% | 187.53 | 29% | 0% | 67% | 100% | 2,400.00 | 4,17% | 76,39% | 0.02 | 0.71 |
| Peluquería 41 | 56% | 47% | 100% | - | 100% | 0% | 200% | 100% | 4,200.00 | 7,14% | 11,92% | 0.14 | 1.27 |
| Peluquería 42 | 32% | 23% | 100% | - | 100% | 17% | 200% | 100% | 3,600.00 | 8,33% | 13,90% | 0.14 | 2.00 |
| Peluquería 43 | 29% | 28% | 100% | - | 100% | 25% | 100% | 100% | 2,400.00 | 6,25% | 10,43% | 0.27 | 1.27 |
| Peluquería 44 | 48% | 35% | 100% | - | 100% | 0% | 0% | 35% | 1,800.00 | 8,33% | 13,90% | 0.05 | 0.71 |
| Peluquería 45 | 48% | 35% | 282% | 500.00 | 100% | 0% | 100% | 100% | 1,800.00 | 8,33% | 13,90% | 0.07 | 2.00 |
| Peluquería 46 | 41% | 10% | 350% | 687.53 | 29% | 0% | 0% | 100% | 4,200.00 | 7,14% | 11,92% | 0.07 | 1.27 |
| Peluquería 47 | 35% | 12% | 124% | 187.53 | 29% | 33% | 67% | 100% | 2,000.00 | 5,00% | 91,67% | 0.05 | 0.71 |
| Peluquería 48 | 41% | 17% | 576% | 3,687.63 | 29% | 10% | 67% | 100% | 2,400.00 | 4,17% | 76,39% | 0.05 | 0.71 |
| Peluquería 49 | 45% | 10% | 993% | 8,600.10 | 47% | 0% | 67% | 100% | 2,800.00 | 7,93% | 65,48% | 0.02 | 0.71 |
| Promedio | 43% | 25% | 262% | 1,213.66 | 69% | 8% | 79% | 94% | 2,727.27 | 6,36% | 44,28% | 0.09 | 1.15 |

Anexo 8

Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del cantón Quilanga

| Informante | Margen neto de Utilidades (%) | ROA | Liquidez Corriente | Capital de trabajo | Razón deuda sobre activos | Diversificación de servicios | Capacitación | Retención de clientes | Rendimiento por empleado | Eficiencia de la Publicidad | Eficiencia de la Inversión en tecnología | Tiempo de espera | Tiempo utilizado por servicio |
|-----------------|-------------------------------|------------|--------------------|--------------------|---------------------------|------------------------------|--------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|--|------------------|-------------------------------|
| Peluquería 50 | 37% | 71% | 100% | - | 100% | 22% | 100% | 35% | 4,800.00 | 3,13% | 5,21% | 0.02 | 0.71 |
| Peluquería 51 | 42% | 71% | 282% | 500.00 | 100% | 29% | 200% | 100% | 8,400.00 | 3,57% | 5,96% | 0.07 | 1.27 |
| Peluquería 52 | 33% | 20% | 350% | 687.53 | 29% | 30% | 100% | 35% | 5,400.00 | 2,78% | 4,63% | 0.02 | 0.71 |
| Promedio | 37% | 54% | 244% | 395.84 | 76% | 27% | 133% | 57% | 6,200.00 | 3,13% | 5,21% | 0.04 | 0.90 |

Anexo 9

Resultados Originales de los indicadores financieros y no financieros, del distrito 11D06

| Cantón | Margen neto de Utilidades (%) | ROA | Liquidez Corriente | Capital de trabajo | Razón deuda sobre activos | Diversificación de servicios | Capacitación | Retención de clientes | Rendimiento por empleado | Eficiencia de la Publicidad | Eficiencia de la Inversión en tecnología | Tiempo de espera | Tiempo utilizado por servicio |
|-----------|-------------------------------|------------|--------------------|--------------------|---------------------------|------------------------------|--------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|--|------------------|-------------------------------|
| Calvas | 48% | 31% | 499% | 1,374.06 | 46% | 19% | 148% | 88% | 6,584.21 | 4,04% | 15,38% | 0.08 | 1.11 |
| Gonzanamá | 43% | 25% | 262% | 1,213.66 | 69% | 8% | 79% | 94% | 2,727.27 | 6,36% | 44,28% | 0.09 | 1.15 |
| Quilanga | 37% | 54% | 244% | 395.84 | 76% | 27% | 133% | 57% | 6,200.00 | 3,13% | 5,21% | 0.04 | 0.90 |
| | 43% | 37% | 335% | 994.52 | 64% | 18% | 120% | 80% | 5,170.49 | 4,51% | 21,63% | 0.07 | 1.05 |

Anexo 10

Registro de entrega de volantes de difusión de resultados



Carrera de Finanzas

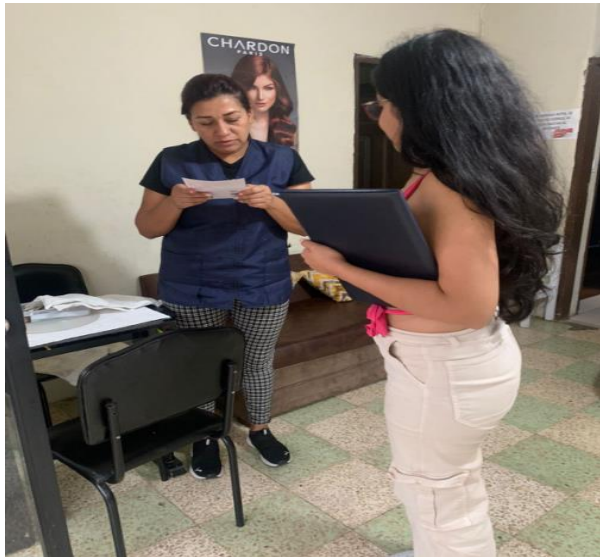
Registro de socialización de resultados con los actores que operan en la subclase S9602.00 (Actividades de Peluquería y otros tratamientos de belleza)

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

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

| Empresa | Firma |
|------------------------|-------|
| Mojas Beauty. | |
| Stylos | |
| Nuevos Estilos | |
| Alber | |
| Monica Sarango Estudio | |
| Miriam Estetica. | |
| The Change | |
| Jessy style | |
| Elissa. | |
| Barberia Clase A | |
| Freda Guilanga | |
| Julians Designs | |

Anexo 11
Evidencias Fotográficas



Anexo 12

Certificado de traducción del ABSTRACT

Loja, 15 de abril del 2024

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

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

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado “**Diagnóstico sectorial de la actividad de peluquería y otros tratamientos de belleza en el distrito IID06, provincia de Loja.**” de autoría de **Julieth de Lourdes Calva Camacho**, portadora de la cédula de identidad número **1104792674**, estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encontró bajo la dirección del **Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, Mg. Sc.**, previo a la obtención del título de Licenciada en Finanzas.

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

Atentamente,



Lcda. Andrea Ivanova Carrión Jaramillo

CI: 1104691108