

Análisis de los factores que impiden el crecimiento microempresarial, mediante un Análisis de Correspondencia Múltiple: Estudio de caso Loja - Ecuador

Analysis of the factors that impede microenterprise growth, through a Multiple Correspondence Analysis: Loja - Ecuador case study

Wilfrido Torres-Ontaneda¹ | Cesar
Neira-Hinojosa²

¹Carrera de Economía, Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador

²Carrera de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador

Correspondencia

Wilfrido Torres, Carrera de Economía, Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador
Email: wilfrido.torres@unl.edu.ec.

Agradecimientos

Club de Investigación de Economía (CIE)

Fecha de recepción

Enero 2022

Fecha de aceptación

Julio 2022

Dirección

Bloque 100. Ciudad Universitaria Guillermo Falconí. Código Postal: 110150, Loja, Ecuador

RESUMEN

Existen factores que suelen impedir el crecimiento microempresarial. Es por ello por lo que el objetivo de esta investigación es determinar los factores que impiden el crecimiento microempresarial, para ello se utilizó el método de Análisis de Correspondencia Múltiple, para la aplicación de esta metodología la información proviene de una fuente primaria derivada de la aplicación de una encuesta a los negocios de la ciudad de Loja. De acuerdo con los resultados obtenidos las actividades económicas más representativas fueron Comercio y Servicios a los cuales se estableció un modelo ACM a cada uno, los valores de inercia y Alfa Cronbach son altos lo que nos permite determinar que la relación es fiable. El ACM determinó que los factores influyentes son Venta Informal, Tributos, Tasas y Contribuciones. Estos resultados nos permiten hacer algunas recomendaciones en materia de políticas de control y regulaciones acorde a la realidad de la ciudad.

Palabras clave: Análisis De Correspondencia Múltiple, Negocios, Comercio, Servicios.

Códigos JEL: H62. N16. O23.

ABSTRACT

Some pains often impede micro-business growth. It's for this reason that the objective of this research is to determine the factors that prevent micro-business growth, for this purpose the Multiple Correspondence Analysis methods were used, for the application of this methodology the information comes from a primary source derived from the application of a survey of businesses in the city of Loja. According to the results obtained, the most representative economic activities were Commerce and Services, to which an ACM model was established for each one, the values of inertia and Alpha Cronbach are high, which allows us to determine that the relationship is reliable. The ACM determined that the influencing factors are Informal Sales, Taxes, Rates, and Contributions. These results allow us to make some recommendations regarding control policies and regulations according to the reality of the city.

Keywords: Multiple Correspondence Analysis, Business, Commerce, Services.

JEL codes: H62. N16. O23.

1 | INTRODUCCIÓN

En los sectores económicos y productivos la creación de empresas e instituciones que motiven la apertura de empleos que den sostén al desarrollo de los países surge el emprendimiento, entendido de forma integral como el desarrollo de una idea o negocio innovador, se convierte en una posibilidad para fomentar los empleos desde una perspectiva empresarial. Los emprendimientos dan origen a que los países se vuelvan más competitivos y con ello el crecimiento de la economía y la productividad. En el Ecuador, el gobierno a través de la Secretaría Nacional de Planificación (ex SENPLADES), articula las políticas de desarrollo con el fin de promocionar emprendimientos sostenibles, generadores de empleo (Méndez et al, 2018). En muchas de las ciudades del país, existen microemprendimientos entre los cuales algunos han surgido como microempresas y pocas como pymes. De los cuales muchas de ellas han quebrado por múltiples razones, entre ellas por tradicionales ya que en su ciclo de vida no ha podido evolucionar ni tampoco innovar, teniendo un nulo desarrollo. Tomando en consideración que las MiPymes son un motor vital para generar economía en el Ecuador y que engloba el desarrollo de sectores como los sociales y económicos apoyando de esta manera a la generación de empleo, al mismo tiempo estos emprendedores desconocen de herramientas de gestión especialmente en el campo de la planeación y las finanzas, siendo un agravante los escasos procesos de asistencia técnica, capacitación y capitalización. (Cando, 2017).

La participación de la MiPymes en el desarrollo del país es muy importante por diversas razones, pero hay que considerar que hay obstáculos por vencer como por ejemplo el tiempo de vida de las pequeñas empresas y medianas que por lo general es de siete años, este dato nos da a pensar que la cultura empresarial en el país no es sostenible. En la ciudad de Loja el comercio se ha constituido en una de las principales actividades de progreso y desarrollo, pero sus microempresas no evolucionan con el pasar del tiempo, es decir se manejan como pequeños negocios y una vez que empiezan su etapa de introducción al mercado no tienen un horizonte ni pueden crecer durante años, esto se agrava más aún cuando en el mercado aparecen negocios fortalecidos con un capital económico fuerte y con una oferta diversificada, caracterizados por la innovación (Ferreruzola et al, 2015).

En la investigación realizada por Calderón et al. (2018) manifiestan que el mercado de ropa deportiva de la ciudad de Loja se encuentra en la etapa de crecimiento y se prevé que este incremento seguirá en los próximos años, debido al aumento de las diversas actividades deportivas, pero al mismo tiempo estas pequeñas empresas funcionan en condiciones limitadas de crecimiento. Los autores manifiestan que esto es una evidencia de las limitaciones de la gestión por parte de sus directivos principalmente en el área comercial, ya que muchos de ellos prestan sus servicios en locales arrendados con escasa tecnología, no existe diversificación de productos y de escasa calidad.

Hay muchos factores que imposibilitan que las Pymes puedan tener el crecimiento y desarrollo adecuado, considerando que muchas de estas pequeñas y medianas empresas tienen experiencia y amplio conocimiento en el sector en el que se desenvuelven, no cuentan con estrategias de crecimiento y de innovación por factores como la ausencia de una cultura empresarial ya que muchas de las Pymes no cuenta con una misión y visión no saben cuál es su propósito ni tiene estrategias de posicionamiento en el mercado. Mala previsión financiera al no determinar con anticipación los fondos económicos para poner en marcha la empresa, para esto es muy importante definir previamente la estructura financiera de la empresa y hacer una previsión de su rentabilidad a mediano plazo. Escaso acceso a financiamiento, los emprendedores no pueden acceder a créditos ya que los gobiernos de turno no tienen las políticas claras para apoyar los emprendimientos especialmente en el otorgamiento

de créditos. La resistencia al cambio es otro de los factores que muchas de las empresas se ven enfrentadas a implementar nuevas actividades y en muchas formas, todo esto involucra un proceso de adaptación en el que los directivos y el personal se ven involucrados. En este punto se debe tener consideración que los cambios en muchos casos generan prosperidad para las empresas independientemente de su tamaño. Finalmente, como factor que dificulta el crecimiento de las empresas es la falta de innovación de productos e inversión en tecnologías, hay que considerar que la innovación en tecnología ayuda a maximizar la producción o mejorar la calidad del producto que se tenga (Danahé, 2016), por estas razones antes mencionadas se a considerado plantear la presente investigación con el objetivo de determinar los factores que impiden el crecimiento microempresarial en las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.

2 | REVISIÓN DE LITERATURA

En primer lugar, Lemi y Wright (2018) muestran que en Etiopía como en Kenia, la exportación es fundamental para reducir la ineficiencia técnica en las empresas, y la participación de los extranjeros tiene un signo positivo pero que no estadísticamente significativo. También muestran que en estos países dentro de las empresas pequeñas emplean trabajadores temporales, tienden a ser menos eficientes. Las actividades de innovación dentro de una empresa tienen a afectar eficazmente, y para concluir se debe contribuir al debate resaltando el papel del mediador del tamaño de la empresa, así como el entorno del mercado y composición de empleo en cada país. Así mismo Black y Lynch (1996) proponen que la inversión en el capital humano mediante la capacitación en el trabajo y la educación son la fuerza impulsora detrás de los aumentos de productividad y competitividad a nivel organizacional. Por otra parte, Cannon (2000) argumenta que el capital humano aumenta la productividad general a nivel social a medida que aumenta la contribución humana a la actividad económica en términos de esfuerzo físico como también intelectual. Empresa. La empresa es una organización social conformada por un grupo de personas, los cuales se unen para desarrollar múltiples actividades, tienen metas u objetivos en común, estos pueden ser económicos y/o sociales. (Chiavenato, 1993) Pallares, Romero y Herrera (2005) estos autores afirman que una empresa es una estructura consolidada por una persona o un grupo, estos trabajan en común persiguiendo diferentes fines dirigidas a los procesos de producción y/o generación de bienes o servicios, con el fin de cumplir un objetivo social previamente establecida. Por su parte Sánchez (2020) manifiesta que una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación.

2.1 | Microempresa

Cuando hablamos de la microempresa estamos hablando de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo. ser operado por una persona natural, una familia, o un grupo de personas (Flores, 2018) Rivero, Ávila y Quintana (2001) define la microempresa como una pequeña unidad socioeconómica de producción, comercio o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente de los recursos. Monteros (2005) señala que la microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o

servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos.

2.2 | Pymes

Cleri (2007) manifiesta que las pymes son entendidas como miniaturas de las grandes empresas o que se trata de alguna etapa inicial de alguna empresa. Pérez y Gardey (2009) definieron como la abreviación de las pequeñas y medianas empresas ya sean estas industriales, mercantiles o de otros tipos que operan con un moderado número de empleados cuyos ingresos suelen ser modestos. Las Pymes son las pequeñas y medianas empresas ya que debido a su estructura de pequeña dimensión económica y productiva no tienen ningún punto de comparación con las grandes empresas. (Gualotúa, 2011)

2.3 | Emprendimiento

Burgos y Herrera (2018) manifiestan que el emprendimiento es una conducta que adopta un individuo con el fin de innovar o crear y que trae como consecuencia el emprender nuevos proyectos los cuales podrían llegar a ser nuevas empresas o reestructuración de empresas existentes, con el fin de alcanzar un beneficio. Adicional el emprendimiento destaca como un activador de la economía, impulsador de dinamismo y generador de plazas de trabajo.

Por su parte Formichella (2004) afirma que el emprendimiento se define como la acción de implementar un proyecto nuevo con el fin de obtener un beneficio económico, político o social y en donde se destaca principalmente la innovación. Marulanda, Correa y Mejía (2009) sostienen que el emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar. En ese sentido, se pretenden determinar las principales particularidades que permiten que unas personas sean más exitosas que otras en la creación e implementación de dichas ideas de emprendimiento.

3 | DATOS Y METODOLOGÍA

Para la presente investigación se usará una fuente de datos primaria, la misma que surge de la aplicación de una encuesta dirigida a 397 pequeñas empresas de la ciudad de Loja, donde, entre otras cosas, se evalúa los factores que inciden en su desarrollo, así como al sector económico al que pertenecen. Para determinar la población se aplicó el muestreo no probabilístico tomando una muestra representativa de 397 microempresarios de la ciudad de Loja, para la aplicación de la encuesta se tomó como referencia la información y direcciones de las bases de datos facilitadas por el Servicio de Rentas Internas sucursal Loja (SRI). A continuación, se presente un resumen de variables utilizadas para la presente investigación:

Tabla 1. Factores que se consideran impiden el desarrollo empresarial, considerados para la encuesta a empresarios de la ciudad de Loja

Factores	Nomenclatura	Definición
Competencia Desleal	Competencia Desleal	La competencia desleal es un accionar comercial que de manera ilegal o engañosa, perjudica económicamente a las empresas o a los consumidores
Sobreendeudamiento	Deuda	El sobreendeudamiento es una situación en la que el exceso de deudas hace muy difícil su pago total.
Falta de Financiamiento	Financiero	Falta de acceso a recursos económicos públicos o privados
Desconocimiento para Innovar	Innovación	Falta de conocimientos sobre los procesos de innovación
Escases de Talento Humano	Talento Humano	Falta de personas capacitadas o con experiencia para ocupar un puesto dentro de la empresa o negocio,
Tasas de interés	Tasas, Contribuciones	Pago que se realizan por las actividades económicas que hacen los usuarios de un servicio prestado por el estado
Tributos (tasas, impuestos, aranceles, etc.)	Tributos	Diferentes pagos de impuestos que se deben pagar, al gobierno central o a los GADs
Venta Informal	Venta Informal	Aquel donde se realizan actividades económicas informales, es decir, ocultas para eludir procesos y responsabilidades fiscales y/o controles de carácter administrativo.

Nota: Variables procedentes de la aplicación de la encuesta a 397 microempresarios de la ciudad de Loja

Para el análisis de los factores se utilizan herramientas de análisis estadísticos multivariante (AEM), herramienta útil para examinar bases de datos que por lo general incluyen una gran cantidad de individuos y con posibles relaciones entre las distintas variables, dentro

de las diferentes AEM, una técnica exploratoria y descriptiva que ayudó en nuestra investigación es el Análisis de Correspondencia Múltiple (ACM).

El ACM está diseñada principalmente para analizar diferentes tablas con medidas relacionadas entre filas y columnas. La principal razón para su uso es mostrar el análisis de las categorías de más de dos variables discretas, y es útil para datos categóricos. Esto se logra definiendo variables ficticias para cada categoría y expresando los datos en forma de una matriz indicadora de casos por variables.

En otras palabras, el ACM transforma la asociación entre categorías de variables discretas en coordenadas en un espacio multidimensional. Asigna valores de escala a las categorías de las variables discretas y maximiza la varianza de esos puntajes para encontrar: (1) las asociaciones entre las variables y (2) la proximidad entre los individuos. Los puntos en la misma dirección desde el origen están altamente asociados. Los puntos alrededor del origen representan la media, mientras que los puntos alejados del origen se desvían de la media (Hill y Lewicki, 2007). Dentro del ACM es importante realizar el análisis de las inercias de las dimensiones, esto permite presentar una relación monotónica con la fiabilidad expresada con la alfa de Cronbach, donde cuanto mayor sea la inercia principal de cada dimensión, mayor será la fiabilidad.

4 | RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al analizar los resultados de la aplicación de la encuesta, se tomó como prioritario las actividades de Comercio y Servicios, puesto que estos dos sectores cumplieran con los requisitos para la aplicación del modelo ACM. En el siguiente apartado se puede observar los resultados de la investigación realizada, donde la Figura 1 observa el promedio de ventas y de utilidades de los negocios obtenidas por cada actividad económica que realizan en la ciudad de Loja, se puede identificar qué los negocios dedicados a las actividades de Comercio tienen un nivel de ventas elevado, en promedio de más de \$4.000 lo que representa un 42.70 %, pero cabe destacar que a pesar de su alto nivel de ventas, las utilidades de este sector, el mayor porcentaje se concentra en el rango entre \$1 y \$1000, con un 32.40 %. De acuerdo con cifras de investigaciones de la Superintendencia de Compañías del Ecuador (SUPERCIAS, 2021) alrededor del 2.8 % del valor de los ingresos por ventas van directamente a las utilidades exclusivamente en este sector del comercio para Ecuador.

Según Global Entrepreneurship Monitor (2021), Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de negocios de la región, el emprendimiento del país está mayormente orientado hacia actividades de comercio, productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Estos tipos de negocios se llevan a cabo principalmente para aprovechar una oportunidad que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesi-

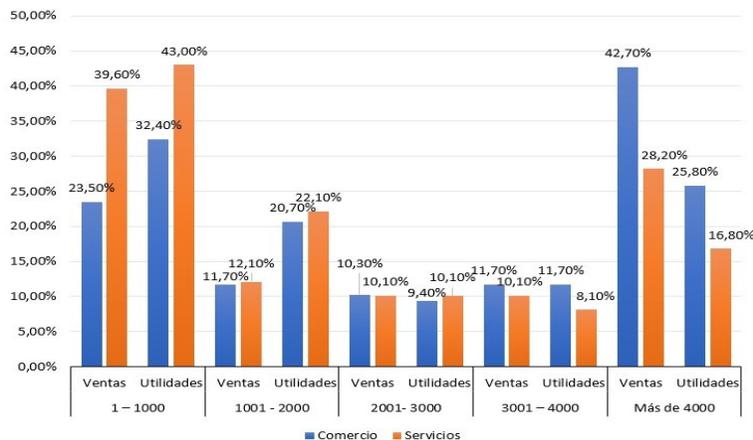
dades (Zamora-Boza, C. S. 2017). De acuerdo a Velásquez, F. (2016), afirma que la situación de los países que se abren al comercio, queda de manera implícita a la relación favorable entre el comercio y la tasa de crecimiento de una economía, sin embargo, esta situación podría ser ambigua si se trata de hacer explícita a la relación que hay entre el comercio y la tasa de crecimiento de un país, para abordar este tema, los modelos de crecimiento endógeno señalan que el comercio a través de la innovación puede tener una relación con la tasa de crecimiento de una economía, ésta puede ser de dos tipos, puede favorecerla o afectarla. El comercio de servicios puede mejorar el desempeño económico y proveer un amplio rango de posibilidades para diversificar, pero también hay evidencia de la necesidad de recibir apoyo para poder crecer y desarrollarse (Cali et al, 2008; Giral y Navia, 2016).

Al analizar la actividad económica, Servicios tanto las utilidades como el nivel de ventas se encuentra con su mayor porcentaje en el rango entre \$1 y \$1000, con un 39.60 % para ventas, mientras que las utilidades con un 43 %, respectivamente, este comportamiento es comprensible debido a la gran cantidad de negocios que se dedican a esta actividad, provocando una sobre oferta, lo que explica la pocas ventas y utilidades de acuerdo con las cifras publicadas por la SUPERCIAS, De acuerdo a Moreno (2008).

Dentro de los problemas presentes, algunos son el funcionamiento de la economía, la determinación de precios, la determinación de cantidades y las condiciones para obtener la convergencia de los precios de mercado a los precios de equilibrio. A su vez el aumento de la competencia en los mercados, la aceleración del progreso tecnológico, el incremento de la demanda de servicios, el aumento de la competencia extranjera, los cambios en el entorno legal y la incertidumbre económica han provocado que el precio sea utilizado cada vez con más frecuencia como arma táctica y estratégica (Segovia Moncayo, 2017).

Al analizar el desempeño de las ventas y las utilidades de cada una de las actividades antes señaladas es muy importante, esto nos permite tener una perspectiva del desempeño promedio de cada sector. Puesto que de acuerdo con cifras del Banco Central del Ecuador (BCE) Recordemos que el 69,4 % de ingreso total proviene de los servicios, es así que cada vez más las empresas del sector contribuyen al desarrollo macroeconómico y social, con una tendencia hacia un conocimiento intensivo (Hipp Grupp, 2005).

Luego de haber analizado las ventas y utilidades de cada actividad económica, y previamente a aplicar el ACM, se identificó el aporte que representa cada dimensión en nuestro análisis para ello en la Tabla 2 se analiza la inercia de cada dimensión por cada actividad económicas.

Figura 1. Relación promedio de venta – utilidades de las actividades de Comercio y Servicios

Nota. En la gráfica se muestra una comparativa entre el promedio de las ventas y las utilidades de los entre los sectores de Comercio y Servicios.

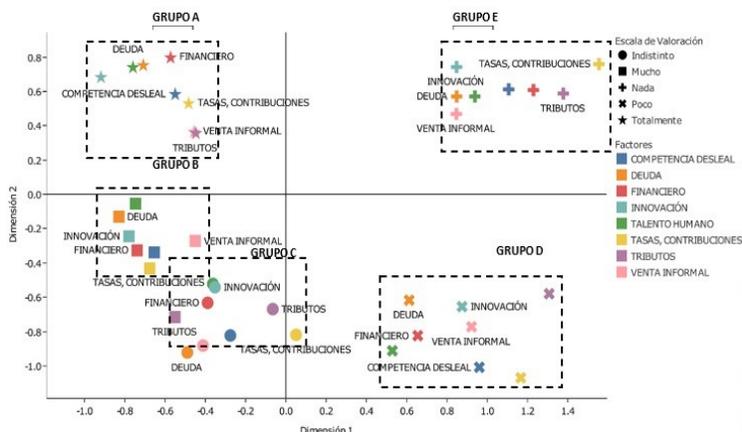
Tabla 2. Resumen de los modelos ACM actividades de Servicios y Comercio.

	Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada		
			Total (Autovalores)	Inercia	% de la varianza
Servicios	1	0.897	4.641	0.580	58.007
	2	0.839	3.766	0.471	47.078
	Total		8.407	1.051	
	Media	0.871	4.203	0.525	52.542
Comercio	1	0.879	4.336	0.542	54.204
	2	0.775	3.105	0.388	38.811
	Total		7.441	0.930	
	Media	0.836	3.721	0.465	46.507

Los resultados de los modelos ACM presentados en la Tabla 2, nos muestran que la inercia para el sector Servicios presenta valores altos para cada dimensión, 0.580 para la dimensión 1 y 0.471 para la dimensión 2, esto relacionando con los calores del Alfa Cronbach para la dimensión 1 y 2, nos permite aseverar que existe una mayor fiabilidad en cuanto a la incidencia de los factores en el crecimiento microempresarial. De la misma manera, para el modelo ACM de la actividad Comercio presenta una inercia de 0.542 para la dimensión 1 y 0.388 para la dimensión 2, obteniéndose a su vez un Alfa Cronbach con valores de 0.879 y 0.775, que nuevamente nos demuestra una mayor fiabilidad para la interpretación del modelo ACM. Para representar el diagrama de conjuntos se lo realizó por grupos de actividades económicas, por un lado, Comercio, y por otro el de Servicios, en ambos grupos se usaron las mismas variables que analizan los factores que se consideran están impidiendo un crecimiento adecuado

de cada uno de los negocios, los resultados del sector comercios se muestran en la Figura 2.

Los resultados del mapa ACM nos demuestran que los negocios que pertenecen al sector Comercio, consideran que los principales factores impiden el desarrollo de su negocio se relaciona principalmente con la Venta Informal, variable que se encuentra más cercano al eje cero dentro del Grupo A y Grupo B, la principal diferencia entre cada grupo se centra en la escala de valoración dada para cada factor, mientras en el Grupo A se encuentra la valoración "Totalmente" de acuerdo en el grupo B se centran la valoración "Mucho", en estos dos grupos se encuentran las estimaciones más altas de la escala de Likert utilizadas para nuestra investigación.

Figura 2. Análisis de correspondencia múltiple del sector Comercio de los factores que impiden el crecimiento empresarial.

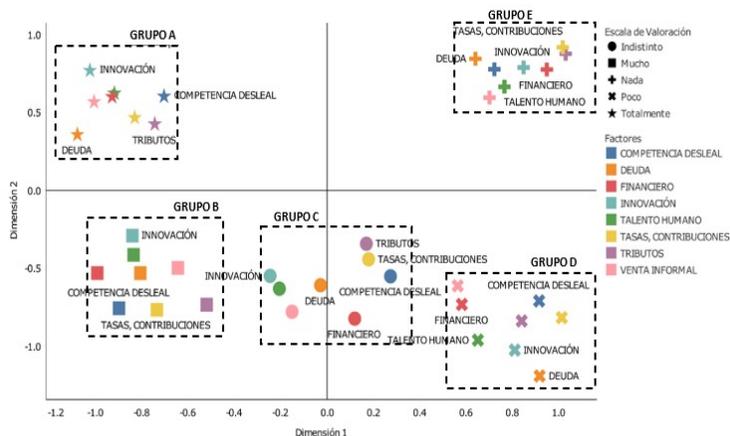
Nota. El gráfico representa los resultados del análisis de correspondencia múltiple para las categorías de las variables de Factores de la actividad económica Comercio.

Cabe destacar que otra variable que se encuentra próxima es la de los Impuestos dentro del Grupo A. En cuanto a los grupos C, D, E y sus variables se encuentran más alejadas del eje por tanto su consideración de incidencia es mínima para los negocios investigados de este sector de la economía. Si bien es cierto, estos resultados concuerdan con la realidad existente en la ciudad de Loja, donde la venta informal, más conocida como comercio ambulante ha generado un abanico de problemáticas y a la vez una competencia totalmente desleal para los comerciantes que cumplen con todos los tributos necesarios de funcionamiento tanto para el Municipio, negocios y la ciudadanía en general, ya que no existe acciones para controlar el comercio informal, debido a que no hay autoridades que ayuden a solucionar esta problemática, considerando que el control debe ser eficaz (La Hora, 2018).

A continuación, en la Figura 3 podemos observar los resultados del mapa del modelo ACM para el sector Servicios, nuevamente se subdividió en grupos correspondiente a cada escala de valoración, donde el Grupo A representa la valoración "Totalmente", Grupo B "Mucho", Grupo C "Indistinto", Grupo D "Poco", Grupo E "Nada". Nuestro análisis se centra en el grupo B, puesto que es el más cercano al eje cero, dentro del grupo el factor aún más cercano es de los Tributos, seguido por Tasas, Contribuciones, estos resultados se pueden evidenciar al analizar con detalle, donde se evidencia que un mercado informal al necesitarse un talento humano altamente calificado, por eso se puede aseverar que su preocupación se centrará en los impuestos tanto del gobierno central como del seccional. Finalmente el sector de los servicios considera de acuerdo con los resultados que su factor de mayor preocupación es con el pago de una alta tasa impuestos y que hacer un sector netamente de prestaciones de servicios es el que generalmente paga una mayor proporción obtiene una

carga tributaria mucho mayor. De acuerdo con Giral y Navia, (2016); Soubbotina (2004) el sostenido crecimiento del sector terciario en las economías, particularmente las desarrolladas, ha impulsado el estudio del rol y la capacidad de los servicios para guiar el crecimiento y el desarrollo económico de los países. Según van aumentando los ingresos, las necesidades se vuelven menos materiales y la gente comienza a demandar más servicios, en los campos de la salud, la educación, el entretenimiento y otros de la misma forma otro aspecto que se considera que puede generar un impedimento y su crecimiento es con la incertidumbre de la situación económica del país puesto que hacer un sector netamente de servicios depende mucho de las del desempeño económico y de la actividad económica que se genere dentro del país.

Según Cañas (2014) el servicio de rentas internas, se encarga de determinar los conglomerados empresariales, empleando desde el 2007 y con periodicidad anual, el "Catastro de Grupos económicos", el mismo que contiene agregadas a las empresas, por su nombre y razones sociales, generando aportaciones al capital. Ya que, el conjunto de personas naturales y sociedades, poseen directa e indirectamente el 40 % de la participación en las empresas de comercio. De igual manera, los grupos económicos del Ecuador, en su mayoría realizan actividades relacionadas al comercio y a la manufactura, inclusive en su informe Cañas agrega que en 2012 el 71 % de los grupos económicos realizaban estas actividades. (Cañas et al., 2014). Adicionalmente al ACM, también ponemos a consideración los resultados a la pregunta sobre el crecimiento de los negocios de cada sector en los últimos años, para lo cual en la Figura 4 podemos observar que tanto para negocios pertenecientes a Servicios y Comercio, han presentado crecimiento en los últimos años, con en 79 % y 74 % respectivamente.

Figura 3. Análisis de correspondencia del sector Servicios, sobre los factores que impiden el crecimiento microempresarial.

Nota. Gráfica con datos recopilados de varios negocios en Loja.

El desempeño económico, indica la gestión financiera de una empresa, sector o industria, midiendo su éxito en base a indicadores financieros de rentabilidad. De acuerdo a Fin Dev (2017), "es una medida utilizada por los inversionistas para llevar a cabo la diligencia debida y determinar el estado de una inversión". Las empresas consideran la liquidez, rentabilidad y endeudamiento como bases de un desempeño financiero efectivo (Baena, 2014). Desde la perspectiva de algunos expertos, el comportamiento de la empresa sector o industria en el mercado donde se desarrollan, la afectación y comportamiento de variables como PIB, Índice de Precios, empleo entre otros, con claves para el desarrollo económico.

El desempeño económico en Ecuador, es un eje fundamental de bienestar y desarrollo de la población, para ello, el gobierno emplea estrategias para garantizar este derecho a la población, realizando una inversión en recursos para este sector. De tal manera el gasto público con respecto al PIB ecuatoriano registra un crecimiento, de 1.2% en 2007 a 3.2% en 2017, lo que se ha visto reflejado en mayor infraestructura y equipamiento para incrementar los servicios y atención (BWR, 2019).

De acuerdo a ESPAE (2018), el gasto total en atención llegó a ubicarse en el 2015 en un valor de 8558 millones de dólares, con un crecimiento, anual estimado de 7.5% desde el año 2000, lo que representa un gasto per cápita de 980 dólares y un crecimiento anual de 13.3% en el mismo periodo de análisis. Considerado los datos de la SCVS, existen 282 empresas activas registradas, estableciendo que un 50% de las empresas de esta industria ha podido participar en los procesos de subasta y un 20% de estas fueron adjudicadas como proveedores ganadores del mercado institucional para la Red Pública Integral de Salud.

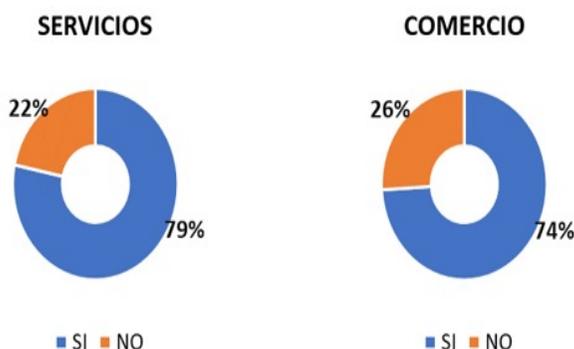
El crecimiento ha sido lento y constante, es necesario observar el desempeño de un grupo de empresas, analizando el comportamiento de sus cuentas y de sus indicadores financieros en el periodo 2015 al 2018. El total de activos del sector al 2015 mostraba un valor apro-

ximado 1.354 millones en activos, 920 millones en pasivos y un patrimonio registrado en 434 millones, de los cuales al 2018 generaron un crecimiento promedio de sus activos del 15% ya que la mayoría de empresas nacionales apostaron a la inversión en infraestructura. De igual manera sus utilidades promedio llegaron a generar un valor aproximado 81 millones de dólares (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019).

Con relación a los resultados de la Figura 4 y en comparación con los resultados de la tabla existe una complementariedad en cuanto a la información puesto que al analizarse tanto las ventas como las utilidades por cada uno de los sectores o de las actividades de la ciudad de Loja los resultados determinan que en la mayor parte de estas actividades sí han tenido un crecimiento en los últimos 5 años, los resultados antes mencionados lo que nos ayuda a determinar que efectivamente estas dos actividades económicas generan una mayor oportunidad de la apertura de nuevos negocios se puede dar pero se debe considerar que al momento de abrir un negocio hay ciertos factores que generalmente se toma en cuenta, dicho de otro modo, dependiendo de cuál actividad es la más próspera se tomará la decisión de nuevos negocios que estén relacionados a la actividad que ha tenido un mayor desempeño o crecimiento microempresarial.

Ortega, Farfán y Pozo (2013), en su estudio sobre la organización industrial y competencias estratégica del sector retail en Ecuador, menciona que, dentro del sector comercio, las actividades de comercio al por menor son actividades denominadas retail o de supermercados, que se catalogan utilizando la "clasificación industrial Uniforme", que hace referencia a las actividades productivas de comercio, permitiendo una eficiente recopilación y difusión de datos estadísticos. Los supermercados tienen como actividad principal "venta al por menor de gran variedad de productos entre los que predominan: los productos alimenticios, bebidas o productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, etc." (INEC, 2014).

Figura 4. Crecimiento con el tiempo de las actividades económicas Comercio y Servicios.



Nota. Las gráficas representan las respuestas sobre si el negocio presentó crecimiento durante los últimos 5 años.

Según menciona Obando en su disertación (2015), existen 16 sectores industriales que abarcan el total de la producción nacional, entre algunos de ellos están: comercio al por mayor y menor, explotación de minas y canteras; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, transporte, almacenamiento y comunicaciones, construcción, administración pública, entre otros elementos que pertenecen al PIB. El sector comercio es el segundo más importante, que aporta al Producto Interno Bruto nacional, pero durante el período analizado (2000-2011). Su participación ha disminuido de 11.20% a 10.60%, sin embargo, esto no quiere decir que la actividad de este sector ha perdido potencial, de hecho, el sector supermercados ha aumentado sus cifras de ventas considerablemente desde el año 2004.

Por otro lado, Obando (2015), describe que el sector comercio al por mayor y por menor presenta una tendencia negativa en su aporte al PIB, pasando de una participación de 11.1% en el año 2000 a 10.6% en el año 2012. El valor máximo alcanzado fue de 11.3% en el año 2001 y el valor mínimo fue de 10.4% en el año 2009. Se evidencia una clara tendencia negativa en el aporte del sector comercio al PIB, esto no implica una caída en las oportunidades o capacidades del sector. Las estrategias de penetración en el mercado, nos ofrecen la posibilidad de ganar una gran participación en el mercado en base al potencial de los productos actuales. Se basa en tomar los productos e introducirlos en nuevos mercados, para que las actividades se centren en las oportunidades del mercado y en situaciones con los competidores. Los esfuerzos se enfocan en el desarrollo, lanzamiento y soporte del rango de productos, esto implica que la empresa se ramifique hacia nuevos productos y mercados. (Rivadeneira, 2014).

Las actividades de comercio y la economía de Ecuador, ha basado su comportamiento en una serie de estrategias corporativas que permite tener altos grados de inversión, gran poder de mercado y alta capacidad de negociación. Así, las dinámicas de concentración del sector responden a un comportamiento estratégico que ha logrado consolidar la posición de las cadenas de supermercados y comercio,

en un mercado que, les permitirá mantener el liderazgo durante varios años.

5 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados de la presente investigación han logrado determinar los principales factores que son de gran preocupación por parte de los diferentes negocios de la ciudad de Loja que les ha impedido mantener o desarrollar un crecimiento de sus negocios. Las preocupaciones son distintas dependiendo de las características del negocio, es decir, si se dedican a la actividad del comercio o a los servicios. Por parte, las empresas dedicadas al comercio las principales afectaciones se dan por factores como las ventas informales, problemática que ha sido imperante en los últimos años en la ciudad de Loja, y los tributos que se consideran son demasiado elevados para el nivel de ganancias que registran, mientras que, en el sector de los servicios los factores que inciden en su crecimiento se derivan de los tributos, las tasas y contribuciones. De acuerdo con la información recolectada se pudo observar que durante el período analizado tanto en las actividades de las empresas de Servicios como las de Comercio han presentado un crecimiento, así como han experimentado ventas y utilidades elevadas.

Por otra parte, es indispensable tomar como base la presente investigación para poder identificar no solo los posibles factores, sino que también se deben considerar los otros factores analizados con el fin de evitar que se conviertan en un futuro en los principales problemas que no les permiten crecer, por tanto, ante los problemas detectados se recomienda que el gobierno local realice una mayor cantidad de controles o es su debido caso regulaciones a las ventas informales, causantes de los principales impedimentos de crecimiento de las

microempresas que realizan sus actividades en la ciudad de Loja. Finalmente se recomienda utilizar la presente investigación como base para futuras investigaciones sobre los principales problemas empresariales de la ciudad de Loja, así como una fuente de información para la formulación de políticas públicas enfocadas al mejoramiento del sector empresarial de la ciudad.

Referencias bibliográficas

- [1] Calderón, M., Pasaca, M., Gallardo, N., Encalada, J. (2018). La gestión administrativa y su influencia con el crecimiento empresarial para las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja, Ecuador. Polo del conocimiento.
- [2] Cando, A. L. (2017). Factores de influencia en el desarrollo y crecimiento de las MiPymes comerciales del cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- [3] Chiavenato, I. (1993). Iniciación a la organización y técnica comercial. México: McGraw-Hill.
- [4] Cleri, C. (2007). EL Libro de las pymes. Buenos Aires: Granica. Danahé, S. J. (31 de octubre de 2016). Cero grados Celsius.
- [5] Ferruzola, E., Duchimaza, J., Villegas, F., Espinoza, R. (2015). Factores que determinan el desarrollo de las microempresas comerciales del cantón Milagro. Observatorio Econom a Latinoamericana.
- [6] Flores, J. (10 de julio de 2018). Derecho Ecuador. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- [7] Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local. Conferencia: VII Congreso Nacional e Internacional de Administración, y XI CONAMERCO (Congreso de Administración del MERCOSUR).
- [8] Freddy Rivero, M. T. (2001). La promoción integral de la microempresa: Guía de mercadeo para las organizaciones promotoras. Madrid: Popular.
- [9] Freire, M. J. (2018). "Investigación cualitativa para establecer las principales. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- [10] Galán, J. S. (20 de 07 de 2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- [11] Gardey, J. P. (2009). Concepto de pymes. Obtenido de <https://definicion.de/pyme/>
- [12] Gualotuña, M. E. (2011). Análisis de la situación de las Pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales en el período 2005-2009. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- [13] Menéndez, M., Bajaña, I. D., Pico, B. R., Guerrero, G., Villarroel, J. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. Revista Ciencias Sociales y Económicas.
- [14] Monteros, E. (2005). Manual de gestión Microempresarial. Ecuador: Universitaria.
- [15] Montoya, J. A., Calle, G. C., Mejía, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. Revista Escuela de Administración de Negocios, 153-168.
- [16] Zoilo Pallares Villegas, D. R. (2005). Hacer Empresa: Un Reto. Fondo Editorial Nueva Empresa.
- [17] Moreno, J. R. (2008). Desequilibrio, estabilidad y formación de precios. Política y Cultura, (18), 255-274.
- [18] Segovia, C. M. C., Moncayo, D. F. M. (2017). La importancia de una buena estrategia de fijación de precios como herramienta de penetración de mercados. Tendencias, 18(2), 58-68.
- [19] Giral, D. L., Navia, F. M. (2016). El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en curso. sociedad y economía, (30), 255-280.
- [20] Durán Vega, J. F. (2020). Análisis de la subasta inversa corporativa de medicinas y su impacto en desempeño financiero de la industria farmacéutica de Quito registrada en la superintendencia de compañías valores y seguros, periodo 2015-2018 (Bachelor's thesis).
- [21] Rivadeneira Proaño, G. M. (2016). Las estrategias de comercialización como eje de los procesos de concentración: análisis del sector retail del Ecuador 2004-2014 (Bachelor's thesis, PUCE)
- [22] La Hora. (26 de septiembre de 2018). Recuperado el 2020 de diciembre de 03, de Sectores muestran su desacuerdo con las ventas informales. Por iniciativa del Municipio está en marcha una campaña. Comerciantes formales dan su punto de vista.: <https://lahora.com.ec/loja/noticia/1102188822/sectores-muestran-su-desacuerdo-con-las-ventas-informales>
- [23] Velásquez, F. (2016). Importancia del comercio sobre el ingreso y el crecimiento económico. Servando Beltrán Robles Pág. 4, 1(2), 38.

- [24] Zamora-Boza, C. S. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios Económicos*, 39(8), 6-7.
- [25] Giral, D. L., Navia, F. M. (2016). El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en curso. *sociedad y economía*, (30), 255-280.