



**METODOLOGÍA PARA LA GENERACIÓN DE ÍNDICES DE GESTIÓN,
APLICADA AL ÁREA COMERCIAL DE ESSAM S.A.**

NELSON EDUARDO SALAZAR MEJÍAS

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El entorno sobre el cual llevan a cabo las operaciones productivas las empresas, es cada vez mas competitivo, principalmente en lo que respecta a la capacidad de obtener información. Como consecuencia, la mejora en la gestión de las empresas es una necesidad sentida en gran parte de ellas.

Un enfoque que busca resolver efectivamente esta problemática, es la construcción de indicadores de gestión, los cuales ayudan a caracterizar la *realidad* de la empresa y facilitan la toma de decisiones.

No obstante, para generar estos indicadores o índices, es necesario disponer de una metodología capaz de identificarlos. En este proyecto, proponemos una nueva metodología de elaboración de indicadores de gestión, que considera fundamentalmente tres etapas:

- la identificación de redes IDA (Información, Decisión y Acción), que permite conocer los factores que realmente se deben considerar para la generación de los indicadores;
- la generación de los indicadores de gestión; y
- la validación de los indicadores.

La primera parte, permite identificar los factores clave que han de gestionarse, involucrando además la construcción de un conjunto de procesos de decisión que consideran estas variables. A partir de esto, se establecen los indicadores que explican cada decisión a tomar. Luego, se genera un indicador para la decisión a considerar y finalmente, se define un indicador que explica un factor clave, basándose en los indicadores que explican cada una de las decisiones de este.

La última etapa, que corresponde a la validación de los indicadores, sugiere un método basado en el análisis multicriterio. También, se sugiere la utilización de herramientas estadísticas para su validación, pero se deja como tema a considerar en el futuro.

La metodología fue aplicada a la Empresa de Servicios Sanitarios del Maule, ESSAM S.A., donde se logró generar indicadores válidos para el Área Comercial, pero no fue posible aplicar completamente la metodología, debido a la falta de información histórica necesaria.