



1859

**unl**

Universidad  
Nacional  
de Loja

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD, JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Análisis de los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de empresas

**AUTOR:**

Marjorie Brigette Benitez Rivera.

**DIRECTOR:**

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza

Loja – Ecuador

2023

## **Certificación**

Loja, 13 de marzo de 2024

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza. MAE

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **Certifico:**

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.**, de la autoría de la estudiante **Marjorie Brigette Benitez Rivera**, con cédula de identidad Nro. **1105036741**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**. Una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación para su sustentación y defensa.

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza. MAE

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **Autoría**

Yo, **Marjorie Brigette Benítez Rivera**, 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 del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105036741

Fecha: 13 de marzo de 2024

Correo electrónico: [marjorie.benitez@unl.edu.ec](mailto:marjorie.benitez@unl.edu.ec)

Teléfono: 0992360360

**Carta de autorización del trabajo de integración curricular o de titulación por parte de la autora para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.**

Yo, **Marjorie Brigette Benitez Rivera**, declaro ser autora del trabajo de integración curricular titulado: **Análisis de los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.**, como requisito para optar el título de: **Licenciada en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de integración curricular o de titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 13 días del mes de marzo del 2024.

Firma:

Autora: Marjorie Brigette Benitez Rivera

Cédula: 1105036741

Dirección: Amable Maria.

Correo electrónico: [marjorie.benitez@unl.edu.ec](mailto:marjorie.benitez@unl.edu.ec)

Celular: 0992360360

**DATOS COPLEMENTARIOS:**

Director del trabajo de integración curricular o de titulación: Ing. Edison Oswaldo Toapanta

Mendoza. MAE

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis a mis padres, pero en especial a mi madre quien con su apoyo incondicional han sido mi inspiración y fortaleza a lo largo de este camino de aprendizaje. Su presencia constante, su amor y sacrificio han sido un aliento inquebrantable que me ayudo impulsándome a alcanzar este logro académico y cada una de mis metas.

A Dios, el Dador de toda sabiduría, agradezco por guiarme en cada paso de esta travesía académica. Tu luz ha iluminado mi mente en los momentos de duda y en cada desafío, he sentido tu presencia, proporcionándome la paz y el discernimiento necesarios para avanzar y concluir con este logro académico.

***Marjorie Brigette Benitez Rivera***

## **Agradecimiento**

Deseo expresar mi profunda gratitud en primer lugar a Dios por la invaluable sabiduría que me ha brindado. También quiero extender mi más sincero agradecimiento a mis padres, pero en especial a mi madre quien han sido el pilar fundamental a lo largo de mi carrera. Su apoyo incondicional, tanto emocional como financiero, que me ayudo a conseguir cada una de mis metas tanto personales como académicas.

Asimismo, no puedo dejar de agradecer a la Universidad Nacional de Loja por brindarme la valiosa oportunidad de realizar mis estudios, así como por impartirme conocimientos de gran relevancia durante toda mi carrera. Quiero extender mi reconocimiento a cada uno de los docentes que compartieron sus saberes conmigo, contribuyendo de manera significativa a mi formación académica y personal.

No podría pasar por alto mencionar mi agradecimiento al Ingeniero Edison Toapanta, quien desempeñó un papel crucial como director de mi tesis. Su orientación experta y dedicación fueron fundamentales en el desarrollo exitoso de mi investigación.

***Marjorie Brigette Benitez Rivera***

## Índice de contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
Índice de contenidos .....	vii
Índice de tablas .....	x
Índice de figuras .....	xi
<b>1. Título</b> .....	<b>12</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>13</b>
2.1 Abstract .....	14
<b>3. Introducción</b> .....	<b>15</b>
<b>4. Marco Teórico</b> .....	<b>16</b>
4.1 Marco Referencial .....	16
4.2 Marco Teórico .....	17
4.2.1 Empresa .....	17
4.2.2 Clasificación .....	17
4.2.3 Por la actividad .....	17
4.2.3 Pequeña Empresa .....	19
4.2.4 Importancia .....	19
4.2.5 Ventajas de la pequeña empresa .....	19
4.2.6 Características de la pequeña empresa .....	19
4.2.7 Estructura organizacional .....	20
4.2.8 Tipo de organización (formales) .....	20

4.2.9	Las empresas privadas .....	20
4.2.10	Estructura empresarial del Ecuador. ....	20
4.2.11	Número de empresas según tamaño de la empresa.....	21
4.2.12	Plazas de empleo registrado.....	21
4.2.13	El financiamiento de las pequeñas empresas.....	21
4.2.14	Capacitación.....	21
4.2.15	El proceso de surgimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas .....	21
4.2.16	Surgimiento de las pequeñas y medianas empresas.....	22
4.2.17	Factores que limitan en las pequeñas empresas.....	22
4.2.18	Factores que limitan en las MYPES .....	22
4.2.19	Factores que limitan según Anthony & Tettey.....	22
4.2.20	Factores que limitan según Ruiz Y Marcillo .....	22
4.2.21	Factores que limitan según Lussier.....	23
4.2.22	Factores que limitan según Mámula .....	23
4.2.23	Gestión Empresarial.....	23
4.2.24	Talento Especializado .....	23
4.2.25	Financiamiento.....	23
4.2.26	Competencia .....	24
4.2.27	El análisis de la competencia. ....	24
4.2.28	Análisis tecnológico.....	24
4.2.29	Análisis de competencia .....	24
4.2.30	Análisis del mercado.....	25
	Análisis del entorno general (macroentorno) .....	25
	Análisis del entorno sectorial (microentorno) .....	25
4.2.31	Políticas Públicas para el fomento de las pequeñas empresas.....	25
4.2.32	Establecimiento.....	25

4.2.33	RUC (Registro Único de Contribuyentes).....	25
4.2.34	Inversión .....	25
4.2.35	Reinversión .....	26
4.2.36	Impuesto.....	26
4.2.37	Administración.....	26
4.2.38	Competitividad Estratégica.....	26
4.2.39	Actualmente las pequeñas y medianas empresas.....	26
4.2.40	Aporte de empleo.....	27
4.2.41	La importancia de las pequeñas y medianas empresas.....	27
4.2.42	Tiempo de vida en el mercado de las pequeñas y medianas empresas. 27	
4.2.43	Actividad económica de la pequeña empresa en la ciudad de Loja.	27
4.2.44	Acceso a financiamiento a las empresas.....	28
4.2.45	Estrategias.....	29
4.2.46	Estrategia competitiva.....	29
4.2.47	Las necesidades de capacitación de empresarios de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas.....	29
4.2.48	Metodología .....	29
<b>5</b>	<b>Metodología.....</b>	<b>31</b>
5.1	Área de estudio .....	31
5.2	Procedimiento .....	31
5.2.1	Enfoque de investigación.....	31
5.2.4	Tipo de investigación.....	32
5.2.5	Diseño de investigación.....	32
5.2.6.1	Población meta.....	32
5.3	Procesamiento y análisis de datos.....	33
<b>6</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>34</b>
<b>7</b>	<b>Discusión.....</b>	<b>71</b>

Objetivo 1. ....	72
Objetivo 2. ....	75
Objetivo 3. ....	78
<b>8 Conclusiones.....</b>	<b>89</b>
<b>9 Recomendaciones.....</b>	<b>90</b>
<b>10 Bibliografía.....</b>	<b>92</b>
<b>11 Anexos.....</b>	<b>97</b>
Anexo 1.....	97
Anexo 2.....	99

### Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Sector económico de la pequeña empresa.....</i>	34
<b>Tabla 2</b> <i>Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado.....</i>	35
<b>Tabla 3</b> <i>Sucursales de la empresa .....</i>	37
<b>Tabla 4</b> <i>Estructura de la pequeña empresa .....</i>	38
<b>Tabla 5</b> <i>Empleados de la empresa .....</i>	39
<b>Tabla 6</b> <i>Gestión Empresarial.....</i>	40
<b>Tabla 7</b> <i>Gestión De Operaciones.....</i>	42
<b>Tabla 8</b> <i>Gestión del marketing y ventas.....</i>	45
<b>Tabla 9</b> <i>Talento Especializado.....</i>	46
<b>Tabla 10</b> <i>Capacitación y motivación a los empleados .....</i>	50
<b>Tabla 11</b> <i>Acceso a financiamiento.....</i>	52
<b>Tabla 12</b> <i>Estructura de pagos.....</i>	54
<b>Tabla 13</b> <i>Capacidad de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos.....</i>	55
<b>Tabla 14</b> <i>Tecnología .....</i>	56
<b>Tabla 15</b> <i>Competencia .....</i>	59
<b>Tabla 16</b> <i>Competencia estratégica .....</i>	60
<b>Tabla 17</b> <i>Análisis de la competencia .....</i>	62
<b>Tabla 18</b> <i>Análisis de la competencia .....</i>	63
<b>Tabla 19</b> <i>Cumplimiento normativo .....</i>	64
<b>Tabla 20</b> <i>Regulaciones gubernamentales .....</i>	66

<b>Tabla 21</b> <i>Factores internos que limitan el crecimiento</i> .....	67
<b>Tabla 22</b> <i>Factores externos que limitan el desarrollo</i> .....	69
<b>Tabla 23</b> <i>Factores internos que limitan el crecimiento</i> .....	74
<b>Tabla 24</b> <i>Factores externos que limitan el desarrollo</i> .....	77
<b>Tabla 25</b> <i>FODA</i> .....	79
<b>Tabla 26</b> <i>FODA contrastado</i> .....	80

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> <i>Ubicación de la ciudad de Loja</i> .....	31
<b>Figura 2</b> <i>Sector económico de las pequeñas empresas</i> .....	34
<b>Figura 3</b> <i>Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado</i> .....	36
<b>Figura 4</b> <i>Sucursales de la empresa</i> .....	37
<b>Figura 5</b> <i>Estructura de la empresa</i> .....	38
<b>Figura 6</b> <i>Empleados de la empresa</i> .....	39
<b>Figura 7</b> <i>Gestión Empresarial</i> .....	40
<b>Figura 8</b> <i>Gestión de operaciones</i> .....	42
<b>Figura 9</b> <i>Gestión de marketing de ventas</i> .....	45
<b>Figura 10</b> <i>Talento Especializado</i> .....	47
<b>Figura 11</b> <i>Capacitación y motivación en los empleados</i> .....	50
<b>Figura 12</b> <i>Acceso a financiamiento</i> .....	52
<b>Figura 13</b> <i>Estructura de pagos</i> .....	54
<b>Figura 14</b> <i>Capacidad de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos</i> .....	55
<b>Figura 15</b> <i>Tecnología</i> .....	56
<b>Figura 16</b> <i>Competencia</i> .....	59
<b>Figura 17</b> <i>Competencia estratégica</i> .....	61
<b>Figura 18</b> <i>Análisis de la competencia</i> .....	62
<b>Figura 19</b> <i>Análisis de la competencia</i> .....	63
<b>Figura 20</b> <i>Cumplimiento normativo</i> .....	64
<b>Figura 21</b> <i>Regulaciones Gubernamentales</i> .....	66
<b>Figura 22</b> <i>Factores internos que limitan el crecimiento</i> .....	67
<b>Figura 23</b> <i>Factores externos que limitan el desarrollo</i> .....	69

## **1. Título**

Análisis de los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.

## 2. Resumen

Las pequeñas empresas, a pesar de su tamaño, desempeñan un papel fundamental en el entorno económico de la ciudad de Loja. Estas representan una parte importante de la economía y aportan a la generación de empleo; sin embargo, estas pequeñas empresas se ven obstaculizadas por diversos factores limitantes sean estos internos o externos. Se planteo como objetivo general de la investigación el analizar los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas en la ciudad de Loja y como objetivos específicos se propuso la identificación de los factores internos que limitan su crecimiento y la identificación de los factores externos que limitan el desarrollo, así como la propuesta de estrategias empresariales para superar dichas limitaciones. Para este estudio se empleó la metodología por conveniencia, el método deductivo con enfoque cuantitativo y tipo de investigación de carácter descriptivo, para la colecta de datos se realizó una encuesta a las pequeñas empresas, se aplicó un muestreo aleatorio simple. Además, se realizó el FODA como herramienta para el diagnóstico y la formulación de estrategias empresariales. Los factores internos (gestión empresarial y talento especializado) son considerados por algunas pequeñas empresas como un obstáculo en su crecimiento. Dentro de los factores externos se encuentran (la dificultad en el acceso a recursos financieros y las altas tasas de interés), estas se muestran como obstáculos para su desarrollo. Adicionalmente, se determinó que la adopción de nuevas tecnologías, la competitividad, las políticas de gobierno y los requisitos para su operación pueden generar un alto costo y complicar el desarrollo de las pequeñas empresas y a su vez que la mayoría de las empresas cumple con las políticas de gobierno, pero algunos empresarios las ven como limitantes debido a los costos e impuestos.

***Palabras Claves.*** Gestión empresarial, limitantes, crecimiento, estrategias.

## **2.1 Abstract**

Small businesses, despite their size, play a fundamental role in the economic environment in Loja city. They represent an important part of the economy and contribute to the generation of employment; however, these small companies are hindered by various limiting factors, both internal and external. The general objective of the research was to analyze the factors that limit the development of small enterprises in the city of Loja, and the specific objectives were to identify the internal factors that limit their growth and to identify the external factors that limit their development, as well as to propose business strategies to overcome these limitations. For this study we used the methodology of convenience, the deductive method with quantitative approach and descriptive type of research, for data collection a survey was conducted to small businesses, a simple random sampling was applied. In addition, a SWOT analysis was carried out as a tool for diagnosing and formulating business strategies. Internal factors (business management and specialized talent) are considered by some small enterprises as an obstacle to their growth. External factors (difficulty in accessing financial resources and high interest rates) are seen as obstacles to their development. In addition, it was determined that the adoption of new technologies, competitiveness, government policies and the requirements for their operation can generate high costs and complicate the development of small businesses and that most companies comply with government policies, but some entrepreneurs see them as limiting due to costs and taxes.

***Key words:*** *Business management, constraints, growth, strategies.*

### 3. Introducción

En la ciudad de Loja, las pequeñas empresas aportan innovación, generación de empleo y fomento del crecimiento económico. Sin embargo, estas empresas se enfrentan a desafíos que a menudo limitan su capacidad para alcanzar su máximo potencial y expandirse en el mercado. La investigación permitió identificar los factores internos y externos que inciden en el crecimiento y desarrollo de las pequeñas empresas en Loja.

Dentro de los factores internos, se exploró dos factores que ejercen un impacto directo en el crecimiento de las pequeñas empresas: la gestión empresarial y la disponibilidad de talento especializado. Observamos cómo la capacidad de la gestión empresarial, de recursos y operaciones pueden determinar el éxito a largo plazo de estas empresas. Además, analizamos cómo la presencia de talento especializado influye en la capacidad de innovación y adaptación tecnológica de estas empresas, dos aspectos vitales para mantenerse a la vanguardia en un entorno empresarial en constante evolución

Por otro lado, también se analizaron los factores externos que actúan sobre el desarrollo de las pequeñas empresas. Desde las regulaciones gubernamentales, la tecnología, las condiciones de financiamiento, hasta la competencia en el mercado, estos factores externos mostraron un impacto significativo en la capacidad de desarrollo de las empresas. Se formularon algunas estrategias empresariales con la ayuda de la matriz FODA, para impulsar su crecimiento y desarrollo en el ámbito económico actual.

Estos factores se corroboran con evidencia adicional proveniente de investigaciones previas. Por ejemplo; los factores de Ruiz y Marcillo (2022) coinciden con los factores internos identificados en la ciudad de Loja. En cuanto a los factores externos, Beatriz Avolio (2011) en su trabajo detalla la falta de financiamiento como un elemento restrictivo. Asimismo, Mambula (2002) en su estudio señala que las regulaciones gubernamentales también representan un factor limitante. Además, en el estudio de Ruiz y Marcillo (2022) identifica la falta de conocimiento en competencia y tecnología son factores limitantes, siendo estos factores los mismos encontrados en la ciudad de Loja.

Las limitaciones de esta investigación se debieron a que no todas las pequeñas empresas estuvieron dispuestas a proporcionarnos información sobre su empresa, ya sea por motivos de privacidad o por temor a divulgar dicha información.

## **4. Marco Teórico.**

### **4.1 Marco Referencial**

Según Ruiz, Herrera, Marcillo, & Baque (2022.) En su trabajo titulado Análisis de factores que limitan el crecimiento económico en las PYMES de Quinindé periodo 2022. el objetivo de esta investigación es analizar los factores que limitan el crecimiento económico en las PYMES.

Se utilizó el enfoque cualitativo de alcance exploratorio bajo un método analítico de diseño de teoría fundamentada, que se llevó a cabo por medio de fuentes primarias como los libros, artículos, revistas, etc.

Los resultados indican que un 80% de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) no incorporan herramientas de gestión de recursos humanos, mientras que un 95% emplea personal sin experiencia. Además, un 70% no realiza una planificación estratégica a corto y largo plazo ni utiliza herramientas automatizadas. Sorprendentemente, el 100% carece de conocimiento sobre la competencia y las normativas existentes. Estos hallazgos sugieren que las limitaciones para el crecimiento de las PYMES se derivan de aspectos administrativos, estratégicos y operacionales, así como de factores externos. Esta falta de actualización y automatización puede llevar a escenarios en los que las PYMES enfrentan dificultades financieras, contribuyendo al aumento de los índices de desempleo y afectando negativamente la economía del país.

Además, Beatrice, Alfonso, & Edwin (2021) en su artículo titulado Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES).

La investigación adoptó un enfoque cualitativo mediante un estudio de casos múltiples, para identificar los factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. En total, se identificaron inicialmente 60 casos; sin embargo, 15 de ellos fueron excluidos por no cumplir con las características definidas en la población de estudio, 20 declinaron participar y 14 no pudieron ser ubicados físicamente. Finalmente, se llevaron a cabo 11 casos de estudio con micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana, los cuales resultaron ser suficientes para abordar las preguntas de investigación, basándose en la saturación teórica de los casos.

Los resultados de los casos examinados fueron sintetizados y estructurados mediante un análisis transversal. La investigación identificó cinco factores, a saber, administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales, que, de acuerdo con los diversos modelos disponibles para el desarrollo de micro y pequeñas empresas (MYPES), restringen la consolidación y el crecimiento de los empresarios en este sector.

Los factores externos de mayor impacto incluyen la corrupción, la informalidad y la tecnología, mientras que los menos destacados y de menor repercusión se relacionan con la competencia y la intervención estatal. En el ámbito de la corrupción/informalidad, numerosos empresarios operan en el mercado evitando el pago de impuestos, lo que genera una competencia desleal con aquellos que cumplen con la formalidad. Muchos se ven obligados a adoptar esta práctica, lo que resulta en la incapacidad de demostrar su verdadero movimiento financiero ante las instituciones crediticias y, consecuentemente, en la dificultad para acceder a condiciones crediticias más favorables en términos de tasas de interés y montos más elevados.

## **4.2 Marco Teórico**

### **4.2.1 Empresa**

Una empresa se define como una entidad económica dedicada a la producción de bienes y servicios con el fin de satisfacer las necesidades del mercado. Su actividad se lleva a cabo a través de establecimientos comerciales y su principal objetivo es obtener ganancias a partir de la inversión realizada.

### **4.2.2 Clasificación**

Las empresas se clasifican considerando varios criterios:

#### **4.2.3 Por la actividad**

**Industriales:** Estas empresas se enfocan en la producción de bienes a través de la transformación de materias primas.

**Comerciales:** Su principal actividad consiste en la adquisición de bienes o productos con el propósito de comercializarlos y obtener beneficios.

**Servicios:** Este tipo de empresas se dedican a ofrecer servicios o habilidades profesionales, es decir, productos intangibles.

#### **Por el sector al que pertenecen**

**Públicas:** Estas empresas son de propiedad estatal y se dedican a brindar servicios a la sociedad en general.

**Privadas:** El capital de este tipo de empresas pertenece a individuos o entidades del sector privado, y su objetivo principal es generar ganancias a partir de la inversión realizada.

**Mixtas:** Las empresas mixtas cuentan con capital proveniente tanto del sector privado como del sector público.

#### **Por el tamaño**

**Pequeña empresa:** Se define como una empresa de dimensiones reducidas, que cuenta con recursos económicos y humanos limitados

**Mediana empresa:** En este tipo de empresas, la inversión de capital es considerable y la cantidad de personal empleado aumenta en comparación con las pequeñas empresas.

**Grande empresa.** Estas empresas realizan inversiones significativas y, como resultado, obtienen ganancias importantes. Además, cuentan con personal altamente especializado en diferentes departamentos.

#### **Por la función económica**

**Primarias:** Son las empresas de explotación de recursos naturales (como minera, forestal, la pesca, entre otros.), las agropecuarias (agricultura y ganadería) y las de construcción.

**Secundarias:** Son aquellas empresas que se especializan en la transformación de materias primas para la producción de bienes. Un ejemplo común son las empresas manufactureras e industriales.

**Terciarias:** Son las empresas que se dedican principalmente a brindar servicios, tales como los relacionados con la salud, la educación, el transporte, el hotelería, los seguros, las finanzas, entre otros.

#### **Por la constitución del capital**

**Negocios personales o individuales:** Son aquellos que son establecidos y operados por un único propietario.

**Sociedades o compañías:** Son aquellas que se forman a partir de la contribución de capital por parte de varias personas naturales o jurídicas.

Una de las clasificaciones de las empresas se basa en la predominancia del factor capital y de las personas involucradas. Desde esta perspectiva, se pueden clasificar de la siguiente manera:

#### **Compañías personalistas.**

En este tipo de empresas, se le da mayor importancia a la consideración de la persona y sus cualidades individuales como socio. Existe un nivel de conocimiento y confianza mutua entre los socios. Algunos ejemplos de este tipo de empresas son las compañías en comandita simple, las compañías en nombre colectivo y las compañías de responsabilidad limitada.

#### **Compañías capitalistas.**

En este tipo compañías, prevalece el factor capital, sin importar quién lo aporte.

Se consideran empresas capitalistas a las sociedades anónimas, las compañías en comandita por acciones y las empresas de economía mixta. (Jaramillo, 2022)

### **4.2.3 Pequeña Empresa**

Es una unidad de producción económica con un número reducido de trabajadores y operaciones limitadas. Tienen menos de 50 empleados y menos ingresos o ventas que las medianas o grandes empresas. Aunque tienen una estructura organizativa sencilla y menos recursos financieros que las grandes empresas, son importantes para el desarrollo económico y la creación de empleo.

En el caso de Ecuador, la definición de pequeñas empresas varía según el sector productivo y el número de empleados, pero en general se considera que tienen menos de 50 empleados y una facturación anual inferior a 1 millón de dólares (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021).

### **4.2.4 Importancia**

La relevancia de las empresas de pequeña escala en la economía radica en su capacidad de fomentar la creación de empleo, estimular la innovación y promover el progreso local. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), estas empresas conforman el 99% de todas las compañías en los países que integran dicha organización y son responsables del 60% del empleo total. (OCDE, 2021).

### **4.2.5 Ventajas de la pequeña empresa**

- Flexibilidad ante cambios socioeconómicos.
- La toma de decisiones se caracteriza por su rapidez y eficacia en este tipo de organizaciones
- Estas empresas fomentan relaciones más personales con sus empleados y clientes.
- Dado que el mercado de las pequeñas empresas tiende a ser local, tienen la ventaja de contar con un conocimiento más profundo de sus clientes y consumidores, lo que facilita la innovación y la adaptación a las demandas locales. (Pazos & Sánchez, 2012)

### **4.2.6 Características de la pequeña empresa**

- Empresa familiar o constituida como sociedad anónima.
- Estructura organizacional sencilla.
- Límite de 100 empleados.

- La pequeña empresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades (Pazos & Sánchez, 2012)

#### **4.2.7 Estructura organizacional**

El diseño organizacional es el proceso de crear la estructura de una empresa, y es esencial para lograr las metas y objetivos de la organización, así como para garantizar la eficiencia y eficacia en el trabajo de los empleados. Al diseñar o cambiar la estructura de una organización, los gerentes deben tomar decisiones sobre seis elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y descentralización, y formalización. (P. Robbins & Coulter, 2005)

#### **4.2.8 Tipo de organización (formales)**

Existen dos tipos de organizaciones formales: la organización lineal y la organización funcional. La organización lineal se caracteriza por tener líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad entre superior y subordinados, y su estructura se asemeja a una pirámide. Es común en pequeñas empresas o en etapas iniciales de organizaciones. Por otro lado, la organización funcional se enfoca en la división del trabajo en áreas específicas de especialización y la colaboración entre ellas. Este tipo de organización es común en empresas más grandes y complejas. (González, 2019)

#### **4.2.9 Las empresas privadas**

Según Méndez, (2012) dice que es una entidad cuyo propósito fundamental es obtener beneficios económicos, para lo cual lleva a cabo actividades de producción con el fin de comercializar sus productos o servicios. Además, estas empresas tienen una relevancia significativa para el desarrollo de una nación, ya que contribuyen a la generación de ingresos para el Estado a través del pago de impuestos, los cuales se calculan en base a los ingresos obtenidos por la empresa al momento de vender sus productos o servicios en el mercado.

#### **4.2.10 Estructura empresarial del Ecuador.**

La clasificación de las empresas depende de dos aspectos fundamentales: los ingresos y el número de trabajadores. Esta clasificación se rige por el Reglamento para la estructura e institucionalidad del desarrollo productivo y los mecanismos de fomento, tal y como se define en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. A continuación, se describen las características de cada uno de los segmentos empresariales. (Avalos, 2020)

#### **4.2.11 Número de empresas según tamaño de la empresa.**

De acuerdo con la última actualización del sistema de información estadística del Directorio de Empresas y Establecimientos, se reporta que hay un total de 899,208 empresas en Ecuador. Es importante destacar que esta cifra incluye a todas las unidades económicas que registraron ventas en el SRI y/o registraron personal afiliado en el IEES o pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI a través del RISE. (Avalos, 2020)

#### **4.2.12 Plazas de empleo registrado.**

El sistema de información por plazas de empleo engloba las plazas de trabajo que fueron registradas por las empresas que forman parte del universo DIEE en el año 2018, y que se encuentran inscritas en el IEES. (Avalos, 2020)

#### **4.2.13 El financiamiento de las pequeñas empresas**

Este se influenciado por su deseo de mantener su independencia y libertad de acción, alejándose de cualquier tipo de control externo. La teoría del orden jerárquico se ve limitada por dos factores: en primer lugar, las pequeñas empresas tienen pocas oportunidades para emitir nuevas acciones, por lo que su única fuente de financiamiento es a través de la retención de beneficios, el endeudamiento o las aportaciones de los propietarios-directivos; en segundo lugar, estos propietarios-directivos son reacios a perder poder y control. Esta restricción también afecta la elección del tipo de deuda en el caso de que la pequeña empresa tenga que recurrir a financiamiento externo. (Holmes ,2003)

#### **4.2.14 Capacitación**

La capacitación como herramienta busca un cambio positivo en la empresa y tiene como misión principal ayudar a mejorar el presente y a establecer una ruta para el futuro mediante un proceso cíclico y constante enfocado al capital humano de las organizaciones. Es por ello que el proceso de implementación de un programa de capacitación exige planteamientos que en muchas ocasiones las pequeñas empresas omiten, precisamente por la complejidad de los procesos que se llevan a cabo en ellas, la cantidad de colaboradores que las componen, los presupuestos que manejan o simplemente por la cultura organizacional que las estructuran (Rodríguez y Morales, 2008).

#### **4.2.15 El proceso de surgimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas**

El surgimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador sigue un patrón similar al de otros lugares. Sin embargo, la situación actual de crisis,

agravada por la aplicación de políticas neoliberales en los últimos años, ha limitado la capacidad de financiamiento con altos intereses para el crédito de inversión. Además, la reducción de las ventas debido al aumento del desempleo y la pobreza ha creado un escenario poco favorable para mantener las empresas ya establecidas y frenar el surgimiento de nuevos emprendimientos. Todo esto ha llevado a un estancamiento en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador y al fracaso prematuro de muchos nuevos proyectos empresariales. (Rodríguez & Aviles, 2020)

#### **4.2.16 Surgimiento de las pequeñas y medianas empresas**

Es claro que el surgimiento de las pequeñas y medianas empresas fue una respuesta a las crisis económicas, con el objetivo de minimizar los efectos del desempleo y la pobreza. Mientras algunas pequeñas y medianas empresas lograron crecer hasta convertirse en grandes empresas, otras mantuvieron su estructura original y un grupo más reducido no logró consolidarse y tuvo que cerrar sus operaciones. (Rodríguez & Aviles, 2020)

#### **4.2.17 Factores que limitan en las pequeñas empresas**

El progreso de las pequeñas empresas puede verse obstaculizado por diversos factores tales como la falta de talento especializado, gestión empresarial, falta de acceso al financiamiento, la competencia, políticas de gobierno. (Rodríguez, 2018)

#### **4.2.18 Factores que limitan en las MYPES**

Según el artículo Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES), que toma como referencia el marco teórico de Ansoff (1965), utilizado y adaptado por Okpara & Wynn (2007), encontraron los siguientes factores; Gestión Empresarial, Factores externos que abarca, (tecnología, competencia y políticas de gobierno). (Avolio, 2011)

#### **4.2.19 Factores que limitan según Anthony & Tettey**

Según el estudio de Anthony Kusi & Tettey (2015), los factores limitantes que encontraron son; carencia de talento especializado y la falta de acceso a financiamiento.

#### **4.2.20 Factores que limitan según Ruiz Y Marcillo**

Según su investigación los factores que limitan son la gestión empresarial, la falta de capacitación de sus empleados, a su vez la tecnología afecta negativamente a sus operaciones, el acceso a financiamiento y la carencia de conocimiento sobre la competencia y normativas.

#### **4.2.21 Factores que limitan según Lussier**

En su investigación los empresarios informaron que la inexperiencia en la gestión empresarial es un factor que limita y contribuye al fracaso de las pequeñas empresas.

#### **4.2.22 Factores que limitan según Mámbula**

En su artículo señala que el acceso a financiamiento es un factor que limita y también los pagos gubernamentales.

#### **4.2.23 Gestión Empresarial**

La progresión histórica de la administración empresarial ha experimentado un desarrollo de conceptos tanto en las culturas orientales como occidentales, reflejando el avance humano en cada uno de los sistemas sociales que ha atravesado. Esta evolución se manifiesta en la toma de decisiones, que ha analizado las cuatro funciones fundamentales para el desarrollo del liderazgo empresarial son: planificar, organizar, dirección y controlar. (Hernández, 2001)

#### **4.2.24 Talento Especializado**

El talento se refiere siempre a las destrezas, potencialidades y capacidades específicas que una persona tiene en una determinada área, lo que le permite destacarse en las actividades relacionadas con esa área. La idea de que el talento es una cualidad única en la que el individuo sobresale y fluye con facilidad constituye una fortaleza que le facilita desenvolverse en el mundo. La noción de talento implica que todos se encuentran en un mismo nivel, sin nadie por encima o por debajo, siendo tratados de manera especial (Carolina, 2021)

Cada individuo posee talento en la medida en que exhibe alguna habilidad particular, ya sea en mayor o menor grado.

Se refieren a personas que sobresalen por sus excelentes capacidades para resolver problemas poco comunes, sin importar su desempeño en un área específica. Aquellos talentosos en este tipo de pensamiento diferente emplean sus habilidades al explorar cuestiones, generando una amplia gama de respuestas posibles para situaciones reales o imaginarias y percibiendo conexiones entre ideas similares o aisladas. (Cristina, 2001)

#### **4.2.25 Financiamiento**

El financiamiento se define como el proceso de adquirir recursos, de fuentes externas, con plazos que pueden ser a corto, mediano o largo plazo. Este proceso es esencial para garantizar la operación eficiente y normal de cualquier tipo de empresa, ya sea pública, privada, social o mixta. (Perdomo, 1998)

#### **4.2.26 Competencia**

La competencia puede ser descrita en primer lugar como la interacción dinámica y libre entre empresas en un mercado, cuyo objetivo es atraer al consumidor mediante la oferta de precios competitivos o una calidad superior en productos y servicios. Además, se puede conceptualizar como la rivalidad entre empresas que participan en un mercado, utilizando sus estrategias más eficientes para reducir costos, aumentar beneficios y, de esta manera, permanecer como entidades activas e innovadoras en comparación con otras empresas competidoras. (Mariscal, 2011)

#### **4.2.27 El análisis de la competencia.**

Esta es una herramienta importante para entender la dinámica de un sector empresarial y para tomar decisiones estratégicas. La estructura de la empresa incluyendo las barreras de entrada, la competencia y la tendencia de las empresas, son factores clave que afectan la rentabilidad y la viabilidad de una empresa. En resumen, el análisis de la competencia y la estructura de la empresa es esencial para la planificación estratégica y el éxito empresarial a largo plazo. (Porter, 1990)

#### **4.2.28 Análisis tecnológico**

En la actualidad, el Gobierno ecuatoriano ha establecido un convenio con la Cámara de Industria y Comercio Ecuatoriano-Alemana para que las empresas del país aprovechen los avances tecnológicos, en especial los conocimientos digitales 4.0, los cuales tienen un impacto significativo en el sector productivo. (El Telégrafo, 2018).

En el año 2000, existía una brecha importante entre la inversión en tecnología realizada por el sector privado y la realizada por el sector público (72.8% y 27.2% respectivamente). Tras el cambio de gobierno en el año 2007, el sector público comenzó a incrementar su presupuesto en tecnología, invirtiendo alrededor de 1900 millones de dólares, equivalente al 1.88% del Producto Interno Bruto (PIB) en el año 2016). ( El Telégrafo, 2016)

#### **4.2.29 Análisis de competencia**

El análisis de competencia es esencial para determinar la viabilidad comercial de un nuevo negocio o emprendimiento. Este análisis no solo se enfoca en los competidores y sus productos o servicios, sino también en el entorno en el que operan, incluyendo la estructura de la distribución, el potencial de mercado y las fuerzas externas que pueden influir en el ámbito de competencia. Evaluar la relación entre las empresas y su entorno

de competencia es clave para el desarrollo de estrategias de competitividad que aseguren la sostenibilidad financiera y económica del negocio. (Socatelli, 2023)

#### **4.2.30 Análisis del mercado.**

El mercado es donde se ubica tanto el producto o servicio como el cliente potencial. Es una comunidad compuesta por individuos y entidades de diversa índole que tienen o pueden tener un impacto en el consumo o uso del producto en un área geográfica específica. (Navarro, 2019)

#### ***Análisis del entorno general (macroentorno)***

El análisis del ambiente externo proporcionará a la empresa información sobre su capacidad para afrontar los cambios presentes y futuros, así como evaluar el efecto de estos cambios.

#### ***Análisis del entorno sectorial (microentorno)***

Para comprender la competencia y atractivo de un sector, es necesario describir las actividades de las empresas y los productos o servicios que ofrecen. Michael Porter identificó 5 fuerzas que determinan el grado de competencia de un sector y que impactan directamente en la gestión de la empresa. Es fundamental posicionar a la empresa en el mercado para defenderse o influir en estas fuerzas a su favor. (Navarro, 2019)

#### **4.2.31 Políticas Públicas para el fomento de las pequeñas empresas**

El estímulo al crecimiento de las pequeñas empresas es un asunto de gran interés para los gobiernos en todo el mundo, por lo que se han establecido diversas estrategias gubernamentales para respaldar su desarrollo. Dichas políticas pueden abarcar medidas de alivio fiscal, programas de capacitación y asesoría empresarial, acceso a financiamiento, entre otras acciones. (BID, 2017).

#### **4.2.32 Establecimiento**

Según Imbaquingo (2022), Es la ubicación física de una empresa o una división que se encuentra en una única ubicación y que realiza una o varias actividades.

#### **4.2.33 RUC (Registro Único de Contribuyentes).**

Según Imbaquingo (2022), el Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un número de identificación asignado a todas las personas naturales y jurídicas que realicen alguna actividad económica en Ecuador de forma constante o temporal, o que posean bienes o derechos sujetos al pago de impuestos.

#### **4.2.34 Inversión**

La inversión se refiere al gasto que realizan las empresas para aumentar o mantener su capacidad productiva. Este componente es muy variable en la demanda total

de una economía. Las cuentas nacionales reconocen tres tipos de inversión: la compra de maquinarias e instalaciones, la adquisición de materias primas y productos en diferentes etapas de producción, y la inversión en vivienda. (Rodríguez C. , DICCIONARIO DE ECONOMIA, 2009)

#### **4.2.35 Reinversión**

La reinversión es cuando una empresa utiliza los beneficios generados por una inversión previa en el mismo negocio para comprar nuevos activos fijos en lugar de distribuir los beneficios a los accionistas. Al reinvertir, las empresas están autofinanciando su crecimiento y expansión sin tener que recurrir a préstamos o financiamiento externo. De esta manera, se puede aumentar su capital y expandir su operación sin tener que depender de fuentes de financiamiento externa. (Sabino, 1931)

#### **4.2.36 Impuesto.**

Carga obligatoria que los individuos y empresas entregan al Estado para contribuir a sus ingresos. Sin los impuestos, que históricamente han tomado muy diversas formas, no podría concebirse la existencia del Estado pues éste, como entidad jurídicamente independiente de las personas privadas, no tendría recursos para realizar sus funciones: defensa, prestación de servicios, pago de funcionarios, etc. (Carlos, 1931)

#### **4.2.37 Administración**

Conjunto ordenado y sistematizado de técnicas y procedimientos destinados a apoyar la consecución de los objetivos de la empresa en forma eficiente y eficaz. Los autores suelen identificar cuatro etapas en el proceso administrativo: planeamiento, organización, dirección y control. (Rodríguez C. , Diccionario de Economía , 2009)

#### **4.2.38 Competitividad Estratégica**

Fase de la administración de empresas resultante de la formulación e implementación de estrategias orientadas a generar valor para la empresa y/o el cliente, cuya consecuencia es la obtención de utilidades superiores al promedio (Rodríguez C. , Diccionario de Economía, 2009)

#### **4.2.39 Actualmente las pequeñas y medianas empresas.**

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son muy diversas en términos de formas y tamaños, y pueden ser propiedad de un solo individuo con la libertad de llevar a cabo diversas actividades de producción, comercio o servicios con el fin de obtener ganancias económicas. Según el Estudio de Gestión Competitiva de las PYMES en Ecuador, estas unidades representan el 95% de las unidades productivas en el país. No obstante, a pesar de su importancia en el sector de la producción y el comercio, diversos

estudios periódicos han demostrado que las PYMES no han avanzado estructural ni funcionalmente en los últimos años. (Rodríguez y Aviles, 2020)

#### **4.2.40 Aporte de empleo**

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) son esenciales para el desarrollo económico de cualquier país, ya que constituyen más del 90% de las empresas en todo el mundo, y en Latinoamérica su participación es aún mayor, llegando al 97%. Debido a su capacidad para generar empleo, las PYMES hacen una importante contribución al desarrollo del sector productivo nacional y fomentan la transición hacia una matriz productiva más diversa. En el caso de Ecuador, las PYMES tienen un papel significativo en la productividad del país. (Gudiño, 2017)

#### **4.2.41 La importancia de las pequeñas y medianas empresas.**

Las Pequeñas y Medianas Empresas se posicionan como la principal fuerza económica del país. Sin embargo, la globalización y los rápidos cambios en la tecnología plantean grandes desafíos para estas empresas, que deben crecer y adaptarse a los nuevos retos para mantener su presencia en los mercados. Las pequeñas y medianas empresas buscan mejorar su productividad, cumplir con sus objetivos y misiones, desarrollar su capital humano y lograr su efectividad y competitividad para asegurar su supervivencia a largo plazo. En el mundo actual, las pequeñas y medianas empresas han ganado valor por su importante papel en la economía, especialmente por su capacidad para generar empleo, ampliar la base del sector privado, reducir la concentración del poder económico y contribuir al crecimiento del producto nacional. (Carlos Yance Carvajal Y Ivonne Bruggos, 2017)

#### **4.2.42 Tiempo de vida en el mercado de las pequeñas y medianas empresas.**

Algunos consideran que las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) tienen una vida útil bastante limitada, ya que más del 50% no logran sobrevivir más de cinco años y algunas incluso cierran en menos de tres años. Las causas de la quiebra pueden variar desde una mala gestión empresarial y una desaceleración económica del país, hasta la ineficacia de los programas de apoyo gubernamentales y la escasa disponibilidad de financiamiento que esté específicamente enfocado en las PYMES. (Saines, 2011)

#### **4.2.43 Actividad económica de la pequeña empresa en la ciudad de Loja.**

A través de encuestas realizadas a los representantes de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) ubicadas en la parroquia el Sagrario de la ciudad de Loja, se ha podido identificar que la mayoría de estas empresas (82%) se dedican a

actividades comerciales, seguido por un 17% que se enfoca en la prestación de servicios y solo un 1% se dedica a la actividad industrial. (Elvia et al., 2018)

#### **4.2.44 Acceso a financiamiento a las empresas.**

Con el objetivo de facilitar el acceso a recursos financieros que fortalezcan las actividades económicas de las micro, pequeñas y medianas empresas, y promover el desarrollo de los sectores productivos del país, BanEcuador B.P. brinda créditos para financiamiento de capital de trabajo y activos fijos.

BanEcuador B.P. ofrece este servicio a todas las unidades productivas, ya sean pequeñas, medianas o micro, representadas por personas jurídicas, como asociaciones, organizaciones comunitarias o empresas. Siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos por el trámite, podrán acceder a estos créditos y beneficiarse de ellos. (BANECUADOR BP, 2022)

#### **Requisitos Obligatorios:**

- Cédula de ciudadanía o identidad del representante legal y/o presidente
- Certificado de votación del representante legal y/o presidente
- Copia de la escritura de constitución y última reforma de estatutos de la empresa
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa
- Acta de la Junta de socios de la empresa, asociación u organización en la cual se aprueba solicitar el crédito, detallar garantías y autorizar al representante legal que lo tramite
- Copia de la planilla de cualquier servicio básico con una antigüedad no mayor a 3 meses de la fecha de presentación de la solicitud de crédito
- Solicitud de crédito
- RUC o RISE del solicitante
- Copia de declaración de impuesto a la renta o pago del RISE
- Copia de declaración del impuesto al valor agregado IVA del último año calendario
- Copia de escrituras, comodato, contrato o certificado de arrendamiento, o documento que justifique el uso del lugar de inversión
- Permisos de funcionamiento

#### **4.2.45 Estrategias.**

Estrategia a largo plazo La estrategia probablemente se ocupe de la dirección a largo plazo de una organización. Las decisiones estratégicas regularmente requieren de un considerable periodo de tiempo, cuando se habla de largo plazo se refiere a situaciones que las organizaciones tienen que ir analizando y considerando a lo largo de años, dos, tres hasta diez, quince o más años.

#### **4.2.46 Estrategia competitiva**

Michael Porter (2002) presenta un concepto de estrategia competitiva como una de metas o fines que busca una organización y de medios (políticas) con que trata de alcanzarlos.

#### **4.2.47 Las necesidades de capacitación de empresarios de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas.**

En el Valle de Mexicali, las pequeñas y medianas empresas enfrentan diversos problemas, y uno de los más comunes es la falta de capacitación por parte de los empresarios en diferentes áreas de la empresa.

La falta de capacitación se refiere a la carencia de conocimientos técnicos por parte de los empresarios en áreas clave como administración, contabilidad, mercadotecnia, recursos humanos, atención al cliente, ventas, finanzas, entre otras. La demanda de capacitación se refiere a la cantidad de empresarios que necesitan recibir formación empresarial.

Los resultados de la investigación confirman que existe una alta demanda de capacitación entre los empresarios, especialmente en áreas como administración, ventas y atención al cliente. (Pazos & Sánchez, 2012)

#### **4.2.48 Metodología**

La Metodología se define como la disciplina que nos instruye sobre cómo supervisar un proceso de manera eficaz y eficiente con el fin de lograr los resultados deseados. Su finalidad radica en proporcionarnos la estrategia a seguir durante el desarrollo del proceso. (Roberto Hernández & Pilar, 2014).

#### **4.2.49 Cuantitativa**

La investigación de tipo cuantitativo sostiene la idea de que el conocimiento debe ser objetivo, originándose a través de un proceso deductivo en el cual, mediante la medición numérica y el análisis estadístico. (Roberto y otros, 2014)

#### **4.2.50 Metodología descriptiva**

Los estudios descriptivos buscan definir las propiedades, características y perfiles de individuos, grupos, comunidades, procesos u objetos sujetos a análisis. En otras palabras, su intención es únicamente recolectar información sobre conceptos o variables. (Hernandez y otros, 2014)

#### **4.2.51 No Probabilístico**

La selección intencionada de la muestra poblacional es según criterios del investigador, y como resultado, no se puede calcular el error muestral. (Novoa, 2017).

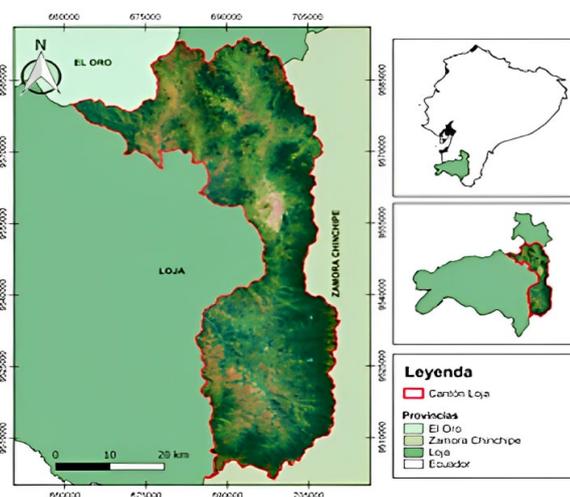
## 5 Metodología

### 5.1 Área de estudio

El ámbito de este estudio abarca la provincia y la ciudad de Loja, ubicada en Ecuador, y se centra en la identificación de los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas en dicha localidad.

#### Figura 1

*Ubicación de la ciudad de Loja*



*Nota.* Figura tomada del artículo “Composición florística, estructura y endemismo del componente leñoso del bosque Huashapamba, Loja, Ecuador de Mendoza et al. (2021)

### 5.2 Procedimiento

#### 5.2.1 Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación fue el cuantitativo, Este enfoque de investigación cuantitativo contribuyo en el análisis de los factores internos y externos que afectan el crecimiento de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.

#### 5.2.2 Método de investigación

El método utilizado en la investigación fue el deductivo, que permitió el análisis, discusión y generación de conclusiones con un enfoque de lo general hacia lo particular, a través de la recopilación y el análisis de datos sobre los factores limitantes internos y externos de las pequeñas empresas.

#### 5.2.3 Técnicas

##### 5.2.3.1 Revisión Bibliográfica.

Se utilizó con el fin de la búsqueda de información relacionada al tema de investigación, con el objeto de sintetizar diferentes conceptos y autorías. Para poder elaborar y formular la revisión literaria.

### **5.2.3.2 Encuesta.**

Se realizó y aplico la encuesta con cuestionario a pequeñas empresas seleccionadas por conveniencia para identificar los factores internos y externos de las pequeñas empresas

### **5.2.3.3 FODA**

Además, se empleó la herramienta del FODA para determinar los factores internos y externos que tienen las pequeñas empresas y a partir de esto realizar las estrategias empresariales.

### **5.2.4 Tipo de investigación**

La presente investigación fue de carácter descriptiva, en la que se realizó una descripción de los resultados obtenidos, permitiendo establecer las conclusiones de la investigación, destacando los factores más significativos que afectan el crecimiento y desarrollo de las pequeñas empresas, todo esto con el fin de lograr que la investigación sea lo más concreta y veraz posible.

### **5.2.5 Diseño de investigación.**

El diseño de investigación aplicado en este estudio se caracterizó por ser no experimental y adoptó un enfoque descriptivo. En otras palabras, no se llevaron a cabo experimentos con control de variables; en cambio, se recolectaron datos con el propósito principal de proporcionar una descripción que en este caso es identificar los factores internos y externos limitantes que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas.

La determinación del tamaño de la muestra fue por conveniencia.

### **5.2.6 Diseño Muestral**

#### **5.2.6.1 Población meta**

La población meta en la siguiente investigación fueron las pequeñas empresas activas en la ciudad de Loja.

#### **5.2.6.2 Marco del muestreo**

Según los datos proporcionado por superintendencias de compañía (2022), se tiene conocimiento de que en la ciudad de Loja existen 126 pequeñas empresas activas. Dado que no todas las pequeñas empresas podrán participar en el estudio debido a limitaciones de recursos, tiempo y por confidencialidad de que no todas accederán a brindarnos información, se ha seleccionado una muestra de 96 pequeñas empresas, esta muestra ha sido seleccionada por conveniencia.

#### **5.2.6.3 Técnica de muestreo**

La investigación tiene un diseño tipo descriptivo no probabilístico por conveniencia con una investigación descriptiva y con un diseño transversal simple.

#### **5.2.6.4 Tamaño de la muestra**

Para llevar a cabo este estudio, se empleó el método de muestreo no probabilístico por conveniencia para la selección de la muestra. Este enfoque garantiza que cada miembro de la población, en este caso, las pequeñas empresas, tenga una probabilidad igual de ser elegido para formar parte de la muestra.

**Tamaño de la muestra:** 96 pequeñas empresas.

#### **5.3 Procesamiento y análisis de datos**

Para lograr los objetivos, se hizo uso de la fórmula de la muestra finita, que nos ayudó a sacar el porcentaje que se encuestaría, se adoptó como herramientas de investigación las encuestas, respaldadas por un cuestionario especialmente confeccionado de acuerdo a cada objetivo y a la matriz de consistencia. Este cuestionario permitió identificar los factores que influyen tanto interna como externamente en las operaciones de las pequeñas empresas. Una vez completada la recolección de datos a través de la encuesta, se procedió a la identificación y el diseño de estrategias relacionadas con cada factor. Para facilitar una comprensión más efectiva de las respuestas, se emplearon gráficos y tablas descriptivas, todo esto con la ayuda del Excel y Word.

## 6 Resultados

### Encuesta a las pequeñas empresas

#### 1. ¿A qué sector económico pertenece la empresa?

**Tabla 1**

*Sector económico de la pequeña empresa.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura, ganadería y pesca	4	4%
Alimentos	4	4%
Comercio minorista y mayorista	25	26%
Construcción y arquitectura	8	8%
Consultoría y servicios profesionales	1	1%
Educación	7	7%
Energía y medio ambiente	1	1%
Importadora	1	1%
Manufactura y producción	2	2%
Salud y servicios médicos	6	6%
Servicios	7	7%
Servicios financieros y seguros	1	1%
Tecnología de la información y comunicaciones	7	7%
Transporte y logística	18	19%
Turismo y hospitalidad	4	4%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 2**

*Sector económico de las pequeñas empresas.*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El sector con la mayor cantidad de empresas es el de Comercio minorista y mayorista, con un 26% del total, otros sectores importantes en términos de cantidad de empresas incluyen Transporte y logística con un 18,8%, Construcción y arquitectura con un 8,3%, Educación con un 7,3% y Tecnología de la información y comunicaciones también con un 7,3%, como Energía y medio ambiente, Importadora, Servicios financieros y seguros y Consultoría y servicios profesionales, todos con un 1% cada uno, aunque Agricultura, ganadería y pesca, Alimentos y Turismo y hospitalidad tienen la misma proporción de empresas (4,2% cada uno), estos sectores también son menos representativos en comparación con otros sectores mencionados anteriormente, la manufactura y producción, junto con Salud y servicios médicos, ambos con un 6,3%, y Servicios con un 7,3%, representan una presencia significativa, aunque no tan destacada como los sectores líderes.

Estos datos muestran una diversidad de sectores económicos representados, con una concentración significativa en Comercio minorista y mayorista y Transporte y logística, esto sugiere una economía con una fuerte presencia de empresas comerciales y de transporte en el mercado o la región analizada. que el comercio minorista y mayorista, el transporte y la logística, la construcción y arquitectura, la educación y la tecnología de la información y comunicaciones son los sectores más influyentes en términos de cantidad de empresas. Sin embargo, otros sectores como la manufactura y producción, la salud y servicios médicos, y los servicios en general también tienen una presencia relevante, aunque menos destacada. Los sectores con menor representación son la energía y medio ambiente, importadora, servicios financieros y seguros, y consultoría y servicios profesionales.

## 2. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa en funcionamiento?

**Tabla 2**

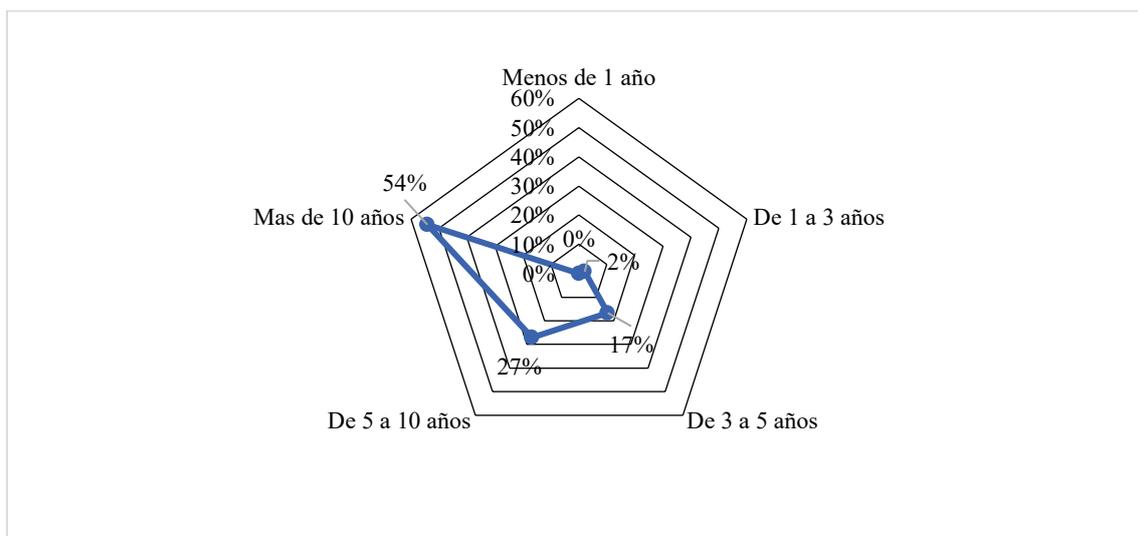
*Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	0	0%
De 1 a 3 años	2	2%
De 3 a 5 años	16	17%
De 5 a 10 años	26	27%
Mas de 10 años	52	54%
Total	96	100%

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 3**

*Tiempo de las pequeñas empresas en el mercado*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

La mayoría de las pequeñas empresas en el mercado (54%) tienen una experiencia de más de 10 años. Esto sugiere que un número significativo de empresas ha logrado mantenerse en el mercado durante un período prolongado, lo que puede ser indicativo de su estabilidad y capacidad para enfrentar los desafíos a lo largo del tiempo, un 27% de las empresas tienen una experiencia de 5 a 10 años, un 17% de las empresas tienen una experiencia de 3 a 5 años, Solo un 2% de las empresas tienen una experiencia de 1 a 3 años no hay empresas en el conjunto de datos que tengan menos de 1 año en el mercado.

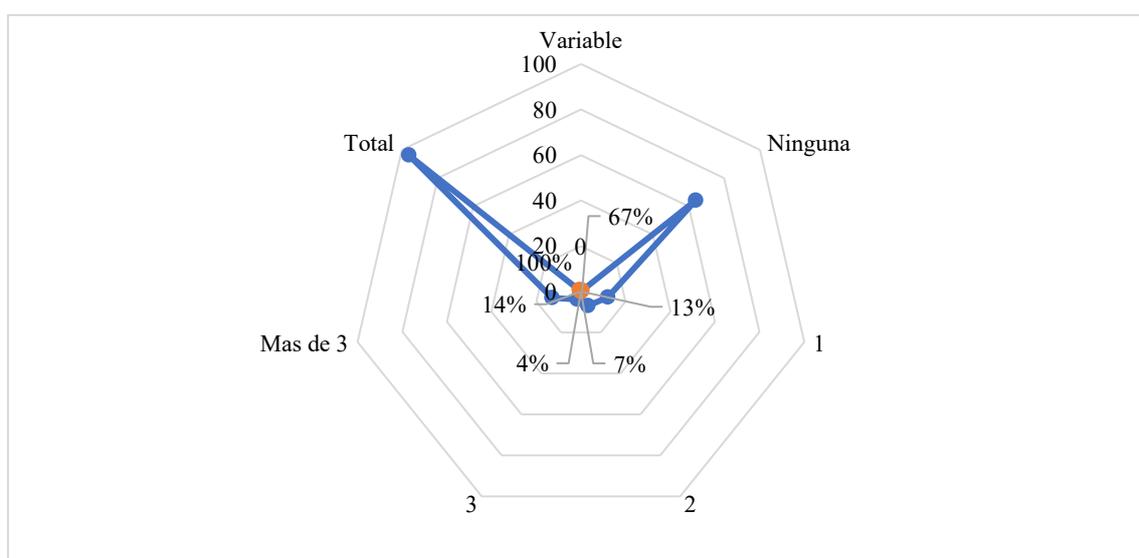
Estos datos apuntan hacia la existencia de un grupo sólido de pequeñas empresas que han demostrado su capacidad para mantenerse en el mercado a lo largo del tiempo, lo que podría atribuirse a su estabilidad, adaptabilidad y capacidad para superar desafíos. El hecho que las empresas tengan más de 10 años de experiencia muestra que una parte considerable ha logrado superar las etapas iniciales y los desafíos iniciales del negocio, empresas con una trayectoria de más de una década podrían haber desarrollado relaciones sólidas con sus clientes, proveedores y otros actores clave del mercado, lo que contribuye a su éxito y sostenibilidad, y las empresas de 3 a 10 años también muestran un grupo importante de empresas que han logrado consolidarse en el mercado durante un período de tiempo considerable.

### **3. ¿Cuántas sucursales tiene la empresa?**

**Tabla 3***Sucursales de la empresa*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	64	67%
1	12	13%
2	7	7%
3	4	4%
Mas de 3	13	14%
Total	96	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 4***Sucursales de la empresa*

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

La mayoría de las empresas (67%) en este conjunto de datos no tienen ninguna sucursal. Esto indica que una gran proporción de las empresas en estudio son negocios que no disponen de ninguna sucursal, Un 14% de las empresas tienen más de 3 sucursales, un 12% de las empresas tienen una sola sucursal, un 11% de las empresas tienen entre 2 a 3 sucursales.

Estos datos indica que la mayoría de las empresas en el conjunto de datos son negocios independientes que no tienen ninguna sucursal adicional. Esto sugiere que una gran proporción de las empresas en estudio operan en un solo punto de venta, pero también existen empresas que han logrado una expansión exitosa con múltiples sucursales. La presencia de una minoría de empresas con entre 2 a 3 sucursales indica que

hay un interés en el crecimiento, pero no todas han alcanzado el mismo nivel de expansión.

#### 4. Indique, cuál es la estructura de la empresa?

**Tabla 4**

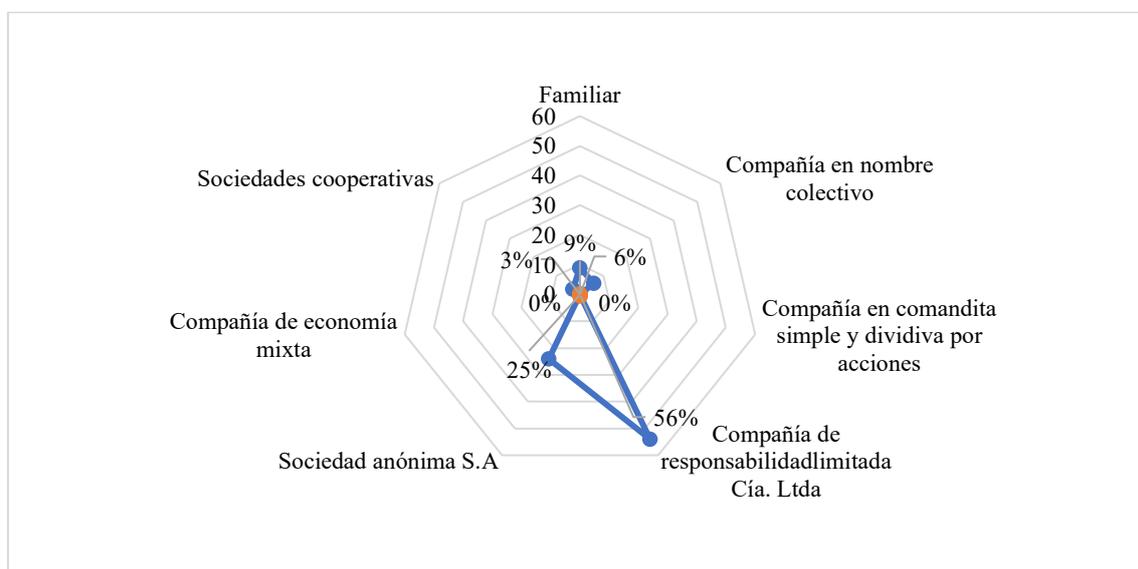
*Estructura de la pequeña empresa*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Familiar	9	9%
Compañía en nombre colectivo	6	6%
Compañía en comandita simple y dividida por acciones	0	0%
Compañía de responsabilidad limitada Cía. Ltda	54	56%
Sociedad anónima S.A	24	25%
Compañía de economía mixta	0	0%
Sociedades cooperativas	3	3%
Total	96	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 5**

*Estructura de la empresa*



*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 56% de las empresas tienen una estructura de Compañía de Responsabilidad Limitada (Cía. Ltda.), el 25% de las empresas son Sociedades Anónimas (S.A.), un 9% de las empresas analizadas tienen una estructura de Empresa Familiar, un 6% de las empresas pertenecen a la categoría de Compañía en Nombre Colectivo, un 3% de las empresas analizadas pertenecen a la categoría de Sociedades Cooperativas.

La mayoría de las empresas analizadas tienen una estructura de Compañía de Responsabilidad Limitada (Cía. Ltda.), seguidas de Sociedades Anónimas (S.A.). Las empresas familiares y las compañías en nombre colectivo también están presentes, aunque en menor medida. No se encontraron empresas de economía mixta y solo un pequeño porcentaje pertenece a sociedades cooperativas.

### 5. ¿Cuántos empleados conforman actualmente la empresa?

**Tabla 5**

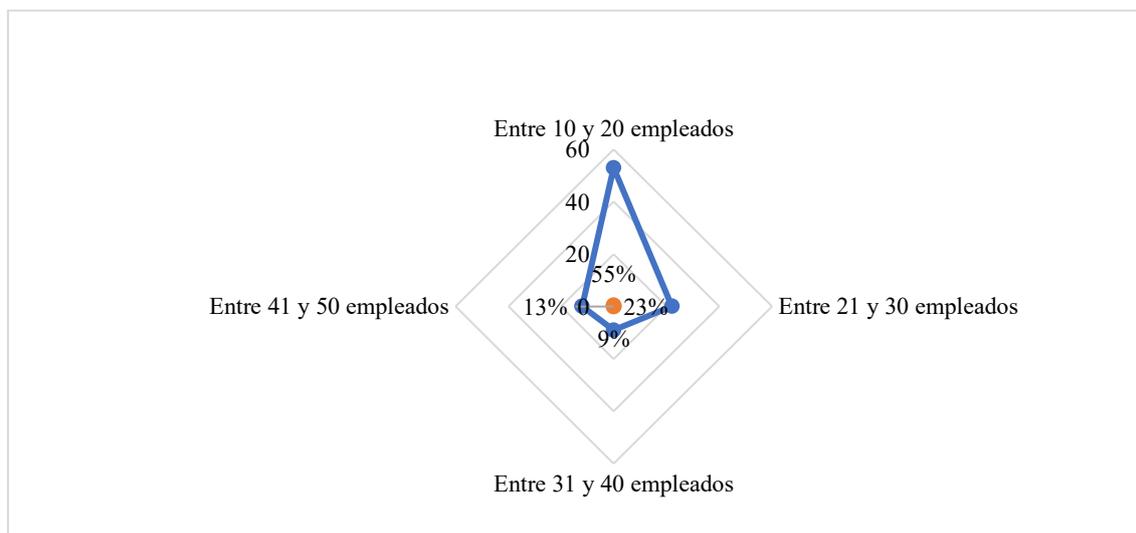
*Empleados de la empresa*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre 10 y 20 empleados	53	55%
Entre 21 y 30 empleados	22	23%
Entre 31 y 40 empleados	9	9%
Entre 41 y 50 empleados	12	13%
Total	96	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 6**

*Empleados de la empresa*



*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

Las pequeñas empresas tienen una distribución de empleados en diferentes categorías según su número. Casi la mitad de las pequeñas empresas tiene un (55%) está formada por un número relativamente "Entre 10 y 20 empleados", el 23% del total de empleados representa entre 21 y 30 empleados. A medida que aumenta el número de empleados, la proporción disminuye significativamente: el 9% tiene entre 31 y 40 empleados, y el 13% entre 41 y 50 empleados.

Estos datos muestran que las pequeñas empresas de la ciudad de Loja tiene una estructura mayoritariamente compuesta entre 10 y20 empleados. Sin embargo tambien hay otra parte significativa (entre 21 y 30 empleados), las pequeñas empresas con más de 30 empleados son menos comunes.

**6. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez), (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"**

**Tabla 6**

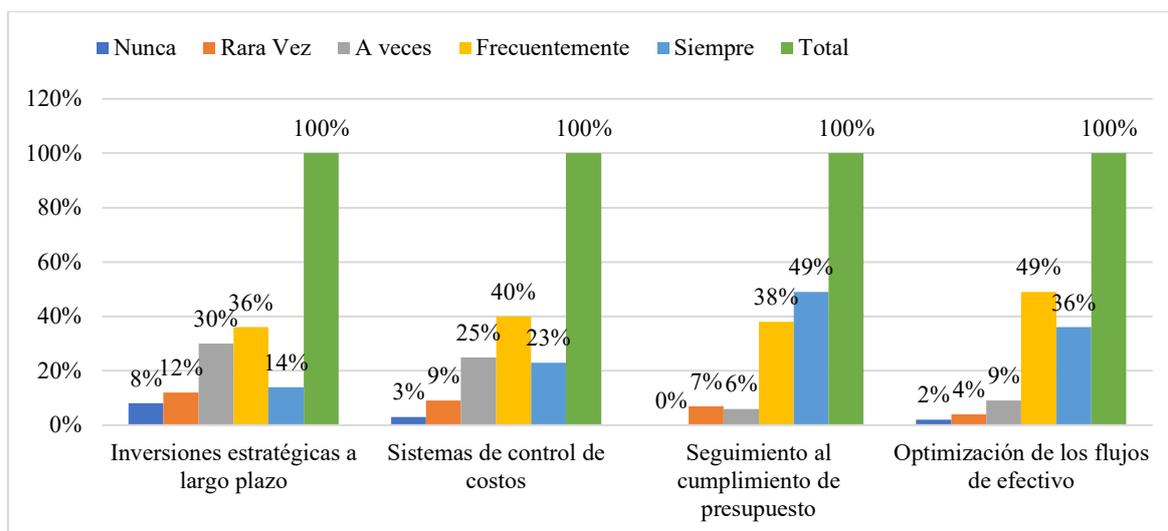
*Gestión Empresarial*

Variable	Inversiones estratégicas a largo plazo	Sistemas de control de costos	Seguimiento al cumplimiento de presupuesto	Optimización de los flujos de efectivo
Nunca	8%	3%	0%	2%
Rara Vez	12%	9%	7%	4%
A veces	30%	25%	6%	9%
Frecuentemente	36%	40%	38%	49%
Siempre	14%	23%	49%	36%
Total	100%	100%	100%	100%

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 7**

*Gestión Empresarial*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 50% de las respuestas y muestra la disposición de la empresa a realizar inversiones estratégicas para el crecimiento a largo plazo en menor medida. En este grupo, menos de la mitad de las respuestas indican que la empresa no invierte o invierte rara vez

en inversiones estratégicas para el crecimiento a largo plazo, el 50% de las respuestas y demuestra que la mitad de los encuestados considera que la empresa realiza inversiones estratégicas para el crecimiento a largo plazo de manera regular o incluso siempre.

La mayoría de los encuestados siente que la empresa no invierte o invierte ocasionalmente en inversiones estratégicas para el crecimiento a largo plazo, mientras que la otra mitad cree que la empresa realiza estas inversiones con cierta frecuencia o siempre. Esto sugiere una división en la percepción de la estrategia de inversión de la empresa. Sería importante considerar las opiniones de ambos grupos al tomar decisiones relacionadas con las inversiones estratégicas y la planificación del crecimiento a largo plazo.

La opción más seleccionada, el 40% de los encuestados indicó que la empresa frecuentemente aplica sistemas de control de costos. Esto sugiere que una parte importante de las pequeñas empresas en la muestra utiliza estos sistemas de manera regular y consistente para gestionar sus costos, El 25% de los encuestados señaló que la empresa a veces y siempre aplica sistemas de control de costos y un 9% de los encuestados respondió que la empresa rara vez aplica sistemas de control de costos. Esto implica que un porcentaje bajo de las empresas utiliza estos sistemas de manera ocasional o en situaciones específicas.

Una parte significativa de las pequeñas empresas encuestadas utiliza sistemas de control de costos de manera frecuente. Esto indica que estas empresas están comprometidas con la gestión eficiente de sus gastos y recursos, lo que les permite mantener un mejor control sobre sus costos operativos y financieros, sin embargo, también señalan que hay una minoría que no da la misma prioridad a esta práctica, lo que puede tener implicaciones para su eficiencia operativa y sostenibilidad financiera.

La opción más seleccionada, el 49% de los encuestados respondió que las pequeñas empresas siempre da seguimiento al cumplimiento de su presupuesto. Esto indica que la mitad de las empresas encuestadas tiene un enfoque muy sólido en el monitoreo continuo de su presupuesto para asegurar un control financiero efectivo, El 38% de los encuestados señaló que la empresa frecuentemente da seguimiento al cumplimiento de su presupuesto, El 7% de los encuestados respondió que la empresa rara vez da seguimiento al cumplimiento de su presupuesto y solo el 6% de los encuestados indicó que la empresa a veces da seguimiento al cumplimiento de su presupuesto. Esto significa que un número muy reducido de empresas realiza el seguimiento de manera intermitente.

Las empresas encuestadas dan seguimiento al cumplimiento de su presupuesto de manera regular y consistente. La opción más común es "Siempre", lo que indica que la mitad de las empresas adoptan un enfoque proactivo y constante para monitorear sus finanzas. Por otro lado, un porcentaje relativamente bajo de empresas seleccionó las opciones "Rara vez" y "A veces", lo que sugiere que tendrían que mejorar seguimiento financiero en algunas pequeñas empresas.

El 49% de los encuestados indicó que la empresa frecuentemente optimiza los flujos de efectivo. Esta opción muestra que una parte importante de las empresas en la muestra realiza esfuerzos constantes y regulares para mejorar sus flujos de efectivo, la opción más seleccionada, el 36% de los encuestados respondió que la empresa siempre optimiza los flujos de efectivo, el 9% a veces, un 4% rara y solo el 2% de los encuestados indicó que la empresa nunca optimiza los flujos de efectivo esto implica que una minoría muy pequeña de las empresas encuestadas no realiza ningún esfuerzo para mejorar o gestionar sus flujos de efectivo.

Las empresas encuestadas demuestran una preocupación y esfuerzo significativo para optimizar sus flujos de efectivo. Sin embargo, también se observa que hay un pequeño porcentaje de las empresas encuestadas que dicen que no realiza ningún esfuerzo para mejorar o gestionar su flujo de caja y optimizar los flujos de efectivo

**7. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez), (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"**

**Tabla 7**

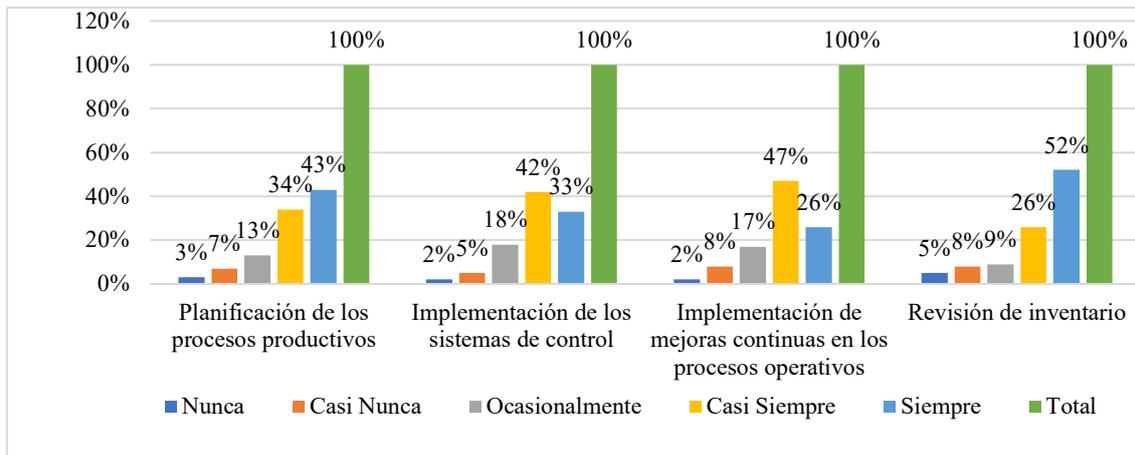
*Gestión De Operaciones*

Variable	Planificación de los procesos productivos	Implementación de los sistemas de control	Implementación de mejoras continuas en los procesos operativos	Revisión de inventario
Nunca	3%	2%	2%	5%
Casi Nunca	7%	5%	8%	8%
Ocasionalmente	13%	18%	17%	9%
Casi Siempre	34%	42%	47%	26%
Siempre	43%	33%	26%	52%
Total	100%	100%	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 8**

*Gestión de operaciones*



La opción más seleccionada, el 43% de los encuestados respondió que la empresa siempre planifica los procesos productivos y los evalúa periódicamente. Esto indica que casi la mitad de las empresas encuestadas tiene un enfoque sólido y continuo en la planificación y evaluación de sus procesos productivos, el 13% ocasionalmente, el 14% de los encuestados señaló que la empresa casi nunca y un 3% de los encuestados respondió que la empresa nunca planifica los procesos productivos y los evalúa periódicamente

La mayoría de las empresas encuestadas planifican los procesos productivos y los evalúan periódicamente. La opción más común es "Siempre", lo que indica que casi la mitad de las empresas tienen un enfoque sólido y constante en estas actividades. Sin embargo, también se observa que un porcentaje menor de empresas que seleccionó las opciones "Nunca", "casi nunca" y "ocasionalmente", lo que indica que hay algunas empresas que no realizan la planificación y evaluación de manera tan frecuente o constante.

El 42% de los encuestados indicó que los sistemas de control de calidad casi siempre han traído resultados positivos. Esta opción muestra que una parte importante de las empresas en la muestra ha obtenido beneficios consistentes y regulares a través de la implementación de estos sistemas, el 33% de los encuestados respondió que los sistemas de control de calidad siempre han traído resultados positivos. Esto indica que un tercio de las empresas encuestadas ha experimentado resultados positivos de manera constante en su funcionamiento, El 18% de los encuestados señaló que los sistemas de control de calidad han traído resultados positivos ocasionalmente, Un 5% y el 2% de los encuestados respondió que los sistemas de control de calidad rara vez y nunca han traído resultados positivos.

La mayoría de las empresas encuestadas ha obtenido resultados positivos a través de los sistemas de control de calidad implementados. Las opciones más comunes son "Casi Siempre" y "Siempre", lo que indica que una parte significativa de las empresas ha experimentado beneficios de manera consistente y regular. Por otro lado, un porcentaje bajo de empresas seleccionó las opciones "Nunca" y "Rara vez", lo que indica que una minoría de las empresas no ha visto resultados positivos a través de los sistemas de control de calidad implementados.

El 47% de los encuestados indicó que las empresas han implementado mejoras continuas en sus procesos operativos casi siempre. Esta opción muestra que una parte importante de las empresas en la muestra ha realizado mejoras de manera consistente y regular en sus procesos operativos, el 26% de los encuestados respondió siempre, el 17% de los encuestados señaló ocasionalmente, el 8% de los encuestados respondió que la empresa casi nunca y el 2 % de los encuestados indicó que la empresa nunca ha implementado mejoras continuas en sus procesos operativos.

La mayoría de las empresas encuestadas ha realizado mejoras continuas en sus procesos operativos. Las opciones más comunes son "Casi Siempre" y "Siempre", lo que indica que una parte significativa de las empresas ha implementado mejoras de manera consistente y regular. En términos generales, estos datos reflejan que la mayoría de las empresas reconoce la importancia de la mejora continua en sus procesos operativos. La mejora continua es una práctica esencial para aumentar la eficiencia, reducir costos, mejorar la calidad de productos o servicios y mantener la competitividad en el mercado. Aquellas empresas que han llevado a cabo mejoras de manera constante están en mejor posición para adaptarse a los cambios en el entorno empresarial y lograr un crecimiento sostenible a lo largo del tiempo.

La opción más seleccionada, el 52% de los encuestados respondió que la empresa siempre realiza revisiones de inventario. Esto indica que más de la mitad de las empresas encuestadas lleva a cabo revisiones de manera constante y sistemática, el 26% casi siempre, el 9% ocasionalmente, el 8 % casi nunca y el 5 % nunca realiza revisiones de inventario.

La mayoría de las empresas encuestadas realiza constantemente revisiones de inventario. La opción más común es "Siempre", lo que indica que más de la mitad de las empresas lleva a cabo estas revisiones de manera regular y consistente. En general, estos datos muestran que la mayoría de las empresas reconoce la importancia de realizar revisiones de inventario de forma constante. La revisión periódica del inventario es

esencial para asegurar la disponibilidad de los productos, evitar excesos o faltantes de stock, y mantener un adecuado control de los recursos y costos asociados.

**8. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez), (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"**

**Tabla 8**

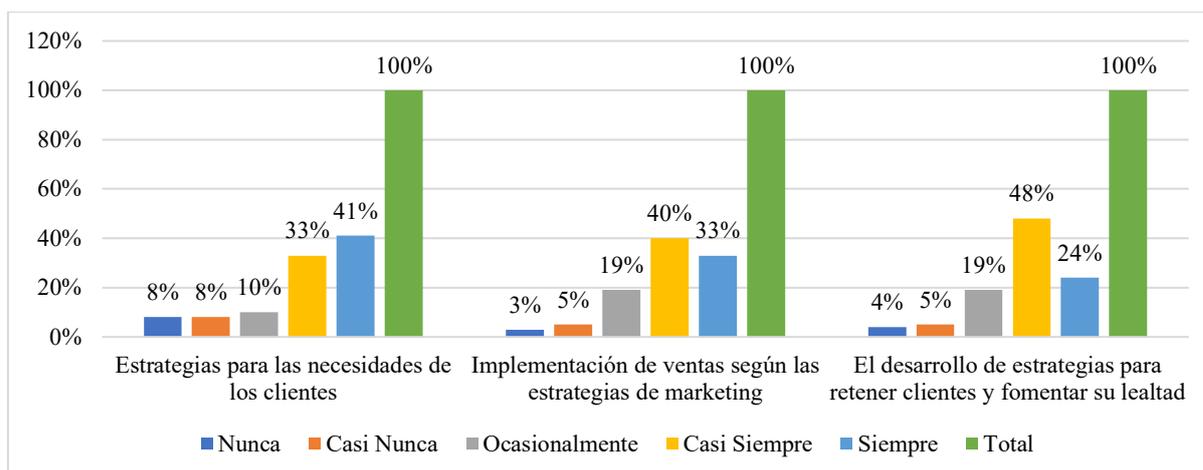
*Gestión del marketing y ventas*

Variable	Estrategias para las necesidades de los clientes	Implementación de ventas según las estrategias de marketing	El desarrollo de estrategias para retener clientes y fomentar su lealtad
Nunca	8%	3%	4%
Casi Nunca	8%	5%	5%
Ocasionalmente	10%	19%	19%
Casi Siempre	33%	40%	48%
Siempre	41%	33%	24%
Total	100%	100%	100%

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 9**

*Gestión de marketing de ventas*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 74% de las empresas encuestadas muestran algún nivel de compromiso con las estrategias de segmentación de mercado, lo que es una señal positiva de adaptabilidad y enfoque en el cliente en la mayoría de las pequeñas empresa, Sin embargo, todavía hay un pequeño porcentaje del 16 % no ha llevado a cabo ningún esfuerzo para segmentar su mercado y abordar las necesidades específicas de los clientes.

La mayoría de las empresas encuestadas ha desarrollado e implementado estrategias de segmentación de mercado para abordar las necesidades de los clientes. La opción más común es "Casi Siempre", lo que indica que más de la mitad de las empresas realiza estas estrategias de manera regular y consistente, estos datos muestran que la mayoría de las empresas reconoce la importancia de la segmentación de mercado para comprender y atender mejor las necesidades de los clientes.

El 33% de las empresas encuestadas informan un impacto positivo en las ventas como resultado de las estrategias de marketing, ya sea de manera consistente u ocasional. El 40% de los encuestados indicó que las estrategias de marketing casi siempre generan más ventas, y el otro 27% de las empresas encuestadas no ha experimentado un aumento en las ventas como resultado de las estrategias de marketing implementadas.

La mayoría de las empresas encuestadas informan que han experimentado aumentos en las ventas debido a las estrategias de marketing, ya sea de manera regular, ocasional o consistente. Solo una minoría relativamente pequeña ha experimentado escasos resultados o ningún resultado positivo en sus ventas debido a las estrategias de marketing implementadas.

El 28% de los encuestados indicó que la empresa no desarrolla estrategias para retener a los clientes existentes y fomentar su lealtad. Esto implica que una proporción significativa de las empresas encuestadas no ha puesto en práctica esfuerzos específicos para mantener la lealtad de sus clientes, sin embargo existe un porcentaje mayoritario en el que si realizan estrategias para fomentar lealtad de sus clientes.

Una parte importante de las empresas encuestadas no desarrolla estrategias constantes para retener a los clientes existentes y fomentar su lealtad, sin embargo un porcentaje considerable seleccionó la opción "Casi Siempre", lo que sugiere que una parte significativa de las empresas realiza esfuerzos regulares para retener a sus clientes y mantenerlos leales a la empresa.

**9. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez), (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"**

**Tabla 9**

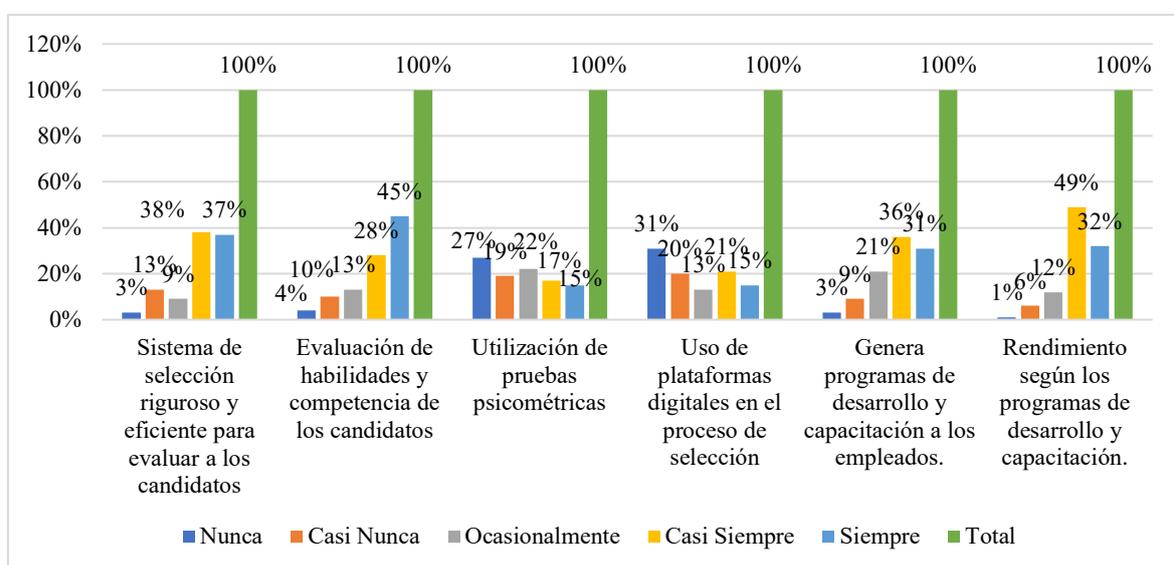
*Talento Especializado*

Variable	Sistema de selección riguroso y eficiente para evaluar a los candidatos	Evaluación de habilidades y competencia de los candidatos	Utilización de pruebas psicométricas	Uso de plataformas digitales en el proceso de selección	Genera programas de desarrollo y capacitación a los empleados.	Rendimiento según los programas de desarrollo y capacitación.
Nunca	3%	4%	27%	31%	3%	1%
Casi Nunca	13%	10%	19%	20%	9%	6%
Ocasionalmente	9%	13%	22%	13%	21%	12%
Casi Siempre	38%	28%	17%	21%	36%	49%
Siempre	37%	45%	15%	15%	31%	32%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 10**

*Talento Especializado*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 75% de las empresas encuestadas demuestran un compromiso sólido con la implementación de un sistema de selección riguroso y eficiente. Esto indica que la gran mayoría de las empresas encuestadas se esfuerza por asegurar la calidad en sus procesos de contratación y el otro 16% de las empresas encuestadas muestran una falta de consistencia o compromiso en la implementación de un sistema de selección riguroso y eficiente.

Una parte significativa de las empresas encuestadas mantiene un sistema de selección riguroso y eficiente para evaluar a los candidatos y tomar decisiones de contratación. Las opciones más comunes son "Siempre" y "Casi Siempre", estos datos muestran que la mayoría de las empresas encuestadas comprenden la importancia de mantener un sistema de selección riguroso y eficiente para asegurar la contratación de candidatos calificados y adecuados para los puestos vacantes.

El 73% de las empresas demuestra un alto grado de importancia y compromiso en la evaluación de las habilidades y competencias de los candidatos. Estas empresas se esfuerzan por garantizar que los candidatos tengan las habilidades necesarias para tener éxito en el puesto y para contribuir al logro de los objetivos organizacionales. El 14% de las empresas enfrenta desafíos en la generación de procesos para evaluar las habilidades y competencias de los candidatos. Esto podría indicar una oportunidad de mejora en su enfoque de selección de personal.

La mayoría de las empresas encuestadas consideran importante la evaluación de habilidades y competencias en sus procesos de selección de personal, llevándola a cabo ya sea de manera constante o casi constante. Sin embargo, también existe un grupo considerable que realiza estas evaluaciones solo ocasionalmente o de manera inconsistente, sin embargo, estos datos muestran que la mayoría de las empresas encuestadas comprende la importancia de evaluar las habilidades y competencias de los candidatos durante el proceso de selección.

El 32% de las empresas encuestadas demuestran un compromiso constante en la utilización de técnicas de evaluación y pruebas psicométricas para identificar al mejor candidato. Esto indica que una proporción significativa de las empresas reconoce y valora la importancia de estas técnicas en el proceso de selección de personal, el 46% de las empresas encuestadas no utiliza o utiliza raramente técnicas de evaluación y pruebas psicométricas para identificar al mejor candidato. Esto refleja una falta de enfoque en la incorporación de estas técnicas en el proceso de selección

Estos resultados revelan que un porcentaje mayoritario de las empresas encuestadas no utiliza o apenas utiliza técnicas de evaluación y pruebas psicométricas en su proceso de selección de personal. Sin embargo, también existe un grupo significativo de empresas que las emplea ocasionalmente o siempre.

El 51% de las empresas encuestadas no utiliza o utiliza raramente plataformas digitales en el proceso de selección de talento humano, esto refleja una falta de adopción de tecnologías digitales en la gestión de recursos humanos y la selección de personal sin

embargo el 36% de las empresas encuestadas demuestra una comprensión sólida y un compromiso significativo en la utilización de plataformas digitales en su proceso de selección de talento humano.

Una proporción considerable de las empresas encuestadas no utiliza de forma frecuente las plataformas digitales en su proceso de selección de talento humano, estos datos muestran que el uso de plataformas digitales en el proceso de selección de talento humano todavía no está ampliamente extendido entre muchas empresas.

El 67% de las empresas encuestadas demuestran un enfoque significativo en la generación de programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal, el 12% de las empresas enfrenta desafíos en la generación de programas de desarrollo y capacitación para su personal. Esto podría indicar una falta de prioridad o recursos asignados para el desarrollo de habilidades de los empleados en estas organizaciones y el 21% de las empresas encuestadas indica que ocasionalmente generan programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal.

La mayoría de las empresas encuestadas ofrece programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal, estos datos muestran que la mayoría de las empresas encuestadas comprende la importancia de ofrecer programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal.

El 81% de los encuestados indicó que la empresa de manera constante genera programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal. Esta opción muestra que una parte significativa de las empresas en la muestra ofrece estos programas de manera regular sin embargo existe un 19% que no genera programas de desarrollo de manera constantes.

La mayoría de las empresas encuestadas ofrece programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal, estos datos muestran que la mayoría de las empresas encuestadas comprende la importancia de ofrecer programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal.

**10. Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"**

**Tabla 10**

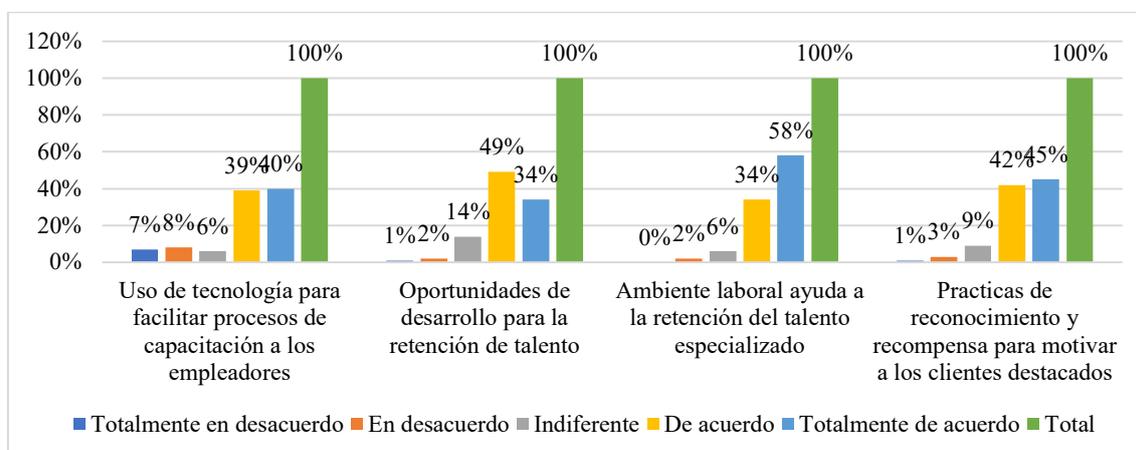
*Capacitación y motivación a los empleados*

Variable	Uso de tecnología para facilitar procesos de capacitación a los empleadores	Oportunidades de desarrollo para la retención de talento	Ambiente laboral ayuda a la retención del talento especializado	Prácticas de reconocimiento y recompensa para motivar a los clientes destacados
Totalmente en desacuerdo	7%	1%	0%	1%
En desacuerdo	8%	2%	2%	3%
Indiferente	6%	14%	6%	9%
De acuerdo	39%	49%	34%	42%
Totalmente de acuerdo	40%	34%	58%	45%
Total	100%	100%	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 11**

*Capacitación y motivación en los empleados*



*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

La opción más seleccionada, el 40% de los encuestados respondió que está totalmente de acuerdo con el uso de tecnología en el proceso de capacitación de los empleados. Esto indica que una mayoría considerable de los encuestados considera que la tecnología es una herramienta valiosa para mejorar la capacitación y desarrollo del personal, el 39% de acuerdo, el 6% indiferente, y en desacuerdo el 8% y el 7% totalmente en desacuerdo con el uso de tecnología para facilitar y mejorar el proceso de capacitación de los empleados

La mayoría de los encuestados está de acuerdo con el uso de tecnología como herramienta para facilitar y mejorar el proceso de capacitación de los empleados y desarrollar sus capacidades y habilidades.

Este grupo mayoritario 83% muestra una percepción positiva o neutral hacia las oportunidades de desarrollo ofrecidas por la empresa como parte de su estrategia de retención de talento, el otro 3% tiene una percepción negativa o crítica hacia las oportunidades de desarrollo ofrecidas por la empresa. Es importante considerar las opiniones de este grupo para abordar posibles áreas de mejora en la estrategia de retención y desarrollo de la empresa.

Una mayoría significativa de los encuestados muestra una percepción positiva o neutral hacia oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional y a su vez como una estrategia para retener talento.

El 92% de los encuestados respondió que la empresa brinda un ambiente laboral positivo y saludable que contribuye a la retención del talento especializado, sin embargo existe un valor del 8% que sus respuestas fueron opuestas.

La mayoría de pequeñas empresas brinda un ambiente laboral positivo y saludable que contribuye a la retención del talento especializado, estos datos muestran que la mayoría de los encuestados reconoce que un ambiente laboral positivo y saludable es un aspecto importante para retener a profesionales especializados en la empresa.

El 87% de los encuestados respondió que está totalmente de acuerdo con que la empresa realiza prácticas de reconocimiento y recompensa para motivar y retener a los empleados destacados. Sin embargo, existe otro 13% que no se encuentra de acuerdo con que la empresa realice prácticas de reconocimiento y recompensa para motivar y retener a los empleados destacados.

Una mayoría significativa de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la empresa realice prácticas de reconocimiento y recompensa para motivar y retener a los empleados destacados. Estas respuestas sugieren que una parte importante de los encuestados valora la importancia de reconocer y recompensar el desempeño sobresaliente como una estrategia para mantener a los empleados motivados y comprometidos, estas prácticas pueden tener un impacto positivo en el compromiso y satisfacción de los empleados, lo que a su vez puede contribuir a reducir la rotación de personal y atraer a profesionales destacados al equipo.

**11. Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"**

Financiamiento

**Tabla 11**

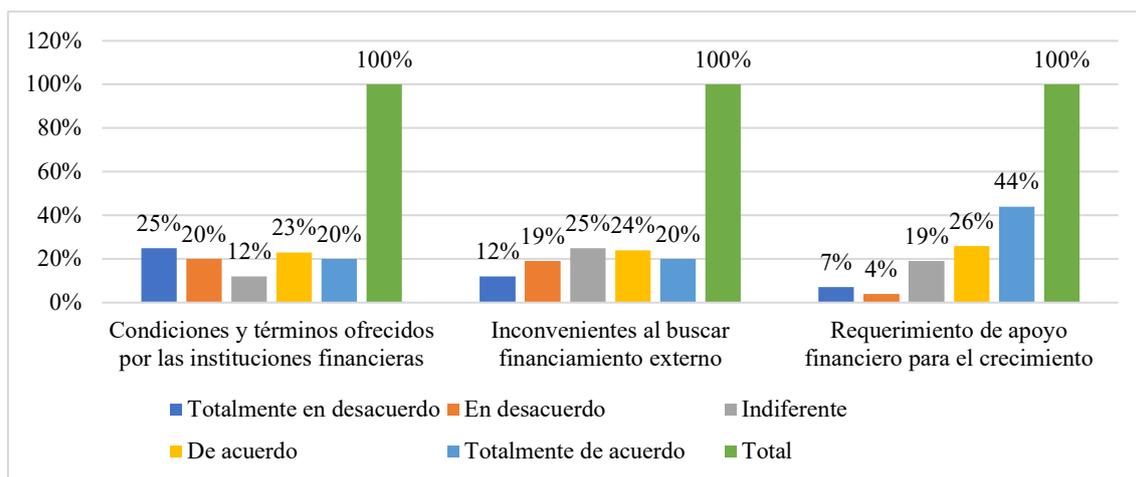
*Acceso a financiamiento*

Variable	Condiciones y términos ofrecidos por las instituciones financieras	Inconvenientes al buscar financiamiento externo	Requerimiento de apoyo financiero para el crecimiento
Totalmente en desacuerdo	25%	12%	7%
En desacuerdo	20%	19%	4%
Indiferente	12%	25%	19%
De acuerdo	23%	24%	26%
Totalmente de acuerdo	20%	20%	44%
Total	100%	100%	100%

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 12**

*Acceso a financiamiento*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

Casi la mitad de los encuestados con un 43% están satisfechos con las condiciones y términos de financiamiento, se podrían considerar que las condiciones son justas, asequibles y favorables para sus necesidades financieras, sin embargo existe otro 45% no están satisfechos con las condiciones y términos de financiamiento.

Las opiniones de los encuestados sobre las condiciones y términos ofrecidos por las instituciones financieras o inversores externos para acceder al financiamiento

necesario están bastante divididas entre los encuestados que están satisfechos con las condiciones de financiamiento y aquellos que no lo están, esto sugiere que hay una diversidad de opiniones sobre la satisfacción con las condiciones de financiamiento.

El 25% de los encuestados indicó que se mantiene indiferente respecto a si la empresa ha tenido inconvenientes al buscar financiamiento externo. Esta opción sugiere que una proporción considerable de los encuestados no tiene una opinión definida sobre si ha habido dificultades en la obtención de financiamiento externo, sin embargo el 44% ha tenido algunos inconvenientes al buscar financiamiento, y el otro 31% de los encuestados no ha dificultades para obtener financiamiento externo.

Las opiniones de los encuestados sobre si la empresa ha tenido inconvenientes al buscar financiamiento externo están divididas. Un porcentaje similar de encuestados está en cada extremo de la escala, esto sugiere que hay una diversidad de opiniones sobre si ha habido dificultades en la búsqueda de financiamiento externo estos datos muestran que hay opiniones divididas sobre si la empresa ha tenido inconvenientes al buscar financiamiento externo.

El 70% de los encuestados considera con que la empresa requiere de apoyo financiero o incentivos fiscales del gobierno para impulsar su crecimiento y desarrollo, una minoría del 11% de los encuestados sostiene que la empresa no necesita apoyo financiero para su crecimiento y desarrollo.

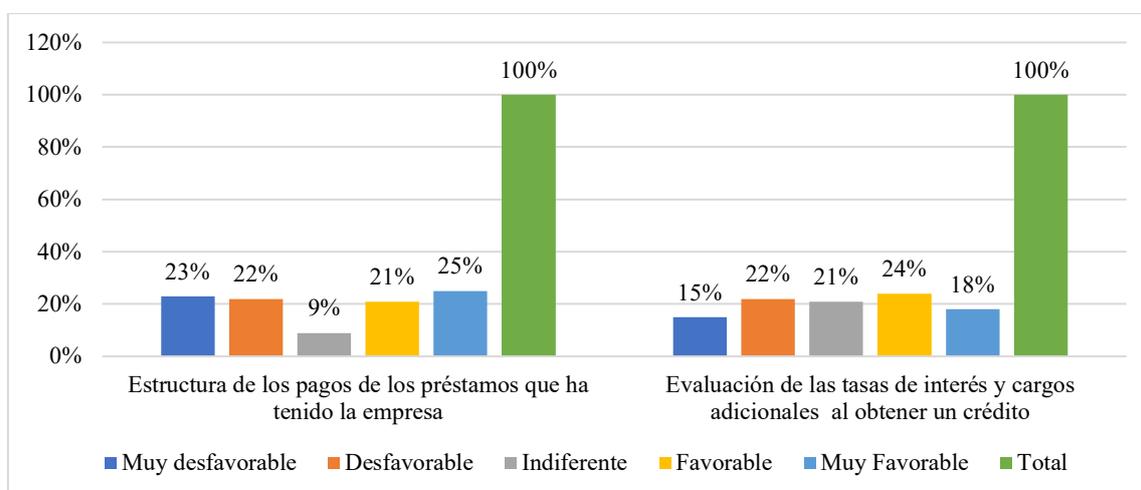
La mayoría de los encuestados sugiere que si requiere de apoyo financiero o incentivos fiscales de entidades gubernamentales para impulsar su crecimiento y desarrollo, y otro porcentaje muy pequeño no necesita de apoyo financiero.

**12. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Muy desfavorable), (2 Desfavorable), (3 Indiferente), (4 Favorable) y (5 Muy Favorable)**

**Tabla 12***Estructura de pagos*

Variable	Estructura de los pagos de los préstamos que ha tenido la empresa	Evaluación de las tasas de interés y cargos adicionales al obtener un crédito
Muy desfavorable	23%	15%
Desfavorable	22%	22%
Indiferente	9%	21%
Favorable	21%	24%
Muy Favorable	25%	18%
Total	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 13***Estructura de pagos*

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 46% de los encuestados calificó las tasas de interés y cargos adicionales como tiene opiniones positivas sobre las tasas de interés y cargos adicionales. Esta categoría incluye tanto a quienes consideran las tasas favorables como a los que las encuentran muy satisfactorias. Estos encuestados probablemente estén satisfechos con las condiciones financieras actuales y pueden verlas como razonables y beneficiosas para sus necesidades, sin embargo hay un 45% de los encuestados tiene opiniones negativas sobre las tasas de interés y cargos adicionales, esto incluye a quienes consideran estas condiciones como muy desfavorables y el 9% de los encuestados se mostró indiferente respecto a las tasas de interés y cargos adicionales.

Las opiniones sobre las tasas de interés y cargos adicionales se dividen principalmente en opiniones positivas y negativas. Aproximadamente el 42% de los

encuestados está satisfecho con las condiciones financieras actuales, mientras que alrededor del 37% tiene preocupaciones o considera que las tasas y cargos son desfavorables. El grupo de encuestados indiferentes representa el 15% y puede tener una variedad de interpretaciones sobre las condiciones

### 13. ¿Cómo evalúa la capacidad actual de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos y aprovecharlos en su beneficio?

**Tabla 13**

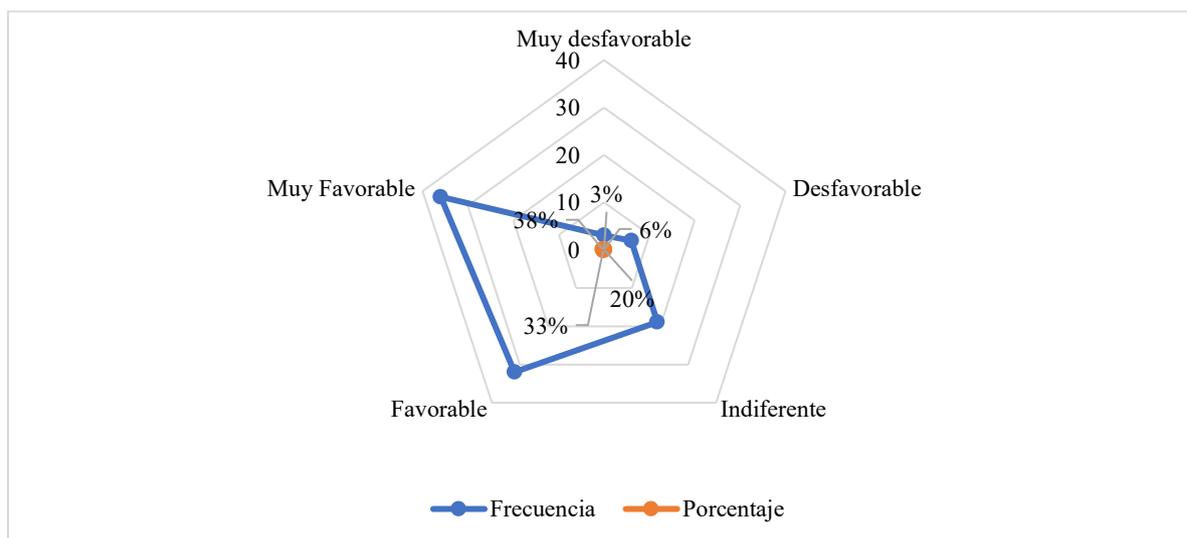
*Capacidad de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy desfavorable	3	3%
Desfavorable	6	6%
Indiferente	19	20%
Favorable	32	33%
Muy Favorable	36	38%
Total	96	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 14**

*Capacidad de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos*



*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

Un 71% de los encuestados tiene opiniones positivas sobre la capacidad actual de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos y beneficiarse de ellos. Esto incluye tanto a quienes consideran la capacidad como muy favorable como a quienes la ven como favorable. Estos encuestados están generalmente satisfechos y confían en la capacidad de la empresa para aprovechar las tecnologías y mantenerse competitiva en un entorno en constante cambio y solo el 9% tiene opiniones negativas sobre la capacidad actual de la

empresa. Esto incluye tanto a quienes consideran la capacidad como muy desfavorable como a quienes la ven como desfavorable y el 20% que prefiere no dar ninguna opinión acerca de la capacidad tecnológica de la empresa.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados califican favorablemente la capacidad actual de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos. Solo una minoría tiene calificaciones negativas, lo que indica que la empresa está generalmente bien percibida en este aspecto. Sin embargo, aún hay un grupo (21%) que se muestra indiferente

**14. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (2 En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"**

**Tabla 14**

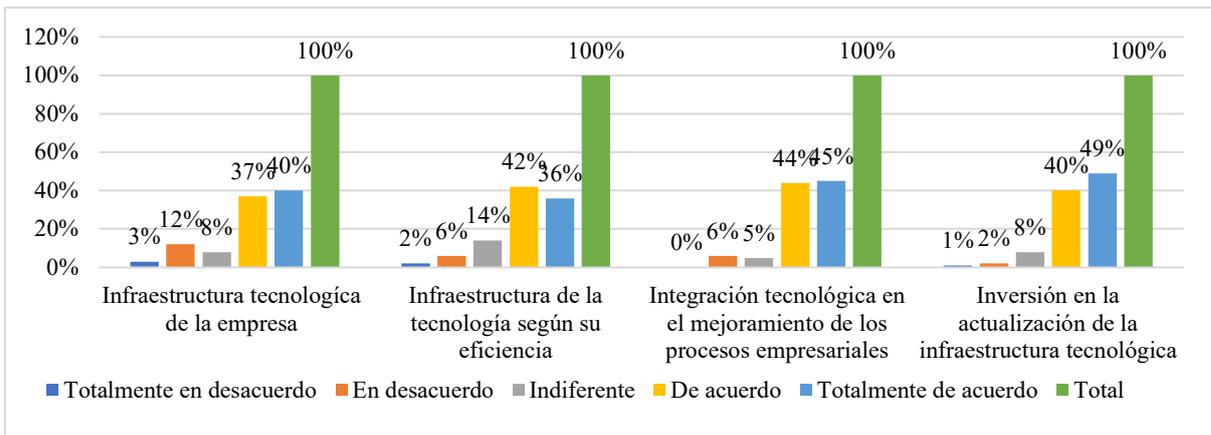
*Tecnología*

Variable	Infraestructura tecnológica de la empresa	Infraestructura de la tecnología según su eficiencia	Integración tecnológica en el mejoramiento de los procesos empresariales	Inversión en la actualización de la infraestructura tecnológica
Totalmente en desacuerdo	3%	2%	0%	1%
En desacuerdo	12%	6%	6%	2%
Indiferente	8%	14%	5%	8%
De acuerdo	37%	42%	44%	40%
Totalmente de acuerdo	40%	36%	45%	49%
Total	100%	100%	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 15**

*Tecnología*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

La mayoría de los encuestados (77%) está de acuerdo en que la infraestructura tecnológica es esencial para el crecimiento y la mejora de la empresa tecnológica como un elemento esencial y altamente beneficioso para el crecimiento de la empresa. Solo una pequeña minoría (15%) está en desacuerdo con esta afirmación, y un grupo aún más pequeño (8%) se muestra indiferente.

La gran mayoría de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la idea de que la infraestructura tecnológica de la empresa facilita su desarrollo y actualización. Esto indica que la empresa ha logrado, en general, implementar una infraestructura tecnológica que es percibida como beneficiosa por la mayoría de sus encuestados. Aunque hay un pequeño porcentaje que no está de acuerdo con la afirmación, es una minoría en comparación con aquellos que ven la infraestructura tecnológica de manera positiva.

El 78% de los encuestados está de acuerdo en que la infraestructura tecnológica contribuye positivamente al funcionamiento eficiente de la empresa, solo el 8% de los encuestados está en desacuerdo con la idea de que la infraestructura tecnológica contribuye al funcionamiento eficiente de la empresa y un 14% de los encuestados se muestra indiferente hacia la infraestructura tecnológica de la empresa ya que no se encuentran en una posición clara a favor o en contra.

La gran mayoría de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la idea de que la infraestructura tecnológica es favorable para el funcionamiento eficiente de la empresa. Esto indica que la mayoría de los encuestados percibe la infraestructura tecnológica como un activo importante que contribuye positivamente al rendimiento y eficiencia operativa de la empresa. Aunque hay un pequeño porcentaje que no está de

acuerdo con la afirmación, es una minoría en comparación con aquellos que ven la infraestructura tecnológica de manera positiva.

El 89% de los encuestados está de acuerdo en que la integración tecnológica puede mejorar la eficiencia en los procesos empresariales, esto sugiere que la gran mayoría de los encuestados ven la tecnología como una herramienta clave para mejorar la eficiencia en la empresa, solo el 6% de los encuestados está en desacuerdo con la idea de que la integración tecnológica puede mejorar la eficiencia de los procesos empresariales, esta cifra es relativamente baja y sugiere que una minoría considera que la tecnología no es un factor significativo para la mejora de la eficiencia y un 5% se encuentra indiferente no muestran una posición clara a favor o en contra.

La mayoría de los encuestados De acuerdo y Totalmente de acuerdo perciben que la integración tecnológica puede tener un impacto positivo en la mejora de la eficiencia de los procesos empresariales. Sin embargo, un pequeño porcentaje esta en desacuerdo no comparte esta visión, y un grupo aún más reducido indiferente no tiene una opinión definida al respecto.

El 989% de los encuestados está de acuerdo en que la empresa debe invertir en la actualización y mejora de la infraestructura tecnológica para facilitar los procesos empresariales. Solo un 2% está en desacuerdo con esta afirmación, y un 8% tiene dudas sobre la necesidad de invertir en infraestructura tecnológica.

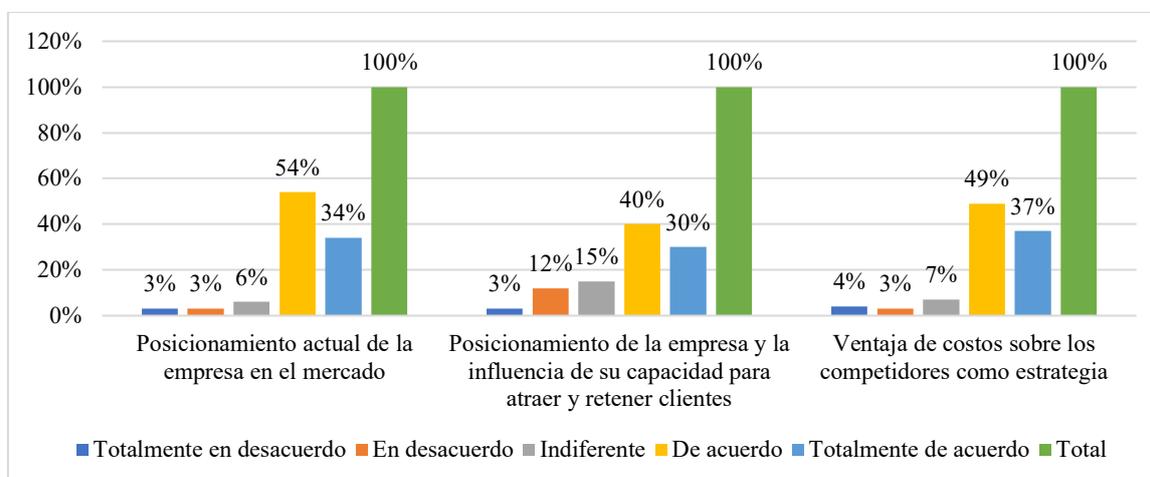
Estos datos muestran que la gran mayoría de los encuestados están a favor de que la empresa invierta en la actualización y mejora de su infraestructura tecnológica para mejorar y facilitar los procesos empresariales. Es posible que la inversión en tecnología sea vista como una oportunidad para aumentar la eficiencia, productividad y competitividad de la empresa, y también como una forma de mantenerse actualizados con las tendencias y avances tecnológicos en el mercado actual, sin embargo hay una minoría muy pequeña que no comparte esta perspectiva.

**15. "Nivel de evaluación según s u criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"**

**Tabla 15***Competencia*

Variable	Posicionamiento actual de la empresa en el mercado	Posicionamiento de la empresa y la influencia de su capacidad para atraer y retener clientes	Ventaja de costos sobre los competidores como estrategia
Totalmente en desacuerdo	3%	3%	4%
En desacuerdo	3%	12%	3%
Indiferente	6%	15%	7%
De acuerdo	54%	40%	49%
Totalmente de acuerdo	34%	30%	37%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 16***Competencia*

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 88% de los encuestados tiene una opinión positiva sobre el actual posicionamiento de la empresa en el mercado. Solo un 3% está en desacuerdo con este posicionamiento, y un 6% se muestra indiferente, lo que sugiere que una minoría tiene algunas objeciones con respecto al posicionamiento actual de la empresa.

Estos datos indican que la mayoría de los encuestados tienen una percepción favorable del actual posicionamiento de la empresa en el mercado, con una minoría muy pequeña que no comparte esta perspectiva.

El 70 % de los encuestados ve una conexión entre el posicionamiento de la empresa en el mercado y su capacidad para atraer y retener clientes, una minoría (15%)

tiene dudas sobre esta conexión, y un grupo relativamente grande (15%) se muestra indiferente.

La mayoría de los encuestados considera que el posicionamiento de la empresa en el mercado influye en su capacidad para atraer y retener clientes. Esto indica que existe una percepción generalizada de que el posicionamiento es importante para lograr una ventaja competitiva y ganarse la confianza y preferencia de los clientes, sin embargo, es importante destacar que una parte significativa todavía tiene dudas o no está convencida completamente de esta conexión.

Una gran mayoría de los encuestados (86%) considera relevante tener una ventaja de costos en su estrategia competitiva. Solo una minoría (7%) tiene dudas sobre esta relevancia, y un grupo relativamente pequeño (7%) se muestra indiferente, este porcentaje es bajo y muestra que solo una pequeña proporción de la muestra no considera la ventaja de costos como un factor importante en su estrategia.

El análisis de los datos indica que existe una diversidad de opiniones en cuanto a la importancia de tener una ventaja de costos sobre los competidores en la estrategia competitiva de una empresa, más de la mitad de los encuestados considera que es importante tener una ventaja de costos en su estrategia competitiva. Sin embargo, también es notable que una parte de los encuestados no tiene opiniones variadas o no considera la ventaja de costos como un factor clave en su estrategia.

**16. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (2 En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"**

**Tabla 16**

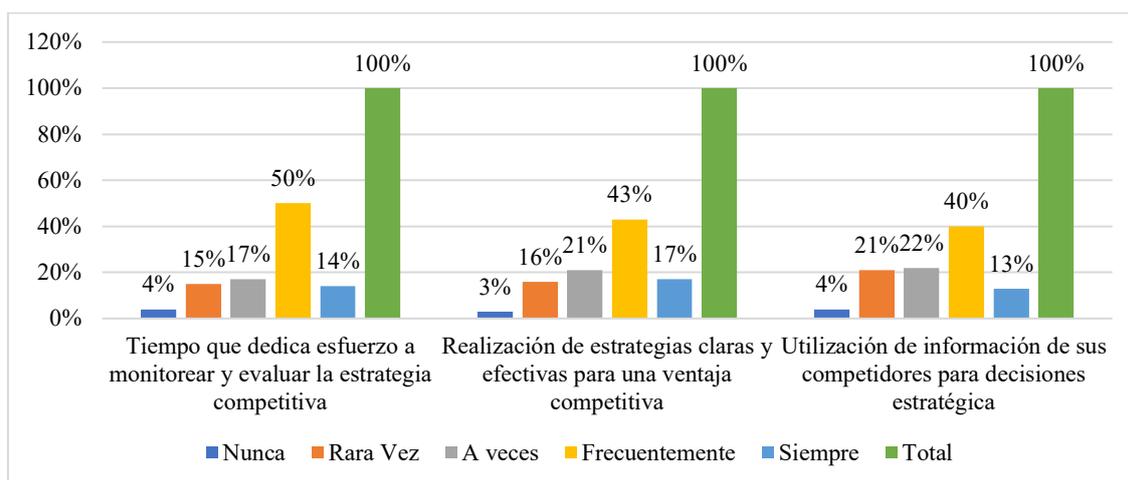
*Competencia estratégica*

Variable	Tiempo que dedica esfuerzo a monitorear y evaluar la estrategia competitiva	Realización de estrategias claras y efectivas para una ventaja competitiva	Utilización de información de sus competidores para decisiones estratégicas
Nunca	4%	3%	4%
Rara Vez	15%	16%	21%
A veces	17%	21%	22%
Frecuentemente	50%	43%	40%
Siempre	14%	17%	13%
Total	100%	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 17**

*Competencia estratégica*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

Una mayoría significativa de los encuestados (64%) dedica esfuerzo a monitorear y evaluar la efectividad de la estrategia competitiva de la empresa con frecuencia o siempre. Solo una minoría (36%) rara vez, nunca o a veces realiza estas evaluaciones. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados considera importante realizar evaluaciones regulares de la estrategia competitiva.

Los datos indica que la mayoría de los encuestados dedica esfuerzo a monitorear y evaluar la efectividad de la estrategia competitiva de la empresa. Esto sugiere que la mayoría de las empresas encuestadas comprende la importancia de evaluar, sin embargo, también es relevante notar que un porcentaje no despreciable se encuentra entre nunca, rara vez y a veces

El 60% de los encuestados considera que la empresa realiza estrategias claras y efectivas con frecuencia o siempre para diferenciarse y obtener una ventaja competitiva en el mercado y el 40% de los encuestados rara vez, nunca o a veces considera que la empresa realiza estrategias claras y efectivas para diferenciarse y obtener una ventaja competitiva en el mercado. Esto indica que una minoría tiene una percepción negativa o menos positiva sobre la implementación de estas estrategias.

Los datos indican que la mayoría de los encuestados muestran que tiene una percepción positiva sobre la capacidad de la empresa para desarrollar y ejecutar estrategias competitivas. Sin embargo, también es relevante notar que un porcentaje considerable entre nunca, rara vez y a veces tiene una percepción menos positiva sobre la frecuencia de implementación de estas estrategias.

El 53% de los encuestados cree que la empresa utiliza frecuentemente o siempre la información de sus competidores para tomar decisiones estratégicas, y el 47% de los encuestados rara vez, nunca o a veces cree que la empresa utiliza la información de sus competidores para tomar decisiones estratégicas. Esto indica que una minoría tiene una percepción menos positiva sobre el uso de la información competitiva en la toma de decisiones estratégicas.

Una gran mayoría de los encuestados considera que la empresa hace un uso regular de la información competitiva en su toma de decisiones Sin embargo, también es relevante notar que un porcentaje significativo entre nunca, rara vez y a veces tiene una percepción menos positiva sobre la frecuencia de utilización de la información de competidores. Esto indica que hay una proporción considerable de encuestados que cree que la empresa podría mejorar en este aspecto y hacer un uso más consistente de la información competitiva en su toma de decisiones estratégicas.

**17. ¿Considera que el análisis de la competencia es esencial para el éxito y la supervivencia de la empresa en el mercado actual?**

**Tabla 17**

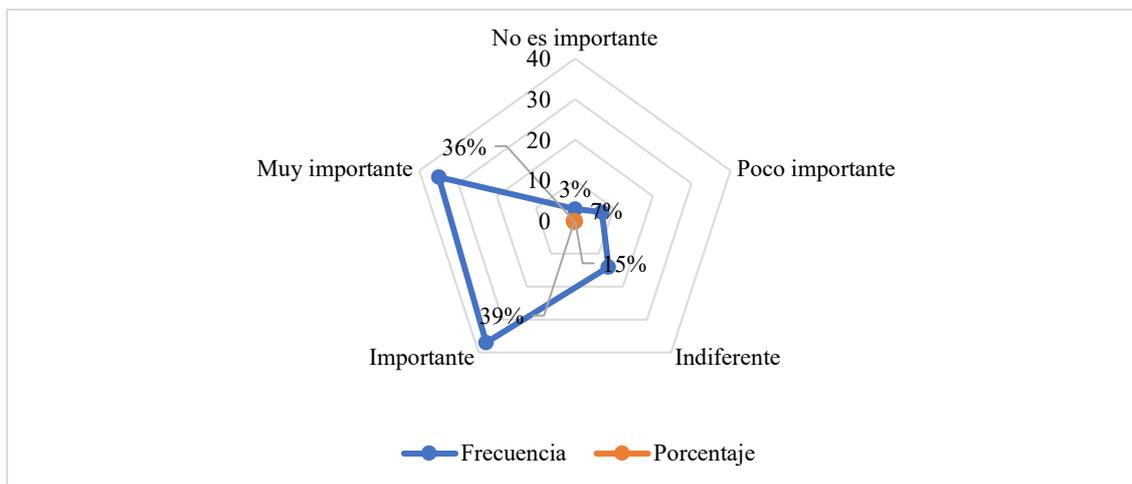
*Análisis de la competencia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No es importante	3	3%
Poco importante	7	7%
Indiferente	14	15%
Importante	37	39%
Muy importante	35	36%
Total	96	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 18**

*Análisis de la competencia*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 75% de los encuestados considera que el análisis de la competencia es importante o muy importante para el éxito y supervivencia de la empresa en el mercado, el 10% tiene una opiniones opuestas, sin embargo tambien existe un 15% que se muestras indiferente.

Los datos indican que una mayoría significativa de los encuestados considera que el análisis de la competencia es esencial para el éxito y supervivencia de la empresa en el mercado actual. Esto sugiere que la mayoría de la muestra valora la importancia de conocer a los competidores y adaptar sus estrategias en consecuencia. Sin embargo, también es relevante notar que un porcentaje no despreciable entre no es importante, poco importante e indiferente no tiene una percepción tan positiva sobre la relevancia del análisis competitivo.

### 18. ¿La empresa realiza recopilación continua y análisis de información sobre los competidores en el mercado, sobre productos, precios, estrategias de marketing, fortalezas y debilidades?

**Tabla 18**

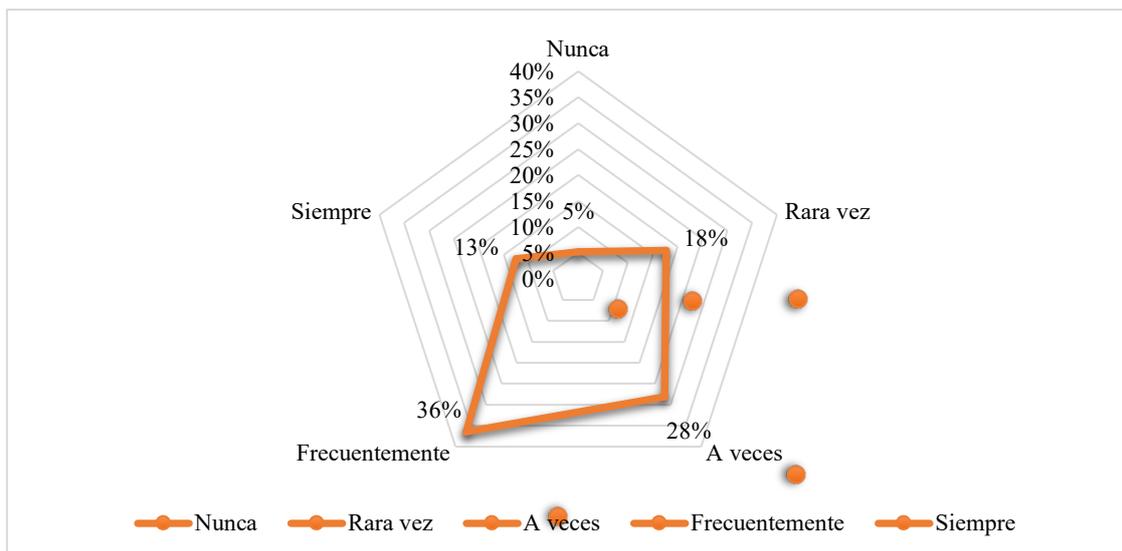
*Análisis de la competencia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	5%
Rara vez	17	18%
A veces	27	28%
Frecuentemente	35	36%
Siempre	12	13%
Total	96	100%

**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 19**

*Análisis de la competencia*



El 49% de los encuestados considera que la empresa realiza la recopilación y análisis de información sobre los competidores en el mercado con frecuencia o siempre y la otra minoría del 51% considera que la empresa rara vez, nunca o en ocasiones realiza esta actividad. Estos resultados que las opciones están divididas.

Esto sugiere que la mayoría de la muestra considera que la empresa está activamente involucrada en la recopilación de información competitiva. Sin embargo, también es relevante notar que un porcentaje no despreciable entre nunca, rara vez y a veces tiene una percepción menos positiva sobre la frecuencia de realización de esta actividad. Esto indica que hay una proporción considerable de encuestados que cree que la empresa podría mejorar en este aspecto y hacer un uso más consistente de la información competitiva en su toma de decisiones estratégicas.

### 19. ¿Considera que el cumplimiento normativo es fundamental para el funcionamiento ético y legal de la empresa?

**Tabla 19**

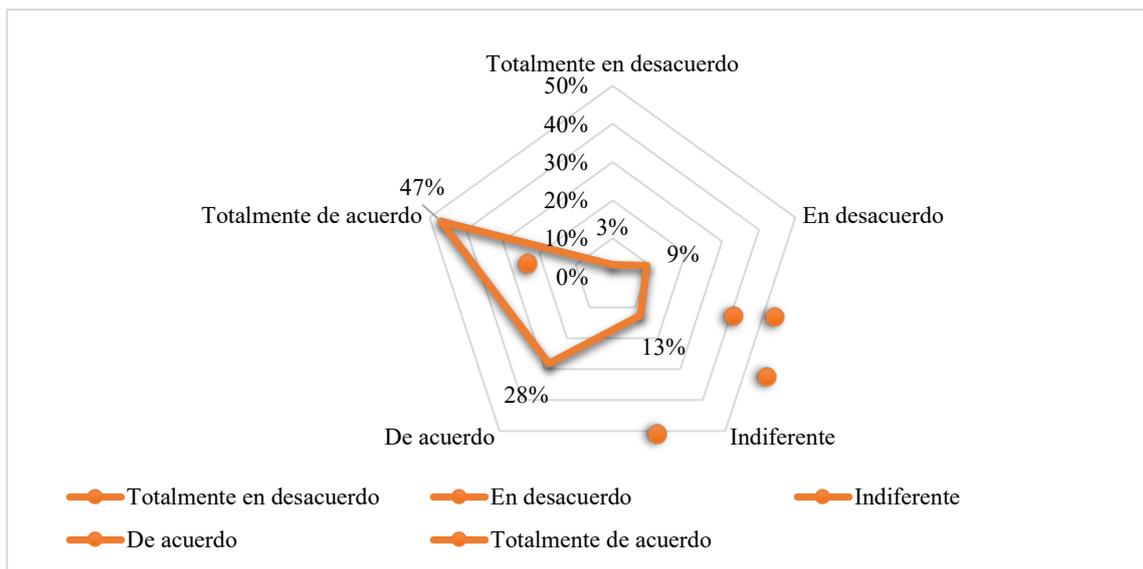
*Cumplimiento normativo*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	3%
En desacuerdo	9	9%
Indiferente	12	13%
De acuerdo	27	28%
Totalmente de acuerdo	45	47%
Total	96	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 20**

*Cumplimiento normativo*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

La gran mayoría de los encuestados (75%) está de acuerdo con la idea de que el cumplimiento normativo es fundamental para el funcionamiento ético y legal de la empresa. Una minoría (12%) está en desacuerdo. Estos resultados refuerzan que la mayoría de los encuestados valora la importancia del cumplimiento normativo en el funcionamiento de la empresa y el 13% se encuentran con una respuesta neutral.

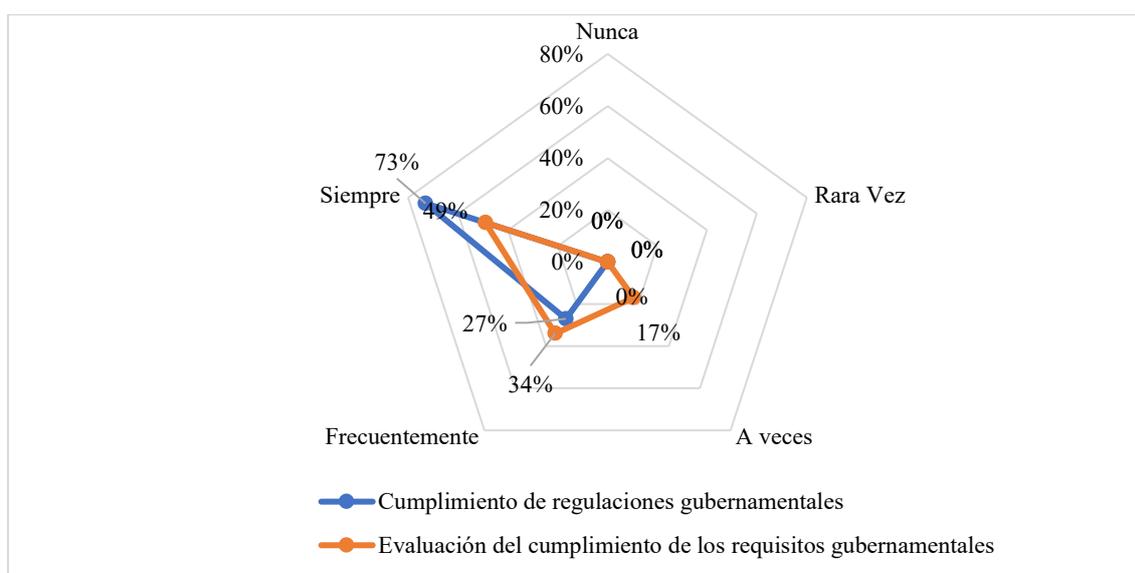
Los datos indica que una gran mayoría de los encuestados considera que el cumplimiento normativo es fundamental para el funcionamiento ético y legal de la empresa, esto sugiere que la mayoría de la muestra valora la importancia de cumplir con las normas y regulaciones para asegurar un comportamiento ético y legal. Sin embargo, también es relevante notar que una parte no despreciable entre en desacuerdo e indiferente no comparte esta percepción o no está completamente convencida sobre la importancia del cumplimiento normativo.

**20. "Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez) (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)" poner pregunta**

**Tabla 20***Regulaciones gubernamentales*

Variable	Cumplimiento de regulaciones gubernamentales	Evaluación del cumplimiento de los requisitos gubernamentales
Nunca	0%	0%
Rara Vez	0%	0%
A veces	0%	17%
Frecuentemente	27%	34%
Siempre	73%	49%
Total	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 21***Regulaciones Gubernamentales*

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

El 73% de los encuestados considera que la empresa siempre cumple con las leyes y regulaciones gubernamentales relevantes en su sector. Este es el porcentaje más alto y muestra que la gran mayoría de la muestra tiene una percepción muy positiva sobre el cumplimiento de la empresa con los requisitos legales y regulatorios, el 27% de los encuestados considera que la empresa cumple con las leyes y regulaciones gubernamentales relevantes en su sector con frecuencia. Aunque es un porcentaje significativo, es el más bajo en esta serie de datos y muestra que una proporción considerable de la muestra cree que la empresa cumple de manera regular con los requisitos legales y regulatorios aplicables.

Los datos indican que una gran mayoría de los encuestados siempre tiene una percepción muy positiva sobre el cumplimiento de la empresa con las leyes y regulaciones gubernamentales relevantes en su sector, cumpliendo con los requisitos legales y regulatorios aplicables. Es notable que ningún encuestado considera que la empresa no cumple nunca, rara vez o a veces con los requisitos legales y regulatorios, lo que indica que la percepción general es altamente positiva en cuanto al cumplimiento normativo de la empresa.

El 49% de los encuestados considera que la empresa siempre evalúa el cumplimiento ante los organismos de control y toma medidas correctivas cuando es necesario. Este es el porcentaje más alto y muestra que la mayoría de la muestra tiene una percepción muy positiva sobre la constante evaluación y corrección del cumplimiento por parte de la empresa, el 34 % frecuentemente, el 17% a veces.

Los datos indica que la mayoría de los encuestados siempre frecuentemente tiene una percepción muy positiva sobre la constante evaluación del cumplimiento y la toma de medidas correctivas por parte de la empresa ante los organismos de control. Esto sugiere que una gran parte de la muestra cree que la empresa toma acciones proactivas para asegurarse de cumplir con los requisitos establecidos y corregir cualquier desviación cuando es necesario. Es significativo que ningún encuestado considera que la empresa evalúa nunca, rara vez o incluso con indiferencia ante los organismos de control, lo que indica que la percepción general es muy positiva en cuanto a la constante evaluación y corrección del cumplimiento.

## 21. ¿Indique los factores internos que limitan el crecimiento de la empresa?

**Tabla 21**

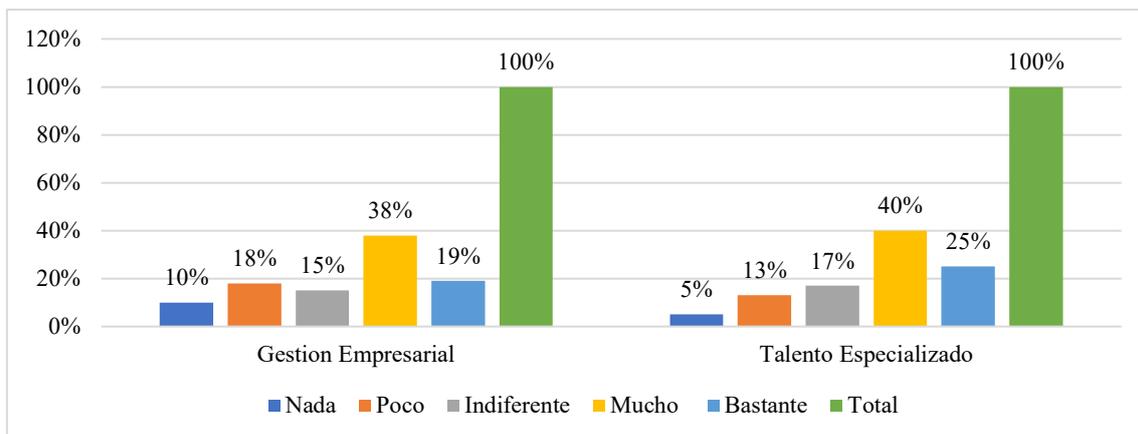
*Factores internos que limitan el crecimiento.*

Variable	Gestión Empresarial	Talento Especializado
Nada	10%	5%
Poco	18%	13%
Indiferente	15%	17%
Mucho	38%	40%
Bastante	19%	25%
Total	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 22**

*Factores internos que limitan el crecimiento*



**Nota.** Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

En total, el 57% (38% + 19%) de los encuestados ve el factor limitante de gestión empresarial como algo que afecta mucho o bastante. Esto sugiere que más de la mitad de las pequeñas empresas encuestadas consideran que la gestión empresarial desempeña un papel significativo en sus operaciones. El 28% de los encuestados expresó que el factor de gestión empresarial afecta entre poco y nada. Aunque no se puede subestimar esta proporción, es importante destacar que no lo consideran un factor tan determinante. El 15% mostró indiferencia hacia el impacto del factor de gestión empresarial. Puede deberse a diversas razones, como falta de conciencia o comprensión sobre el tema, o puede indicar que, para ellos, hay otros factores más críticos para el éxito de sus empresas.

Los datos sugieren que hay una diversidad de opiniones entre los encuestados de pequeñas empresas con respecto al impacto del factor de gestión empresarial. Mientras que una parte significativa lo considera crucial, otra parte lo ve como menos determinante.

En total, el 65% (40% + 25%) de los encuestados ve el factor limitante de talento especializado como algo que afecta mucho o bastante. Esta cifra resalta una preocupación generalizada en la comunidad empresarial respecto a la escasez de talento especializado. Un 18% de los encuestados expresó que el factor limitante de talento especializado afecta entre poco y nada. El 17% mostró indiferencia hacia el impacto del factor limitante de talento especializado. Esto podría deberse a diversas razones, como la percepción de que hay otras limitaciones más importantes o simplemente desconocimiento sobre el impacto real de esta limitación en sus operaciones.

La mayoría de las pequeñas empresas encuestadas ven la falta de talento especializado como un obstáculo importante, ya sea afectando mucho o bastante. Aunque hay un grupo minoritario que piensa que tiene un impacto limitado, y otro que muestra

indiferencia, en general, la preocupación por la escasez de talento especializado es evidente.

## 22. ¿Indique los factores externos que limitan el desarrollo la empresa?

**Tabla 22**

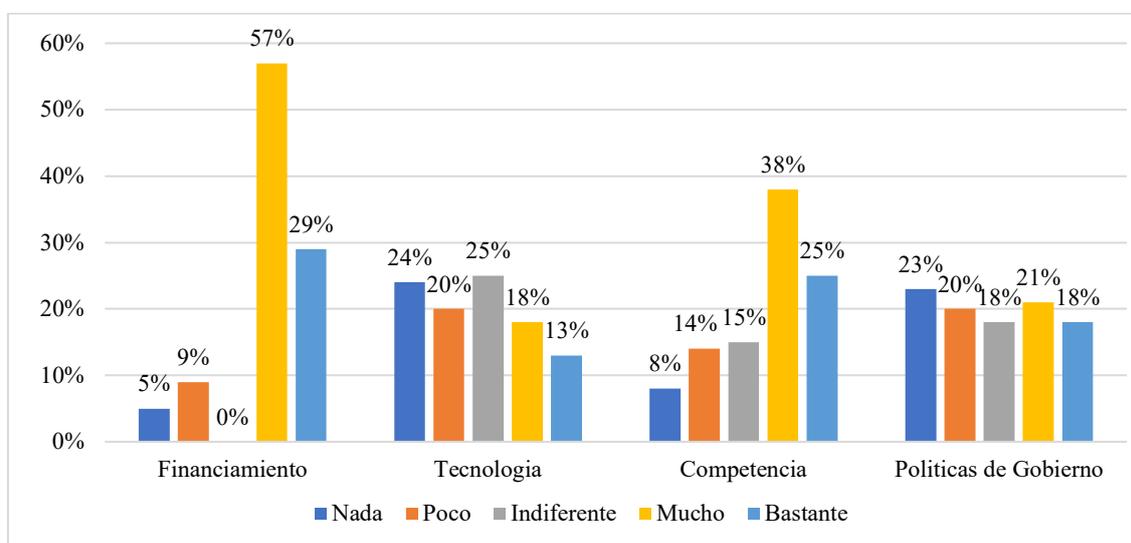
*Factores externos que limitan el desarrollo*

Variable	Financiamiento	Tecnología	Competencia	Políticas de Gobierno
Nada	5%	24%	8%	23%
Poco	9%	20%	14%	20%
Indiferente	0%	25%	15%	18%
Mucho	57%	18%	38%	21%
Bastante	29%	13%	25%	18%
Total	100%	100%	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Figura 23**

*Factores externos que limitan el desarrollo*



*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

Los resultados de la encuesta indican que el factor limitante de financiamiento es una preocupación significativa para los encuestados de pequeñas empresas. Un 57% de ellos afirma que afecta mucho, lo que sugiere que una parte sustancial de estas empresas experimenta desafíos considerables en términos de acceso a financiamiento. Adicionalmente, el 29% indica que el factor afecta bastante, lo que refuerza la idea de que la falta de financiamiento es una limitación importante para un porcentaje significativo de pequeñas empresas. Un 14% de los encuestados señala que el factor

afecta entre poco y nada. Aunque es una proporción menor, esta cifra no debe pasarse por alto, ya que indica que hay algunas empresas que no consideran el financiamiento como un obstáculo significativo en sus operaciones.

Los datos sugieren una preocupación sobre la limitación de financiamiento entre las pequeñas empresas encuestadas, con una mayoría considerable que lo ve como un factor que afecta mucho.

La encuesta muestra que para el 31% de las pequeñas empresas, la limitación tecnológica es un obstáculo. Otro 25% lo considera indiferente. Sin embargo, un 44% opina que afecta entre poco y nada.

Según los resultados las pequeñas empresas encuestadas sobre la limitación tecnológica. Un grupo considerable muestra una preocupación significativa, sugiriendo desafíos en el acceso y la utilización efectiva de la tecnología. Por otro lado, hay un segmento que no considera que la limitación tecnológica sea un obstáculo importante, lo que refleja la variabilidad de opiniones en el sector.

Un 25% de los encuestados indicaron que el factor limitante de competencia afecta bastante. Aunque es menor que el 38%, sigue siendo un porcentaje considerable y muestra que existe una percepción generalizada de que la competencia representa un desafío significativo. Un 22% de los encuestados expresaron que el factor limitante afecta entre poco y nada. El 15% de los encuestados manifestaron indiferencia hacia el factor limitante de competencia. Aunque es el porcentaje más bajo, aún es relevante.

Según los resultados se observa una preocupación significativa, indicando que afecta de manera considerable a sus negocios. Además, se destaca una percepción generalizada de que la competencia representa un desafío importante. Aunque hay opiniones divididas respecto al impacto del factor, una minoría muestra indiferencia, sugiriendo que algunas pequeñas empresas no consideran la competencia como una limitación significativa en su entorno empresarial.

Los datos de la encuesta muestran que, según los encuestados de pequeñas empresas, el factor limitante de políticas gubernamentales afecta significativamente a un 39%. Además, un 43% percibe un impacto entre poco y nada, y un 18% muestra indiferencia hacia este factor.

La interpretación de la encuesta revela que entre los encuestados de pequeñas empresas hay una variabilidad en las percepciones sobre el impacto de las políticas gubernamentales como factor limitante. Mientras algunos experimentan un impacto significativo o considerable, otro grupo percibe un impacto menor.

## **7 Discusión**

La investigación se centra en el análisis de los factores internos y externos que limitan en el crecimiento de las pequeñas empresas en la ciudad de Loja. esta investigación tiene como objetivo investigar los factores que enfrentan estas empresas en su búsqueda de expansión y éxito a largo plazo.

En el panorama económico actual, las pequeñas empresas desempeñan un papel fundamental como motores de la innovación, la creación de empleo y el crecimiento económico. A pesar de su importancia, estas empresas a menudo se enfrentan a desafíos considerables que limitan su capacidad para prosperar y alcanzar su máximo potencial, por lo que investigar estos factores se convierte en algo esencial para comprender las barreras que enfrentan y, en última instancia, idear estrategias efectivas para superarlas.

En este sentido, es esencial examinar detenidamente una serie de factores interrelacionados que han sido identificados como limitantes para el crecimiento de las pequeñas empresas, como se lo menciono anteriormente estos desafíos abarcan desde barreras externas, como el entorno regulatorio y la competencia en el mercado, hasta limitaciones internas, como la falta de talento especializado y la gestión ineficiente.

Con la información encontrada se busca identificar los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas y diseñar estrategias que puedan ayudar a superar los desafíos que enfrentan las pequeñas empresas. Determinando las barreras externas como las limitaciones internas, para idear estrategias innovadoras que permitan a las pequeñas empresas no solo sobrevivir, sino también prosperar en un entorno empresarial cada vez más competitivo. En los próximos apartados, exploraremos más a fondo cada uno de estos factores y consideraremos posibles estrategias para promover el crecimiento sostenible de las pequeñas empresas.

**Objetivo 1.** Identificar los factores internos que limitan el crecimiento de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.

Las pequeñas empresas de la ciudad de Loja desempeñan un papel vital al generar empleo, impulsar la innovación y contribuir al tejido social. Sin embargo, dentro de este escenario, se enfrentan a desafíos que pueden limitar su crecimiento y su capacidad para destacar en el competitivo entorno empresarial. En este apartado, exploraremos dos factores internos críticos que impactan directamente en el crecimiento de estas pequeñas empresas: la gestión empresarial y el talento especializado. Centrándonos en la realidad de Loja, analizaremos cómo estas limitaciones pueden afectar su potencial y consideraremos enfoques para fortalecer estos aspectos clave.

La Gestión Empresarial con un enfoque más efectivo en términos de administración interna puede contribuir a una optimización de los recursos disponibles, una mayor eficiencia en los procesos y una toma de decisiones más informada. Por otro lado, el talento especializado aparece como un factor que también afecta la capacidad de las pequeñas empresas para innovar y avanzar. La falta de perfiles profesionales adecuados puede generar un estancamiento en la implementación de nuevas tecnologías y en la creación de productos o servicios diferenciados. Esto sugiere que es importante enfocarse en mejorar la gestión interna y la atracción de talento especializado para impulsar el crecimiento y el éxito continuo de las pequeñas empresas de la Ciudad De Loja.

Según los autores Ruiz & Marcillo (2022) en su investigación detallan que uno de los factores que limita el desarrollo de las PYMES de Quinindé es la gestión empresarial como su principal obstáculo. La carencia de estructura organizativa y gestión de recursos humanos retrasa el progreso económico y limita el desarrollo de habilidades. Además, el 70% de los encuestados manifiestan carecer de planes de control, no se capacitan en aspectos administrativos y operan sin una visión a largo plazo, lo que obstaculiza su crecimiento sostenible.

Los factores administrativos que limitan el desarrollo de las PYMES están vinculados a la gestión administrativa, aspectos contables y financieros, administración interna y formación. Además, la falta de capacitación y entrenamiento de su equipo de apoyo también constituye una barrera importante expresada por los mismos empresarios, Así mismo, de acuerdo con los informantes, parecería que los empresarios tienen como objetivo común obtener utilidades en el menor tiempo posible sin una visión de largo plazo, la gestión del recurso humano afecta el crecimiento aun siendo informal, la

capacitación a sus trabajadores solo se realiza al inicio del vínculo laboral y los aspectos motivacionales están simplemente relacionados con los pagos extras por cumplimiento del trabajo.

Según Lussier (1996). En su investigación los empresarios informaron que la inexperiencia en el campo de la administración es un factor importante que contribuye al fracaso de las pequeñas empresas.

Al contrastar la información que hemos obtenido y analizado, resulta evidente que también el factor administrativo como la disponibilidad de talento especializado emergen como factores limitantes para el crecimiento de las pequeñas empresas en la ciudad de Loja.

De acuerdo con los resultados de la encuesta llevada a cabo en la ciudad de Loja en las pequeñas empresas, existe un porcentaje significativo que sabe manejar la gestión empresarial, sin embargo, No obstante, también se evidencia otro porcentaje que considera este aspecto como un obstáculo para su crecimiento, para esto se evidencia por medio de la escala Likert en el cual las respuestas de los encuestados señalan que existe un 28% que abarca el nada y poco como limitante, otro 15% que es indiferente, y referente a mucho y bastante existe un 57% siendo este un valor más de la mitad, significado que los encuestados consideran que la gestión empresarial si es un factor limitante para su crecimiento. En relación al factor de talento especializado, un número reducido de empresas lo identifica como una barrera ya que existe un porcentaje del 18% que abarca entre nada y poco, otro 17% que lo ve como un factor indiferente, y un 65% que abarca el mucho y bastante, significando que el factor de talento especializado es considerado como un factor limitante. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la encuesta reveló que una proporción considerable de pequeñas empresas no emplea plataformas digitales ni recurre a evaluaciones psicométricas al momento de contratar nuevo personal ya que la carencia de talento especializado en pequeñas empresas puede resultar perjudicial al limitar su competitividad, capacidad de innovación y eficiencia operativa, dificultando la adaptación tecnológica, reduciendo la calidad de productos y servicios, obstaculizando la toma de decisiones estratégicas informadas y ralentizando el crecimiento, lo que resalta la importancia de contar con personal capacitado para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en un entorno empresarial dinámico y competitivo.

**Tabla 23***Factores internos que limitan el crecimiento*

Variable	Gestión Empresarial	Talento Especializado
Nada	10%	5%
Poco	18%	13%
Indiferente	15%	17%
Mucho	38%	40%
Bastante	19%	25%
Total	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Objetivo 2.** Identificar los factores externos que afectan el desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.

Las pequeñas empresas representan un componente esencial para la economía local y la innovación. Sin embargo, en su camino hacia el desarrollo encuentran barreras externas que influyen en su capacidad para prosperar en un entorno empresarial dinámico y competitivo. En este apartado, identificamos los factores externos que ejercen presión sobre el desarrollo de las pequeñas empresas. Desde las restricciones regulatorias, la competencia en el mercado, las condiciones de financiamiento y los cambios en la tecnología. Se estudio cómo estos factores externos presentan desafíos significativos para el crecimiento de las pequeñas empresas. A través de su análisis, logramos comprender la influencia de estos factores y considerar estrategias que faciliten a las pequeñas empresas no solo que sobrevivan, sino que también se desarrollen en el ámbito empresarial.

Según Beatriz Avolio (2011), el estudio que realizo en el Perú a las pequeñas empresas. El capital es un factor que limita el desarrollo de las MYPES. En efecto, los entrevistados mencionaron que los bancos les brindaron accesos a créditos, pero que estos después no los respaldan para un crecimiento sostenible. A medida que necesitan más financiamiento, enfrentan restricciones más complicadas, en montos y tasas de interés altas, mayores sumas de dinero requieren garantías y formalización. La falta de acceso al financiamiento se identifica como la principal barrera para el crecimiento.

Según los autores Ruiz & Marcillo (2022) en su investigación señalan que la carencia de herramientas tecnológicas automatizadas afecta negativamente las actividades empresariales en cuanto a operaciones y aumento de costos. La falta de financiamiento también influye debido a altas tasas de interés y plazos ajustados, lo que desalienta asumir deudas. Además, las instituciones financieras limitan créditos esenciales y todos los encuestados carecen de conocimiento sobre competencia y normativas.

Según el estudio de Mambula (2002) El apoyo financiero es un problema importante en la gestión y mantenimiento de una pequeña empresa en Nigeria. Algunos de los propietarios afirmaron que es difícil pedir dinero prestado a los bancos porque carecen de garantías. Por otro lado, los préstamos que otorgan las instituciones de microfinanzas son pequeños, con períodos de pago cortos y tasas de interés altas. Los encuestados también se quejaron de que los fondos gubernamentales designados para

pequeñas empresas y desarrollos empresariales se asignan a otros proyectos. Cuando se dan fondos, no se basan en ninguna fórmula o mérito, sino en nepotismo o favoritismo.

Al analizar y comparar la información recopilada, los resultados determinan una similitud entre los factores (financiamiento, tecnología, competencia y las regulaciones) con los factores limitantes identificados como barreras para el desarrollo de las pequeñas empresas en la ciudad de Loja.

El desafío del financiamiento es evidente, ya que la falta de acceso a recursos financieros adecuados puede dificultar la inversión en expansión, innovación y mejoras operativas. La tecnología, por otro lado, se ha convertido en un motor fundamental para el crecimiento empresarial en la actualidad. Las empresas que no logran mantenerse al día con las últimas tendencias tecnológicas podrían quedarse atrás en términos de eficiencia y competitividad.

Además, la competencia en el mercado es un factor constante que las empresas deben enfrentar. La presión competitiva puede afectar la capacidad de una empresa para ganar cuota de mercado y retener a sus clientes, las políticas de gobierno también desempeñan un papel importante al establecer el marco regulatorio en el que operan las empresas. Cambios en las regulaciones o políticas pueden tener implicaciones significativas para la operación y el crecimiento de las empresas.

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada en las pequeñas empresas de la ciudad de Loja revelan varias perspectivas sobre factores claves que afectan su desarrollo. En primer lugar, tenemos al factor de financiamiento, en el cual un 24% las pequeñas empresas dicen que no les afecta, sin embargo, existe un valor del 86% en el cual este factor es un limitante.

También un considerable número de empresas expresó su insatisfacción con las condiciones establecidas por las instituciones financieras al solicitar préstamos. Estas condiciones se perciben como negativas con sus necesidades y se consideran un elemento limitante para su desarrollo. Adicionalmente, se destacó que las tasas de interés aplicadas en estos préstamos son desfavorables para su crecimiento económico, lo que también contribuye a generar percepciones negativas en los empresarios.

En relación a la tecnología, se observa que una parte significativa de las empresas cuenta con una infraestructura tecnológica acorde a sus necesidades, sin embargo, también un porcentaje pequeño del 31% lo considera como un factor limitante, un 44% dicen que les afecta entre poco o nada y el valor restante equivale a indiferente.

En términos de competencia, los resultados indican que un porcentaje mayoritario de empresas le da una alta importancia a la competencia que se genera en su entorno. Estas empresas han optado por abordar de manera seria las estrategias de sus competidores, analizando sus dinámicas y ajustando sus estrategias a las demandas del mercado. Sin embargo, es importante destacar que un pequeño porcentaje del 22% considera que la competencia no es una barrera significativa, sin embargo, el 63% si lo ve como un factor limitante y dificulta su progreso.

Por último, en cuanto a las políticas gubernamentales, se identifica que la gran mayoría de las pequeñas empresas logran cumplir con los requisitos establecidos por el gobierno. Sin embargo, es relevante mencionar que solo un pequeño grupo de empresas que es el 39% considera que estas políticas son un factor limitante en su operación, un 18% lo considera como indiferente y un 43% no lo ve como un factor limitante. Estas políticas gubernamentales pueden ser limitantes para las pequeñas empresas debido a regulaciones y requisitos burocráticos costosos, altos impuestos y barreras de entrada, dificultades en el acceso a financiamiento y programas de apoyo, así como complejidades laborales y de protección al consumidor, lo que afecta su competitividad y crecimiento en comparación con las grandes empresas.

**Tabla 24**

*Factores externos que limitan el desarrollo*

Variable	Financiamiento	Tecnología	Competencia	Políticas de Gobierno
Nada	5%	24%	8%	23%
Poco	9%	20%	14%	20%
Indiferente	0%	25%	15%	18%
Mucho	57%	18%	38%	21%
Bastante	29%	13%	25%	18%
Total	100%	100%	100%	100%

*Nota.* Información recolectada de las encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Loja

**Objetivo 3.** Proponer estrategias empresariales que contribuyan al desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.

En este objetivo, nos adentraremos en proponer estrategias empresariales con el fin de aportar y fomentar el desarrollo de la pequeña empresa.

Thompson (1985), en su obra "Principios y Métodos de la Gestión y Dirección Estratégicas", definen los siguientes términos:

Fortalezas se refieren a las capacidades distintivas que posee la compañía, proporcionándole una posición privilegiada respecto a sus competidores.

Oportunidades se presentan como elementos favorables y explotables en el entorno de operación de la empresa, que pueden llevar a la obtención de ventajas competitivas.

Debilidades hacen referencia a aquellos aspectos que colocan a la empresa en una posición desventajosa frente a la competencia.

Amenazas representan situaciones externas que podrían poner en riesgo incluso la supervivencia misma de la organización.

Para la elaboración de la matriz FODA, se tomó como base en una serie de preguntas dirigidas a las pequeñas empresas, permitiendo así obtener información clave de cada uno de los componentes: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Estas preguntas proporcionaron un marco de referencia para identificar y comprender los aspectos internos y externos que afectan a las pequeñas empresas.

Mediante estas preguntas, fue posible destacar las características distintivas internas de las empresas, como su administración, capacidad de acceso a talento especializado, eficiencia operativa y recursos financieros disponibles. Asimismo, se exploraron elementos externos clave, como la relación con los clientes, la competencia en el mercado, y las tecnologías emergentes. Además, se consideraron diversas variables económicas, políticas y regulatorias que podrían influir en el funcionamiento de las empresas.

**Tabla 25**

FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1. Sistemas de control de costos.		1. Falta de inversiones estratégicas a largo plazo.	
2. Seguimiento al cumplimiento de presupuesto.		2. Falta de utilización de pruebas psicométricas.	
3. Optimización de los flujos de efectivo.		3. Falta el uso de plataformas digitales para contratar personal.	
4. Planificación de los procesos productivos			
5. Implementación de sistemas de control.			
6. Implementación de mejoras continuas en los procesos productivos.			
7. Revisión de inventario.			
8. Estrategias para las necesidades de los clientes.			
9. Sistema de selección riguroso y eficiente para evaluar a los candidatos			
10. Uso de tecnología para capacitar al personal.			
11. Buen clima laboral.			
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1. Expansión de mercado.		1. Falta de financiamiento menos apoyo para las pequeñas empresas.	
2. Demanda insatisfecha		2. Tamaño limitado de las empresas, para ampliar mercado y atraer nuevos clientes.	
3. Acceso a nueva tecnología para mejorar procesos		3. Competencia desleal, desventaja frente a las grandes empresas.	
4. Alianzas estratégicas		4. Regulaciones gubernamentales, que limitan su operación.	
5. Acceso a crédito		5. Falta de educación empresarial.	
6. Desarrollo y habilidad al desarrollo empresarial.			
7. Asesoramiento y asistencia legal para cumplir con los requisitos legales.			
8. Redes con otras empresas para ampliar su mercado y generar crecimiento.			

**Nota:** Tabla construida con la información de la tabla 6 hasta la tabla 21.

En la búsqueda constante por impulsar el desarrollo empresarial en la ciudad de Loja, se ha llevado a cabo un análisis que involucra la intersección de variables cruciales del FODA. Este proceso se trata de entrelazar fortalezas con oportunidades, debilidades con oportunidades, fortalezas con amenazas y debilidades con amenazas, se ha llevado a cabo con el fin de identificar estrategias que ayuden el crecimiento y la prosperidad de las pequeñas empresas, para que as las empresas puedan enfrentar los desafíos con confianza y explotar las oportunidades con visión a largo plazo.

Al cruzar las fortalezas internas con las oportunidades externas, se busca identificar cómo las capacidades internas pueden potenciarse aprovechando las posibilidades del entorno.

Por otro lado, al explorar las debilidades en relación con las oportunidades, se trazan estrategias para mejorar aspectos internos y aprovechar oportunidades externas. Al combinar las fortalezas con las amenazas, se buscan formas de utilizar recursos internos para mitigar riesgos externos.

Finalmente, el análisis de debilidades frente a amenazas señala áreas que requieren atención inmediata, lo que es fundamental para desarrollar estrategias y ayudar a que se minimicen posibles impactos negativos. Este enfoque integral permite a las empresas tomar decisiones informadas para lograr un desarrollo sostenible y resistente en un entorno empresarial en constante cambio.

**Tabla 26**

*FODA contrastado*

<p><b>Pequeñas empresas de la ciudad de Loja.</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistemas de control de costos.</li> <li>2. Seguimiento al cumplimiento de presupuesto.</li> <li>3. Optimización de los flujos de efectivo.</li> <li>4. Planificación de los procesos productivos</li> <li>5. Implementación de sistemas de control.</li> <li>6. Implementación de mejoras continuas en los procesos productivos.</li> <li>7. Revisión de inventario.</li> <li>8. Estrategias para las necesidades de los clientes.</li> <li>9. Sistema de selección riguroso y eficiente para evaluar a los candidatos</li> <li>10. Uso de tecnología para capacitar al personal.</li> <li>11. Buen clima laboral.</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de inversiones estratégicas a largo plazo.</li> <li>2. Falta de utilización de pruebas psicométricas.</li> <li>3. Falta el uso de plataformas digitales para contratar personal.</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Expansión de mercado.</li> <li>2. Demanda insatisfecha</li> </ol>	<p><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar los sistemas de control de costos para facilitar la expansión de mercado. (F1, O1)</li> </ul>	<p><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar nuevos flujos de ingresos que permitan a la empresa financiar proyectos a largo plazo (D1, O1)</li> </ul>

<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Acceso a nueva tecnología para mejorar procesos</li> <li>4. Alianzas estratégicas</li> <li>5. Acceso a crédito</li> <li>6. Desarrollo y habilidad al desarrollo empresarial.</li> <li>7. Asesoramiento y asistencia legal para cumplir con los requisitos legales.</li> <li>8. Redes con otras empresas para ampliar su mercado y generar crecimiento.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar las mejoras continuas en los procesos para atender la demanda insatisfecha. (F6, O2)</li> <li>• Utilizar la tecnología para mejorar aún más los procesos internos aprovechando la capacidad de capacitación del personal. (F10, O3)</li> <li>• Utilizar las estrategias centradas en las necesidades de los clientes como una base sólida para formar alianzas estratégicas. (F8, O4)</li> <li>• Utilizar la planificación de procesos para identificar oportunidades de colaboración con otras empresas y expandir conjuntamente el mercado. (F4, O8).</li> <li>• Utilizar la revisión de inventario para demostrar a los prestamistas la eficiencia de la gestión de inventario de la empresa. (F7, O5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar plataformas digitales para la contratación de personal (D3, O3)</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de financiamiento menos apoyo para las pequeñas empresas.</li> <li>2. Tamaño limitado de las empresas, para ampliar mercado y atraer nuevos clientes.</li> <li>3. Competencia desleal, desventaja frente a las grandes empresas.</li> <li>4. Regulaciones gubernamentales, que limitan su operación.</li> <li>5. Falta de educación empresarial.</li> </ol>	<p><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar la optimización de flujos de efectivo para enfrentar la falta de financiamiento. (F3, A1)</li> <li>• Utilizar la planificación de procesos para diversificar la oferta y llegar a nuevos mercados. (F4, A2)</li> <li>• Fortalecer las estrategias centradas en las necesidades de los clientes como una forma de diferenciarse en un mercado competitivo. (F8, A3)</li> <li>• Utilizar un sistema de selección riguroso para atraer candidatos con habilidades y potencial. (F9, A5).</li> <li>• Utilizar la revisión de inventario para identificar productos o servicios con alto potencial de demanda. (F7, A2)</li> <li>• Hacer uso de la alineación Presupuestaria con Normativas Gubernamentales (F2,A4)</li> </ul>	<p><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorar opciones para préstamos especiales para pequeñas empresas para realizar inversiones estratégicas a largo plazo. (D1,A1)</li> <li>• Utilizar la tecnología y las plataformas digitales como herramientas para la falta de educación empresarial. (D3, A5)</li> <li>• Utilizar la educación empresarial para superar la falta de inversiones estratégicas. (D1, A5)</li> </ul>

*Nota:* Información tomada de la tabla 25 FODA

Una vez realizado este cruce de variables, surge las estrategias que pueden ser implementadas para ayudar el desarrollo empresarial en la ciudad de Loja. Estas estrategias están fundamentadas en la unión entre los aspectos internos y externos, y se enfocan en capitalizar fortalezas, abordar debilidades y optimizar las oportunidades presentes en el entorno.

### **Estrategias**

#### **FO**

- **Utilizar los sistemas de control de costos para facilitar la expansión de mercado.**

#### **Implementación.**

Establecer un sistema de seguimiento de costos detallado que permita identificar áreas donde se pueden reducir gastos. Esto liberará recursos financieros para invertir en la expansión de mercado, ya sea a través de la adquisición de nuevos clientes o la entrada en nuevos segmentos. Además, evaluar constantemente el retorno de la inversión (ROI) de las estrategias de expansión.

- **Utilizar las mejoras continuas en los procesos para atender la demanda insatisfecha.**

#### **Implementación.**

Establecer equipos de mejora continua que trabajen en la identificación y eliminación de cuellos de botella en los procesos, reduciendo tiempos de entrega y aumentando la eficiencia. Estos equipos deben estar en constante comunicación con el departamento de atención al cliente para abordar las áreas en las que la demanda no se está satisfaciendo por completo.

- Utilizar la tecnología para mejorar aún más los procesos internos aprovechando la capacidad de capacitación del personal.

#### **Implementación.**

1. **Identificar las necesidades de capacitación:** Realiza una evaluación de las habilidades tecnológicas actuales de tu personal. Esto ayudará a identificar las áreas que requieren desarrollo.
2. **Diseñar programas de capacitación personalizados:** Basados en los resultados de la evaluación, crea programas de capacitación específicos que se centren en el uso de tecnología avanzada, como sistemas de automatización, inteligencia artificial y análisis de datos.

3. **Facilitar el acceso a recursos:** Proporciona a los empleados acceso a recursos de aprendizaje en línea, tutoriales y capacitación en el lugar de trabajo para que puedan adquirir las habilidades necesarias de manera efectiva.
  4. **Promover la cultura de aprendizaje:** Fomenta una cultura organizacional que valore la formación continua y el desarrollo de habilidades tecnológicas. Reconoce y recompensa los logros en la capacitación.
  5. **Integración de tecnología en los procesos:** Una vez que los empleados adquieran nuevas habilidades, implementa la tecnología en los procesos internos de la empresa para mejorar la productividad y la toma de decisiones basadas en datos. Asegúrate de proporcionar soporte técnico continuo.
- **Utilizar las estrategias centradas en las necesidades de los clientes como una base sólida para formar alianzas estratégicas.**

**Implementación:** Identificar socios estratégicos que compartan una fuerte orientación hacia el cliente y tengan sinergias con tus ofertas. Establecer alianzas que se basen en la creación de valor para el cliente, como paquetes de productos o servicios complementarios que resuelvan necesidades específicas del cliente.

- **Utilizar la planificación de procesos para identificar oportunidades de colaboración con otras empresas y expandir conjuntamente el mercado.**

Implementación

1. **Análisis de procesos:** Lleva a cabo un análisis exhaustivo de tus procesos internos para identificar áreas donde la colaboración con otras empresas podría mejorar la eficiencia o expandir las ofertas de productos/servicios.
2. **Identificación de socios potenciales:** Investiga y selecciona empresas en tu industria que tengan habilidades, recursos o productos/servicios complementarios que puedan encajar en tus procesos.
3. **Desarrollo de propuestas de colaboración:** Colabora con estos socios potenciales para desarrollar propuestas de colaboración que definan claramente cómo trabajarán juntos y qué valor aportarán al mercado.
4. **Implementación piloto:** Comienza con proyectos piloto para probar la viabilidad y la eficacia de la colaboración. Realiza un seguimiento de los resultados y ajusta según sea necesario.
5. **Evaluación continua:** Evalúa regularmente la colaboración en función de la eficiencia de costos y la expansión del mercado. Ajusta y expande la colaboración en función de los resultados.

- **Utilizar la revisión de inventario para demostrar a los prestamistas la eficiencia de la gestión de inventario de la empresa.**

**Implementación:** Implementar un sistema de gestión de inventario eficiente que permita una visibilidad en tiempo real del stock. Utilizar esta información para demostrar a los prestamistas la capacidad de gestionar eficazmente el capital de trabajo y garantizar una inversión adecuada en inventario para satisfacer la demanda sin acumulación excesiva.

#### **FA**

- **Utilizar la optimización de flujos de efectivo para enfrentar la falta de financiamiento.**

**Implementación.** Monitorea y mejora la gestión de efectivo, reduciendo gastos no esenciales y acelerando la conversión de cuentas por cobrar en efectivo.

- Implementar un sistema de gestión de efectivo que permita monitorear y prever los flujos de efectivo.
- Negociar plazos de pago más largos con proveedores y acortar los plazos de cobro a clientes.
- Establecer un fondo de reserva para emergencias financieras.

#### **Utilizar la planificación de procesos para diversificar la oferta y llegar a nuevos mercados.**

**Implementación.**

1. Evalúa los procesos actuales y adapta productos o servicios para satisfacer las demandas de nuevos mercados identificados a través de un análisis de mercado.
2. Investiga el mercado para identificar oportunidades no explotadas.
3. Desarrolla una estrategia que incluya nuevos productos o servicios que satisfagan estas necesidades.
4. Establece metas claras y plazos para implementar la estrategia.
5. Asigna recursos y responsabilidades para asegurarte de que se cumplan los objetivos.

#### **Utilizar la planificación de procesos para diversificar la oferta y llegar a nuevos mercados.**

**Implementación.**

1. Evalúa los procesos actuales y adapta productos o servicios para satisfacer las demandas de nuevos mercados identificados a través de un análisis de mercado.
2. Investiga el mercado para identificar oportunidades no explotadas.

3. Desarrolla una estrategia que incluya nuevos productos o servicios que satisfagan estas necesidades.
  4. Establece metas claras y plazos para implementar la estrategia.
  5. Asigna recursos y responsabilidades para asegurarte de que se cumplan los objetivos.
- **Fortalecer las estrategias centradas en las necesidades de los clientes como una forma de diferenciarse en un mercado competitivo.**

Implementación.

Realiza investigaciones constantes de las necesidades del cliente y ajusta tus ofertas y estrategias en consecuencia para mantener la satisfacción y la lealtad del cliente.

1. Conoce a tus clientes a través de investigaciones y retroalimentación constante.
  2. Personaliza tus productos, servicios y comunicaciones para satisfacer sus necesidades.
  3. Capacita a tu personal en habilidades de atención al cliente y fomenta un enfoque centrado en el cliente.
  4. Mide la satisfacción del cliente y utiliza estos datos para realizar mejoras continuas.
- **Utilizar un sistema de selección riguroso para atraer candidatos con habilidades y potencial.**

Implementación.

Establece un proceso de selección con pruebas y entrevistas enfocadas en competencias para identificar talento y potencial, superando la falta de educación empresarial en el mercado laboral local.

1. Diseña un proceso de selección que incluya entrevistas estructuradas y verificación de referencias.
  2. Identifica las habilidades y cualidades necesarias para el puesto.
  3. Ofrece oportunidades de desarrollo y crecimiento para atraer candidatos con potencial.
  4. Establece un equipo de selección que tome decisiones de contratación coherentes.
- **Utilizar la revisión de inventario para identificar productos o servicios con alto potencial de demanda.**

Implementación.

Realiza revisiones periódicas del inventario para identificar productos o servicios con alta demanda y enfoca las estrategias de marketing en promocionarlos y atraer nuevos clientes.

1. Analiza tu inventario para identificar productos o servicios con alta demanda.
2. Diseña estrategias de marketing específicas para promocionar estos productos.
3. Realiza un seguimiento de las ventas y ajusta los niveles de stock en función de la demanda.
4. Mide el éxito de estas estrategias mediante el aumento de las ventas y las ganancias.

- **Hacer uso de la Alineación Presupuestaria con Normativas Gubernamentales**  
Implementación.

1. Utiliza la capacidad de seguimiento presupuestario para asignar fondos a la formación y concienciación en cumplimiento normativo.
2. Capacita a tus empleados sobre las regulaciones gubernamentales y promueve la importancia del cumplimiento.
3. Establece un programa de seguimiento presupuestario dedicado al cumplimiento normativo, asignando recursos específicos para esta finalidad.
4. Utiliza tu capacidad de seguimiento para establecer un sistema de monitoreo y cumplimiento riguroso de las regulaciones gubernamentales.
5. Asigna recursos presupuestarios para supervisar y asegurar que se cumplan todas las regulaciones.

## **DO**

- **La expansión de mercado para generar nuevos flujos de ingresos que permitan a la empresa financiar proyectos a largo plazo y fortalecer su posición a medida que crece.**

### Implementación.

1. Identificar oportunidades de expansión: Primero, realiza un análisis de mercado para identificar áreas geográficas o segmentos de mercado que presenten oportunidades para la expansión. Esto podría incluir la apertura de nuevas sucursales, la entrada en mercados internacionales o la diversificación de productos o servicios.
2. Planificación estratégica: Desarrolla un plan estratégico que incluya objetivos claros, plazos y presupuestos para la expansión. Define cómo se financiará la expansión y cómo se medirá el éxito.
3. Financiamiento adecuado: Asegúrate de contar con el financiamiento necesario para respaldar la expansión. Esto podría incluir inversiones propias, préstamos comerciales

o la emisión de acciones. Evalúa cuál es la fuente de financiamiento más adecuada para tu empresa.

4. Ejecución y seguimiento: Implementa tu estrategia de expansión y realiza un seguimiento constante para asegurarte de que se cumplan los objetivos. Ajusta el plan según sea necesario a medida que avanzas.

#### **Implementar plataformas digitales para la contratación de personal.**

1. Selección de la plataforma adecuada: Investiga y selecciona una plataforma de contratación en línea que se adapte a las necesidades de tu empresa. Asegúrate de que sea fácil de usar tanto para los candidatos como para tu equipo de recursos humanos.
2. Personal especializado: Si no cuentas con experiencia en tecnología o contratación digital, considera contratar o capacitar a personal especializado en estas áreas para garantizar una implementación efectiva.
3. Entrenamiento del personal: Capacita a tu equipo de recursos humanos en el uso de la plataforma. Asegúrate de que comprendan cómo utilizarla para publicar vacantes, revisar currículos y llevar a cabo entrevistas en línea.
4. Evaluación continua: Realiza un seguimiento de la eficacia de la plataforma y recopila comentarios de los candidatos para hacer mejoras. Asegúrate de que el proceso de contratación sea eficiente y atractivo para los talentos que deseas atraer.

#### **DA**

- **Explorar opciones para préstamos especiales para pequeñas empresas para realizar inversiones estratégicas a largo plazo**

Implementación.

1. Evaluación de necesidades de financiamiento: Identifica las necesidades de financiamiento para proyectos estratégicos a largo plazo, como expansión o desarrollo de nuevos productos.
2. Investigación de préstamos especiales: Investiga y compara las opciones de préstamos disponibles para pequeñas empresas, como préstamos respaldados por el gobierno o programas de financiamiento para emprendedores.
3. Solicitud y preparación de documentos: Una vez seleccionada la opción de préstamo adecuada, prepara los documentos necesarios y presenta una solicitud sólida que incluya un plan detallado de cómo se utilizarán los fondos.
4. Gestión responsable de fondos: Utiliza los fondos de manera eficiente y sigue de cerca el progreso de los proyectos financiados para asegurarte de que se cumplan los objetivos y se repague el préstamo.

- **Utilizar la tecnología y las plataformas digitales como herramientas para la falta de educación empresarial.**

1. Identificación de necesidades de capacitación: Identifica las áreas en las que los empleados o propietarios de la empresa necesitan mejorar sus habilidades empresariales.
2. Selección de plataformas digitales: Investiga y selecciona plataformas de educación en línea, cursos y recursos digitales que se adapten a las necesidades de capacitación.
3. Implementación y acceso: Brinda acceso a estas plataformas y recursos a los empleados, ya sea a través de sus propios dispositivos o proporcionando equipos adecuados.
4. Seguimiento y evaluación: Realiza un seguimiento del progreso de la capacitación y evalúa la efectividad de las plataformas para garantizar que se estén adquiriendo las habilidades necesarias.

- **Utilizar la educación empresarial para superar la falta de inversiones estratégicas.**

Implementación.

1. Identificación de brechas de conocimiento: Identifica las áreas en las que falta conocimiento o experiencia para tomar decisiones estratégicas.
2. Diseño de programas de educación empresarial: Desarrolla programas de formación o educación empresarial que aborden estas áreas de manera efectiva.
3. Participación y capacitación del personal: Asegura que los empleados clave participen en estos programas de educación empresarial para adquirir las habilidades y conocimientos necesarios.
4. Implementación de estrategias: Utiliza los nuevos conocimientos adquiridos para diseñar e implementar estrategias de inversión estratégica de manera más informada.

## 8 Conclusiones

La investigación llevada a cabo en la ciudad de Loja a las pequeñas empresas, se encontró que los factores internos que están limitando su potencial de crecimiento, son dos factores internos que destacan: la gestión empresarial y la disponibilidad de talento especializado. La gestión empresarial se revela como un factor, ya que un porcentaje significativo de pequeñas empresas lo considera un obstáculo para su crecimiento. Por otro lado, la carencia de talento especializado se presenta como otro desafío interno importante. La falta de profesionales con habilidades específicas obstaculiza la capacidad de las pequeñas empresas para innovar y adaptarse a los avances tecnológicos. Esta carencia resalta la importancia de atraer y retener profesionales cualificados en la ciudad. Abordar estos factores internos no solo beneficiará a las pequeñas empresas individualmente, sino que también tendrá un impacto positivo en el crecimiento económico y social de la ciudad de Loja en su conjunto.

Mientras que los factores externos que influyen en el desarrollo de las pequeñas empresas en la ciudad de Loja destacan la compleja interacción entre condiciones financieras, competencia, tecnología y políticas gubernamentales. La insatisfacción con las condiciones de préstamo y las tasas de interés desfavorables plantea desafíos financieros significativos, mientras que la adaptación tecnológica muestra una división entre empresas tecnológicamente competentes y aquellas que luchan por mantener el ritmo. Aunque la competencia impulsa la mejora, un grupo considera que actúa como barrera. Las percepciones sobre políticas gubernamentales sugieren la necesidad de un entorno regulatorio más ágil. En conjunto, estos hallazgos resaltan la necesidad para abordar estos desafíos, empoderando a las pequeñas empresas para prosperar y contribuir al tejido económico y social de la ciudad de Loja.

Se han desarrollado estrategias para las pequeñas empresas y su crecimiento empresarial. Estas estrategias se han elaborado mediante un análisis FODA que engloba factores tanto internos como externos. Al incorporar esta matriz FODA, pueden aprovechar sus ventajas internas y, al mismo tiempo, abordar las amenazas y debilidades identificadas. Esto no solo aumenta su competitividad, sino que también mejora su permanencia en el mercado en constante cambio. Establecer metas y plazos concretos, asignar recursos adecuados y realizar un seguimiento constante son pasos clave para garantizar que estas estrategias sean efectivas. Asimismo, se ha proporcionado una explicación de cómo estas estrategias pueden ser implementadas en las pequeñas empresas de la ciudad de Loja.

## 9 Recomendaciones

Se sugiere realizar una mejora en la gestión empresarial, como la implementación de sistemas eficaces para el seguimiento y control financiero, la optimización eficiente de los recursos disponibles, ya que una gestión empresarial más eficiente permitirá un uso más eficaz de los recursos y una toma de decisiones más acertada, lo que, a su vez, impulsará el crecimiento económico. Las empresas deben establecer relaciones y/o vinculaciones con instituciones educativas locales para generar programas de pasantías, prácticas profesionales o programas de formación personalizados. Esto ayudará a mejorar la carencia de talento especializado, contribuyendo así a resolver estos obstáculos internos al desarrollo empresarial de la ciudad de Loja.

Para abordar los desafíos externos que enfrentan las pequeñas empresas en Loja, se recomienda diversificar las fuentes de financiamiento, como cooperativas de crédito o programas de apoyo gubernamental, para reducir la dependencia de condiciones financieras desfavorables, para afrontar las brechas tecnológicas deberán adoptar tecnologías específicas que se adapten a sus necesidades y presupuesto, como participar activamente en redes esto podría implicar la inversión en sistemas de gestión o la capacitación de personal en el uso eficiente de herramientas tecnológicas, se sugiere que las pequeñas empresas participen en reuniones, o grupos de trabajo en los que se debatan y diseñen políticas que afectan directamente a su sector, y que así colaboren con las autoridades gubernamentales y funcionarios locales, compartiendo sus perspectivas y necesidades específicas, esta participación activa les permitirá la creación de políticas que fomenten un ambiente empresarial más flexible y favorable. Para abordar el desafío de la competencia, se sugiere que desarrollen estrategias de diferenciación y busquen oportunidades de colaboración con otras empresas locales, lo que les permitirá destacar en un mercado competitivo y fortalecer su posición. Estas acciones combinadas ayudaran a contribuir al desarrollo económico y social de la ciudad de Loja.

Dada la importancia del análisis FODA y la implementación de estrategias para el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en la ciudad de Loja, se recomienda que estas empresas las utilicen como guía y las puedan implementar en su planificación para mejorar su gestión. También se recomienda que se realice un análisis continuo de su empresa y así diseñar o corregir las estrategias que les permitan capitalizar sus ventajas internas, analizando sus amenazas y debilidades, para lograr definir metas y objetivos concretos, asignar los recursos adecuados y mantener un seguimiento constante de su progreso. Además, se sugiere que las empresas busquen asesoramiento y apoyo de

profesionales o instituciones que puedan proporcionar orientación o asesoramiento en la aplicación efectiva de las estrategias, fortalecer su competitividad y adaptarse de manera más efectiva a un mercado en constante cambio, para de esta manera contribuir al crecimiento sostenible de sus negocios y apoyar al desarrollo económico de la ciudad.

## 10 Bibliografía

- El Telégrafo. (25 de noviembre de 2016). *Ecuador invierte el 1,88% del PIB en tecnología e innovación*.  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/ecuador-invierte-el-1-88-del-pib-en-tecnologia-e-innovacion>
- Amay, E. M., Narváez, M. E., Guamán, L. M., & Jaramillo, L. M. (03 de 02 de 2018). Las MiPyMEs en el barrio El Sagrario de la Ciudad de Loja, criterios sobre tributos e impuestos. *Polo del conocimiento*, 3(28), 27-46.  
<https://doi.org/10.23857/pc.v3i12.812>
- Ansoff. (1965). *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*. NEW YORK.
- Anthony Kusi, C. O., & Tettey. (27 de noviembre de 2015). *Scientific Research - American Journal of Industrial and Business*.  
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1617765>
- Avalos, G. (2020). *Plusvalores casa de valores s.a. pymes en el ecuador estructura fuentes de empleo financiamiento historial de crédito*.  
<https://docplayer.es/188466715-Plusvalores-casa-de-valores-s-a-pymes-en-el-ecuador-estructura-fuentes-de-empleo-financiamiento-historial-de-credito-por-gabriel-avalos.html>
- Avolio, B. (2011). *Factores que Limitan las MYPES*. Centrum PUCP:  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126/4094>
- BANECUADOR BP. (14 de 01 de 2022). *Solicitud de concesión de crédito para empresas con necesidad de financiamiento*. <https://www.gob.ec/banecuador-bp/tramites/solicitud-concesion-credito-empresas-necesidad-financiamiento>
- Beatrice, A., Alfonso, M., & Edwin, R. (2021). Factores que limitan el crecimiento de las Micro Y Pequeñas Empresas en el Peru.
- Carlos Yance Carvajal, L. S., & Ivonne Bruggos, L. H. (2017). LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL ECUADOR. *Observatorio Economía Latinoamericana*.
- Carlos, S. (1931). *Diccionario de economía y finanzas*. Caracas: Panapo.

- Carolina, M. S. (15 de Noviembre de 2021). *EDUCARE Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Venezuela*.  
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/375/3752842012/3752842012.pdf>
- Chiavenato, I. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas: Enfoque de Desarrollo Competitivo*. Elsevier.
- Cristina. (30 de Junio de 2001). *CAPÍTULO 1. PRINCIPALES MODELOS SOBRE SUPERDOTACIÓN Y TALENTOS*.  
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10993/SanchezLopez04de12.pdf>
- El Telégrafo. (22 de marzo de 2018). *Convenio permite a industria de Ecuador acceder a conocimientos digitales 4.0*.  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/1/convenio-permite-a-industria-de-ecuador-acceder-a-c>
- González, M. J. (2019). *Estructura organizacional*. Sello Editorial.
- Gudiño, R. C. (21 de noviembre de 2017). *La aportación de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la economía ecuatoriana*.  
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14ca201702.pdf>
- Gutiérrez, D., Coronado, J., Arredondo, J. A., & Méndez, O. (2013). *Estretegias empresariales*. Innovación Editorial Lagares.
- Hernández, P. H. (15 de Mayo de 2001). *La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas*. La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas:  
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaGestionEmpresarialUnEnfoqueDelSigloXXDesdeLasTeo-3875234.pdf>
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill,. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Imbaquingo, J. (2022). *Ecuador en cifras: Directorio de Empresas 2021*. Ecuador en cifras: Directorio de Empresas 2021:  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Estadisticas\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\_Empresas\_2021/  
Boletin\_Tecnico\_DIEE\_2021.pdf

Jaramillo, L. B. (2022). Contabilidad General. En L. p. Jaramillo. Loja, Ec: Maquetacion y diseño digital.

La Supernitendencia de compañías, v. y. (2021).  
<https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>

Mambula. (2002). Percepciones de las limitaciones del crecimiento de las PYME en Nigeria. . *Revista de gestión de pequeñas empresas*, , 40, 58-65.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1540-627X.00039>

Mariscal, S. &. (2011). “*La competencia económica*”. *Comisión Federal de Competencia*. México.  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11038/1/La%20competencia%20empresarial%20y%20su%20aplicabilidad.pdf>

Mieles, M., Macias, M., & Poveda, P. (2021). Desarrollo empresarial de las mipymes ecuatorianas: su evolución 2015-2020. *Revista Publicando*, 8(31), 320-337.  
<https://doi.org/doi.org/10.51528/rp.vol8.id2253>

Navarro, A. B. (2019). *Análisis de mercado*.  
[http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado\\_1563825598.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado_1563825598.pdf)

Novoa, C. A. (2017). Investigación Cuantitativa. Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina.

Okpara, & Wynn. (2007). *SAM Advanced Management Journal*,72(2), 24–34.  
*Recuperado el 15 de mayo de 2009, de*  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=25810284&amp;lang=es&site=ehost-live>.

P.Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. Pearson.

Pazos, M. R., & Sánchez, Ó. R. (2012). Las necesidades de capacitación de empresarios de MIPYMEs del Valle de Mexicali, México, y la demanda de capacitación de los mismos, en el semestre 2011-1. *Sotavento M.B.A.*(19), 78-90.

- Perdomo. (1998). *Planeacion Financiera*. . Mexico: ECAFSA Cuarta Edición.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. *Harvard Business Review Press*.
- Roberto Hernández, C. F., & Pilar, M. d. (2014). En *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Sexta Edición*. Mexico.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Roberto, H., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de la investigación*. Mexicp (6 edicioón), Mexico D.F : McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Rodriguez, & Aviles. (2020). *Digitak Publisher. Las Pymes en Ecuador. Un analisis necesario*. Digitak Publisher. Las Pymes en Ecuador. Un analisis necesario: [https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/337](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/337)
- Rodríguez, & Aviles. (2020). *Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario . Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario*. *593 Digital Publisher CEIT, 5(5-1), 191-200*. . <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Rodriguez, C. (2009). *Diccionario de Economia*. En C. Rodriguez, *Diccionario de Economia* (pág. 23). Argentina.
- Rodriguez, C. (2009). *DICCIONARIO DE ECONOMIA*. En C. Rodriguez, *DICCIONARIO DE ECONOMIA* (pág. 77). Argentina.
- Rodriguez, C. (2009). *Diccionario de Economia* . En C. Rodriguez, *Diccionario de Economia* (pág. 4). Argentina.
- Ruiz, H., & Marcillo, A. &. (2022). *nálisis de factores que limitan el crecimiento económico en las PYMES de Quinindé*. *Código Científico Revista de Investigación*,(316-333).  
<https://doi.org/https://revistacodigocientifico.itslosandes.net/index.php/1/article/view/68/130>
- Ruiz, L., Herrera, M., Marcillo, A., & Baque, M. (2022.). *Análisis de factores que limitan el crecimiento económico en las PYMES de Quinindé*. *Código Científico Revista de Investigación*,, 3(3), 316-333.

- Sabino, C. (1931). DICCIONARIO DE ECONOMIA Y FINANZAS. En C. Sabino, *DICCIONARIO DE ECONOMIA Y FINANZAS* (pág. 252). Caracas: Panapo.
- Saines, A. y. (2011). *Analysis of the business bankruptcy of Small and medium-sized companies in Ecuador (2006-2010)*. Analysis of the business bankruptcy of Small and medium-sized companies in Ecuador (2006-2010).
- Sanches, D. M. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 4(2), 21-36.
- Sansur. (2012). *La Gaceta*. Cotopaxi: Diario Independiente.
- Socatelli, M. a. (2023). Fundamentos para Emprendimientos Turísticos Sostenibles. Noviembre. La formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles Publicado por: la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. . Director G.
- Thompson, S. (25. 2018 de junio de 1985). *Recopilación del libro "Conceptos y Técnicas de la Administración"*.  
<http://www.agro.unc.edu.ar/~paginafacu/Catedras/Agroneg/Filminas/ProcDirecEstrateFODA.pdf>

## 11 Anexos

### Anexo 1.

#### A Gerentes De Pequeñas Empresas De La Ciudad De Loja

Estimado/a Gerente.

El propósito de esta encuesta es recopilar datos sobre diversos aspectos que afectan el crecimiento y desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y utilizadas únicamente con fines de análisis estadístico. Agradecemos de antemano su tiempo y colaboración en completar esta encuesta.

**1. ¿A qué sector económico pertenece la empresa, y que producto o servicios ofrece?**

Agricultura, ganadería y pesca		Tecnología de la información y comunicaciones	
Manufactura y producción		Salud y servicios médicos	
Construcción y arquitectura		Turismo y hospitalidad	
Comercio minorista y mayorista		Energía y medio ambiente	
Servicios financieros y seguros		Transporte y logística	
Medios de comunicación y entretenimiento		Consultoría y servicios profesionales	
Alimentos		Otro	

**2. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa en funcionamiento?**

Menos de 1 año.	De 1 a 3 años.	De 3 a 5 años	De 5 a 10 años.	Más de 10 años

**3. ¿Cuántas sucursales tiene la empresa?**

Ninguna		1		2		3		Mas de 3
---------	--	---	--	---	--	---	--	----------

**4. ¿Indique, cuál es la estructura de la empresa?**

- Familiar
- Compañía en nombre colectivo.
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- Compañía de responsabilidad limitada Cía. Ltda.
- Sociedad anónima S.A.
- Compañía de economía mixta
- Sociedades cooperativas

**5. ¿Cuántos empleados conforman actualmente la empresa?**

Entre 10 y 20 empleados.		Entre 20 y 30 empleados		Entre 30 y 40 empleados		Entre 40 y 50 empleados.
--------------------------	--	-------------------------	--	-------------------------	--	--------------------------

<b>Gestión Empresarial</b>					
"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez), (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"	1	2	3	4	5
¿La empresa realiza inversiones estratégicas para el crecimiento a largo plazo?					
¿Para garantizar la eficiencia de la empresa aplica sistemas de control de costos?					
¿La empresa da seguimiento al cumplimiento de su presupuesto?					
¿La empresa optimiza constantemente los flujos de efectivo?					
¿La empresa planifica los procesos productivos y los evalúa periódicamente?					
"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2Casi Nunca) (3 ocasionalmente), (4 Casi siempre) y (5 Siempre)"	1	2	3	4	5
¿Los sistemas de control de calidad implementados en la empresa ha traído resultados positivos?					
¿Se han implementado mejoras continuas en los procesos operativos en la empresa?					
¿La empresa realiza constantemente revisión de inventario?					
¿Se han desarrollado e implementado estrategias de segmentación de mercado para abordar las necesidades de los clientes?					
¿Las estrategias de marketing implementadas genera más ventas en la empresa?					
¿La empresa desarrolla estrategias constantes para retener a los clientes existentes y fomentar su lealtad?					
<b>Talento Especializado.</b>					
¿La empresa mantiene un sistema de selección riguroso y eficiente para evaluar a los candidatos y tomar decisiones de contratación?					
¿La empresa genera procesos evalúa las habilidades y competencias de los candidatos?					

¿La empresa utiliza técnicas de evaluación y pruebas psicométricas para identificar el mejor candidatos al puesto vacante?					
¿La empresa en el proceso de selección de talento humano, hace uso de las plataformas digitales?					
¿La empresa genera programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y capacidades del personal de manera frecuente?					
¿Los programas de desarrollo y capacitación han traído mejoras en el rendimiento de sus empleados?					

<b>Talento Especializado</b>					
<b>Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿La empresa aplica la tecnología como herramienta para facilitar y mejorar el proceso capacitación de los empleados y desarrollar sus capacidades y habilidades?					
¿La empresa ofrece oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional para la retención de talento?					
¿La empresa brinda un ambiente laboral positivo y saludable que contribuye a la retención del talento especializado?					
¿La empresa realiza prácticas de reconocimiento y recompensa para motivar y retener a los empleados destacados?					

<b>Financiamiento.</b>					
¿Está de acuerdo con las condiciones y términos ofrecidos por las instituciones financieras o inversores externos para acceder al financiamiento necesario?					
¿La empresa ha tenido inconvenientes al buscar financiamiento externo para respaldar sus operaciones y proyectos de crecimiento?					
¿La empresa requiere de apoyo, financiamiento o incentivos fiscales de entidades gubernamentales para impulsar su crecimiento y desarrollo?					
<b>"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Muy desfavorable), (2 Desfavorable), (3 Indiferente), (4 Favorable) y (5 Muy Favorable)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Cómo calificaría la estructura de pagos de los préstamos o líneas de crédito que ha obtenido la empresa?					
¿Cómo evaluaría las tasas de interés y los cargos adicionales que la empresa enfrenta al obtener préstamos o líneas de crédito?					
¿Cómo evalúa la capacidad actual de la empresa para adaptarse a los avances tecnológicos y aprovecharlos en su beneficio?					
<b>"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Considera que la infraestructura tecnológica de la empresa, facilita su desarrollo y actualización?					
¿La infraestructura tecnológica para el funcionamiento eficiente de la empresa, es favorable?					
¿Considera que la integración tecnológica puede mejorar la eficiencia de los procesos empresariales en la empresa?					
¿La empresa está dispuesta a invertir en actualización y mejora de la infraestructura tecnológica para facilitar los procesos empresariales?					

<b>Competencia</b>					
¿Qué tan de acuerdo está con el actual posicionamiento de la empresa en el mercado?					
¿Considera que el posicionamiento de la empresa en el mercado puede influir en su capacidad para atraer y retener clientes?					
¿Considera importante tener una ventaja de costos sobre los competidores como parte de su estrategia competitiva?					
<b>"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez) (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Cada que tiempo dedica esfuerzo a monitorear y evaluar la efectividad de la estrategia competitiva de la empresa?					
¿La empresa realiza estrategias claras y efectivas que le permite diferenciarse y obtener una ventaja competitiva en el mercado?					
¿La empresa utiliza la información de sus competidores para tomar decisiones estratégicas?					
<b>Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (No es importante) (2 Poco importante), (3 Indiferente), (4 Importante) y (5 Muy importante)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Considera que el análisis de la competencia es esencial para el éxito y la supervivencia de la empresa en el mercado actual?					
<b>"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez) (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿La empresa realiza recopilación continua y análisis de información sobre los competidores en el mercado, sobre productos, precios, estrategias de marketing, fortalezas y debilidades?					

<b>Políticas del gobierno</b>					
<b>"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Totalmente en desacuerdo), (En desacuerdo), (3 Indiferente), (4 De acuerdo) y (5 Totalmente de acuerdo)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Considera que el cumplimiento normativo es fundamental para el funcionamiento ético y legal de la empresa?					
<b>"Nivel de evaluación según su criterio: Escala de Likert (1 Nunca), (2 Rara vez) (3 A veces), (4 Frecuentemente) y (5 Siempre)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿La empresa cumple con las leyes y regulaciones gubernamentales relevantes en su sector, cumpliendo con los requisitos legales y regulatorios aplicables?					
¿Evalúa constantemente el cumplimiento ante los organismos de control de la empresa y toma medidas correctivas cuando es necesario?					

<b>Factores Internos</b>					
<b>"Nivel de evaluación según su criterio limitante en la Escala de Likert (1 Nada), (2 Poco), (3 Indiferente), (4 Mucho) y (5 Bastante)"</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gestión Empresarial					
Talento Especializado					
<b>Factores Externos</b>					
Financiamiento					
Tecnología					
Competencia					
Políticas del gobierno					

## Anexo 2

### Certificado de traducción del resumen

Lic. Andrea Sthefanía Carrión Mgs

0984079037

[andrea.s.carrion@unl.edu.ec](mailto:andrea.s.carrion@unl.edu.ec)

Loja-Ecuador

Loja, 13 de marzo del 2024

La suscrita, Andrea Sthefanía Carrión Fernández, Mgs, **DOCENTE EDUCACIÓN SUPERIOR** (registro de la SENESCYT número: 1008-12-1124463), **ÁREA DE INGLÉS-UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**, a petición de la parte interesada y en forma legal.

**CERTIFICA:**

Que la traducción del resumen del documento adjunto, solicitado por la señorita: **Marjorie Brigette Benitez Rivera** con cédula de ciudadanía **No. 1105036741**, cuyo tema de investigación se titula: **"Análisis de los factores que limitan el desarrollo de las pequeñas empresas de la ciudad de Loja."** ha sido realizado y aprobado por mi persona, Andrea Sthefanía Carrión Fernández, Mgs. en Pedagogía.

El apartado del Abstract es una traducción textual del Resumen aprobado en español.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes, facultando al portador del presente documento, hacer el uso legal pertinente.

ANDREA  
STHEFANIA  
CARRION  
FERNANDEZ

Firmado digitalmente  
por ANDREA STHEFANIA  
CARRION FERNANDEZ  
Fecha: 2024.03.13  
08:35:51 -06'00'

**Andrea Sthefanía Carrión Fernández. Mgs.**

**English Professor**