



Recepción: 23 / 09 / 2018

Aceptación: 16 / 11 / 2018

Publicación: 03 / 12 / 2018



Ciencias económicas y empresariales

Artículo original

La gestión administrativa y su influencia con el crecimiento empresarial para las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja, Ecuador

Administrative management and its influence with business growth for sportswear companies in the city of Loja, Ecuador

Gestão administrativa e sua influência no crescimento dos negócios de empresas de roupas esportivas na cidade de Loja, Equador

Manuel N. Calderón-Sánchez ^I

manuel.calderon@unl.edu.ec

Manuel E. Pasaca-Mora ^{II}

manuel.pasaca@unl.edu.ec

Ney Alfredo Gallardo ^{III}

ney.gallardo@unl.edu.ec

Juan R. Encalada-Orozco ^{IV}

juan.encalada@unl.edu.ec

Correspondencia: manuel.calderon@unl.edu.ec

^I Magíster en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

^{II} Magíster en Docencia Universitaria en el Sistema Modular, Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Docente Titular Principal de la Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

^{III} Magíster en Docencia Universitaria en el Sistema Modular, Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Docente Titular Principal de la Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

^{IV} Magíster en Docencia Universitaria en el Sistema Modular, Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Docente Titular Principal de la Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

Resumen

El trabajo busca demostrar la influencia entre la Gestión Administrativa y Crecimiento Empresarial en las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja; Se tomó una población de 110 personas, se aplicó cuestionarios estructurados en escalas de Likert, validados mediante el "Juicio de Expertos" y evaluados en su confiabilidad, mediante el índice de consistencia y coherencia interna, Alfa de Cronbach. Al relacionar la gestión interna con el crecimiento empresarial, el crecimiento bajo se evidencia mayormente en las empresas que muestran una gestión interna regular, mientras que las que tienen un crecimiento medio, fundamentalmente tienen una buena gestión interna. Es importante señalar que la gestión interna si evidencia una relación significativa ($\text{Sig.} < 0.05$) importante con el crecimiento interno de las empresas, de manera que una mejor gestión interna, permite también un mayor crecimiento de los aspectos internos. El análisis de correlación indica que hay una correlación significativa ($\text{Sig.} < 0.05$) entre la gestión interna y el crecimiento empresarial, sin embargo, la correlación es demasiado baja ($r = 0.271 < 0.3$) como para tener implicancias prácticas; este resultado no permite validar la hipótesis de investigación. El análisis de correlación indica que la gestión del microentorno no evidencia una relación significativa ($\text{Sig.} > 0.05$) con el crecimiento empresarial, lo que no permite aceptar la hipótesis de investigación. Así mismo el análisis indica que la gestión del macroentorno no se relaciona de manera significativa ($\text{Sig.} > 0.05$) con el crecimiento empresarial, lo que tampoco permite validar la hipótesis de investigación y por otro lado la gestión administrativa evidencia una correlación baja ($r = 0.142 < 0.3$) y no significativa ($\text{Sig.} = 0.140 > 0.05$) con el crecimiento empresarial; este resultado no permite validar la hipótesis de investigación planteada.

Palabras clave: gestión administrativa; crecimiento empresarial.

Abstract

The work seeks to demonstrate the influence between Administrative Management and Business Growth in the sportswear companies of the city of Loja; A population of 110 people was taken, structured questionnaires were applied on Likert scales, validated by the "Expert's Judgment" and evaluated in their reliability, using the consistency and internal consistency index, Cronbach's Alpha. When relating internal management to business growth, low growth is mostly evident in companies that show regular internal management, while those that have medium growth,

basically have good internal management. It is important to point out that internal management evidences a significant relationship (Sig. <0.05) with the internal growth of companies, so that a better internal management also allows a greater growth of internal aspects. The correlation analysis indicates that there is a significant correlation (Sig. <0.05) between internal management and business growth, however, the correlation is too low ($r = 0.271 < 0.3$) to have practical implications; this result does not allow validating the research hypothesis. The correlation analysis indicates that microenvironment management does not show a significant relationship (Sig. > 0.05) with business growth, which does not allow accepting the research hypothesis. Likewise, the analysis indicates that macroenvironment management is not significantly related (Sig. > 0.05) to business growth, which also does not allow validating the research hypothesis and on the other hand, administrative management shows a low correlation ($r = 0.142 < 0.3$) and not significant (Sig. = 0.140 > 0.05) with business growth; this result does not allow to validate the research hypothesis.

Keywords: Administrative management; business growth.

Resumo

O trabalho procura demonstrar a influência entre Gestão Administrativa e Crescimento Empresarial nas empresas de sportswear da cidade de Loja; uma população de 110 pessoas foi tomada, escalas de Likert questionários estruturados, validado pelo "Julgamento Expert" e avaliou sua confiabilidade, pelo índice de consistência e coerência interna, aplicou-se o alfa de Cronbach. Ao relacionar a gestão interna ao crescimento dos negócios, o baixo crescimento é mais evidente nas empresas que apresentam gestão interna regular, enquanto as que possuem crescimento médio, basicamente, possuem boa gestão interna. É importante notar que a administração interna se evidencia significativa de uma relação significativa (Sig. <0,05) com o crescimento interno das empresas, de modo que uma melhor gestão interna, também permite um maior crescimento dos aspectos internos. A análise de correlação indica que existe uma correlação significativa (Sig <0,05.) Entre gestão interna e o crescimento do negócio, no entanto, a correlação é demasiado baixo ($r = 0,271 < 0,3$) para ter implicações práticas; esse resultado não permite validar a hipótese da pesquisa. análise de correlação indica que a gestão do microambiente nenhuma evidência uma relação significativa (Sig. > 0,05) com o crescimento do negócio, o que não permite aceitar a hipótese de pesquisa. Da mesma forma, a análise indica que

a gestão da macro não está relacionado significativamente (Sig.> 0,05) com o crescimento do negócio, que também valida a hipótese de pesquisa e em segundo lugar a prova administrativa baixa correlação ($r = 0,142 < 0,3$) e não significativo (Sig = 0,140 > 0,05) com o crescimento do negócio; este resultado não permite validar a hipótese da pesquisa.

Palavras chave: Gestão administrativa; crescimento dos negócios.

Introducción

El trabajo investigativo permite mostrar la articulación entre la Gestión Administrativa y su incidencia en el Crecimiento Empresarial. Se entiende por gestión administrativa: al conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir coordinar y controlar. Se entiende por crecimiento empresarial al proceso intangible que depende de elementos tangibles (acumulación de capital físico y humano), y sobre todo de una adecuada organización y estructura interna.

El mercado de ropa deportiva de la ciudad de Loja se encuentra en la etapa de crecimiento y se prevé que este incremento seguirá en los próximos años, debido al aumento de las diversas actividades deportivas. La estrategia de posicionamiento, estará basada en la experiencia que tienen las empresas. Se puede constatar que existen empresas de ropa deportiva con muchos años en el mercado, pero siguen funcionando en condiciones limitadas de crecimiento. Esto es una evidencia de las limitaciones de la gestión por parte de sus directivos principalmente en el área comercial. Trabajan en locales arrendados, con escasa tecnología, no existe diversificación de productos y de escasa calidad. En cambio, existen otras casas deportivas, con pocos años de funcionamiento, con gran nivel de competitividad.

El crecimiento se dará cuando las empresas dispongan de mecanismos de acceso a los mercados: la asociatividad empresarial, la comercialización, la promoción de exportaciones y la información; todo lo cual puede encaminarse positivamente con una adecuada dirección y gestión empresarial que lleve a cabo la planeación de las actividades y recursos, establezca una organización estructural y funcional que permita las actividades del giro empresarial; se tomen las decisiones más adecuadas por parte de la dirección; se coordinen todos los elementos y controlen los recursos en forma continua.

La importancia de la Gestión Administrativa y el crecimiento Empresarial en las pequeñas y medianas empresas, ha sido de vital importancia en el contexto del mundo globalizado. Por intermedio de esta actividad empresarial se van canalizando nuevas estrategias de desarrollo, en concordia con sus propios modelos de gestión administrativa y empresarial.

En función de lo planteado, surgen las siguientes interrogantes: ¿En qué medida influye la gestión administrativa en el crecimiento empresarial de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja - Ecuador? Se plantea como hipótesis general, La gestión administrativa influye en el crecimiento empresarial en las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador, y como hipótesis específicas: a. La gestión interna contribuye al crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador. b. La gestión del micro entorno influye en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador. c. La gestión del macro entorno influye en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador.

Antecedentes de estudios

Chiliquinga (2013), estudió la gestión administrativa y la optimización de los recursos empresariales del sector textil de la ciudad de Tulcán, parte de la premisa que el crecimiento de empresas de este sector, soporta problemas de optimización del uso de recursos materiales, financieros y humanos. El estudio contiene información sobre las necesidades detectadas en el diagnóstico, entre los cuales es preciso mencionar la falta planificación; deficiente organización de personal por áreas; personal poco calificado en el manejo de nueva tecnología industrial; ausencia de manuales de funciones y procedimientos; las formas de llevar un registro contable y de producción con sus debidos inventarios, los propietarios desconocen la constitución de sociedades y compañías unipersonales, más del 90% son administradas por sus propietarios en forma empírica, carecen de un control de inventarios. Concluye señalando que las PYMYS del sector textil de la Ciudad de Tulcán no han desarrollado acciones que les permita posicionarse, debido a que los propietarios y quienes están al frente de estos negocios, son personas que no tienen una preparación adecuada para manejar estos negocios.

Calderón & Saltos (2014), desarrolló un modelo de gestión administrativa para los artesanos dedicados a la confección de ropa deportiva de la ciudad de Guano – Ecuador. Según el

diagnóstico realizado tanto a los artesanos de la rama, así como también a los consumidores, se llegó a determinar que estas empresas son netamente empíricas, que no siguen ningún patrón teórico en cuanto al funcionamiento administrativo de sus negocios. Partiendo de la investigación de campo efectuada a través de la aplicación de encuestas se propone un modelo, enmarcado en el Ciclo de Deming, que comprende: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar.

Rios & Sarzosa (2014), diseñaron un plan de mejoramiento para el área administrativa, financiera y de producción de la Industria Textil “Rima”, productora y distribuidora de uniformes para escuelas y colegios ubicada en la provincia Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito, para ello analizaron el factor interno y el factor externo de la Empresa RIMA, determinaron la situación real de la empresa y proponen diseñar un sistema de control y evaluación permanente de producción, comercialización y gestión interna incorporando las innovaciones tecnológicas en todas las áreas de la empresa, impidiendo el desperdicio de materia prima, de energía y de insumos, a la vez que se optimice el tiempo activo de la mano de obra que labora en la planta, mejorando los canales y métodos de comercialización de los productos elaborados en RIMA llegando al mayor número de clientes en un nicho de mercado de clase media que es la fuente de la gran mayoría de clientes con los que trabaja actualmente la empresa y finalmente formando un equipo de mejora continua que lleve adelante el proceso y que realice las modificaciones y cambios en función de la calidad y mejora continua.

Marco teórico

Gestión administrativa

La escuela clásica del pensamiento administrativo (Taylor y Fayol), y posteriormente la escuela de las relaciones humanas y estructuralistas, enfatizan los elementos internos de la organización (actividades administrativas y proceso administrativo), asumiendo implícitamente que las organizaciones son sistemas cerrados. A partir de la escuela de sistemas, se comienza a entender a las organizaciones como sistemas abiertos. Este enfoque reconoce que los administradores deben empezar a gestionar el entorno de la organización. Es decir, un estudio de gestión debe comprender la gestión interna y externa de las organizaciones. El análisis de la gestión interna comprende: el análisis del proceso administrativo (planificación, organización, dirección y control) y el análisis de las actividades funcionales (marketing, finanzas, recursos humanos

operaciones). El análisis de la gestión externa comprende el análisis del microentorno y el macroentorno. El estudio del microentorno comprende analizar el comportamiento de clientes, proveedores y competidores. Un estudio del marco externo, incluye análisis del entorno sociocultural, tecnológico, económico, político, jurídico, entre otros. Se ha mencionado que la gestión interna comprende el análisis del proceso administrativo y de las actividades funcionales. El análisis del proceso administrativo comprende: planificación, organización, dirección y control.

Los elementos de la fase de planificación son: misión, visión, objetivos, estrategias, políticas, cronogramas y presupuestos (Louffat; 2012, 6). Hernández y Rodríguez, Sergio y Palafox de Anda, Gustavo (2012, 187), en vez de elementos, ellos los identifican como herramientas de la planificación, y además de las mencionadas por Louffat incluye a las políticas, procedimientos, normas, programas y proyectos. La visión, misión, estrategias, políticas y objetivos estratégicos son los elementos centrales de la planificación estratégica. La planificación funcional y operativa centran su atención en los objetivos funcionales, actividades, recursos, presupuestos y procedimientos.

La fase de organización como función del proceso administrativo implica establecer relaciones de autoridad, responsabilidad y comunicación entre las personas y unidades creadas para operativizar la estrategia de la empresa. Al diseñar o rediseñar la estructura de la organización los administradores deben seleccionar entre diferentes alternativas de combinación de actividades y recursos que garantice eficiencia económica, satisfacción, compromiso y aprendizaje organizacional. Las teorías contemporáneas proporcionan a los gerentes algunas directrices generales para el diseño de las organizaciones.

La función de dirección. Donnelly y otros (1995), hace referencia que los primeros enfoques sobre la dirección de empresas parte de la premisa que, si planifican, organizan y controlan los trabajos y las organizaciones de forma apropiada, aumenta la productividad. Los enfoques posteriores centraron su atención en los procesos humanos y se distinguen dos tipos de enfoques: el relacionista y el conductista. El primero centra su atención en el ambiente social que rodea al trabajo y los segundos en la conducta, el éxito o fracaso de las organizaciones. Los enfoques

contemporáneos no consideran que no debe tratarse por separado la administración de los procesos técnicos, los procesos humanos y la vinculación con el entorno.

La función del control. Incluye actividades orientadas a asegurar que los resultados reales concuerden con los planificados. Los métodos del control deben procurar obtener respuestas a tres preguntas básicas: ¿Cuáles son los resultados proyectados y los esperados? ¿Por qué medios pueden compararse los resultados reales y los proyectados? ¿Qué medidas correctivas son adecuadas y para qué persona autorizada? (Donnelly Jr: 1995; 258- 260) En la misma línea de pensamiento Bernal, César A.; Sierra, Hernán D. (2013), define al control como un proceso sistemático regulador e actividades desarrolladas por las organizaciones para que coincidan con las expectativas establecidas en los planes y agrega que la planificación y el control son funciones gerenciales estrechamente relacionadas. Además, considera que el control incluye a la supervisión de las actividades.

Tanto Donnelly, James; Gibson, James L.; Ivancevich, John M. (1997) como Bernal, César A.; Sierra, Hernán D. (2013) e Chiavenato (1989), identifican tres tipos de control: el control preliminar, el concurrente y el posterior. El control preliminar se orienta a prevenir que la calidad y cantidad de recursos utilizados sean los que realmente requiere la organización. El control concurrente, se encarga de vigilar las operaciones en funcionamiento para asegurar que los objetivos se están obteniendo y finalmente el control posterior se centra en los resultados finales y la aplicación de medidas correctivas.

El crecimiento empresarial.

El crecimiento de la empresa se refiere a modificaciones e incrementos del tamaño de ésta. Este crecimiento puede ser resultado de aumentos en cantidades de personal, ingresos, utilidades, infraestructura o mercado que conlleva a cambios en sus características internas (estructura económica y organizativa).

A su vez la empresa puede crecer de dos formas: (a) La primera denominada de crecimiento interno o patrimonial, se basa en la realización de inversiones productivas en el propio seno de la empresa, aumentando así su capacidad; (b) La segunda a la que se denomina crecimiento externo o crecimiento financiero, se lleva a cabo mediante la adquisición, absorción, fusión y control de empresas ya existentes. Por tanto, las cuestiones básicas que se deben plantear para formular una

estrategia de crecimiento son las siguientes: ¿especialización o diversificación?; ¿internacionalización o no?; ¿crecimiento interno o crecimiento externo?; ¿competir o cooperar?

El crecimiento de las empresas, implica emprenderse también, en paralelo, una serie de medidas destinadas a facilitar la organización interna de las empresas cada vez más complejas, con líneas de productos y de mercados muy diferentes, una localización geográfica extendida y actividades que van desde la extracción de materias primas hasta la distribución y venta. Así, se plantean otros diseños organizativos para resolver el problema del crecimiento.

Factores explicativos del crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial está condicionado tanto por factores internos y externos.

- **Factores internos.**

- La edad y el tamaño, Las empresas de mayor dimensión tienen una política de crecimiento más conservadora, pudiendo ello ser debido a la dificultad que existe para seguir manteniendo altas tasas de expansión cuando la cuota de mercado de la empresa se haya estabilizado”
- La motivación. Considera que la motivación del equipo directivo hace que las relaciones con los empleados sean significantes para el logro de sus objetivos.
- La estructura de propiedad. La actitud inherente al directivo en busca del éxito personal puede verse frenada o alentada según el grado de concentración de propiedad de la empresa. La estructura de la propiedad repercute en las decisiones de endeudamiento, en la distribución de los resultados o en la rentabilidad de la empresa. Una mayor concentración de la propiedad motiva a los directivos a una gestión más eficiente, limitando la actitud inversora de los mismos.
- La gestión del conocimiento, una parte considerable de la creación de valor en las empresas está determinado por los activos de naturaleza inmaterial o intangible.

- Factores externos.
 - Los competidores, desalentar la entrada de nuevos competidores para mantener o acaparar incrementos de la demanda implicará apostar por estrategias de expansión mediante la inversión en nuevas instalaciones.
 - Los clientes, la fortaleza de los compradores en un sector o mercado determinado forzará la bajada de precios, manteniendo, o incluso incrementando, la calidad del producto o servicio por adquirir, obligando a los competidores a competir entre sí, lo cual incide de forma negativa en la rentabilidad de dichos suministradores.
 - Los proveedores, la fortaleza de los proveedores en determinados segmentos o mercados puede marcar el ritmo de los beneficios de los competidores si éstos a su vez no pueden repercutir en el incremento de los precios de los factores a sus clientes. Por tanto, una posición clara de la empresa para evitar dicha situación podría estar en la integración hacia atrás y la expansión hacia nuevos mercados tanto geográficos como de productos. Existen evidencias de cómo la demanda, las mejoras tecnológicas, la accesibilidad a créditos privados y el apoyo gubernamental, son considerados factores del macroentorno que condicionan las posibilidades de crecimiento de la empresa.
 - La demanda, es perfectamente plausible plantear que la demanda determina la actividad productiva de la empresa, dado que la decisión del consumidor viene determinada por el grado de aceptación del producto ofertado. Sin embargo, el empresario emprendedor no considera tal inconveniente una limitación inalterable, sino más bien un reto que se puede modificar a través de publicidad y programas de promoción de ventas agresivos.
 - Las mejoras tecnológicas, es importante considerar las ventajas tecnológicas, que permiten reducir los costos aumentando la especialización en el trabajo, introduciendo mayor automatización de la producción, técnicas de trabajo en cadena, sistemas mecanizados de transporte interno, grandes unidades de maquinaria capaces de producir cantidades mayores a costes unitarios menores, o cualquier otra modificación técnica similar en la organización productiva.

- La accesibilidad a créditos privados, una de las principales imperfecciones del mercado de capitales que afectan las decisiones de financiación es causada por la asimetría de información, según la cual, los suministradores de recursos financieros (accionistas y acreedores) disponen de una menor información de la empresa y de las características del proyecto por financiar, que los directivos.
- El apoyo gubernamental, García Pérez de Lema et al. (2001, p. 18) han comprobado que las ayudas públicas –más concretamente las subvenciones– tienen un efecto muy positivo en el riesgo financiero de las Pyme, observando, en dichas empresas, un importante incremento de su capacidad de devolución de la deuda.

Metodología

El método que se aplicó es el inductivo. La investigación reúne las condiciones metodológicas de correlacional. La unidad de análisis fue los empleados de las empresas de ropa deportiva. Las principales técnicas de investigación que se utilizaron en este estudio es el cuestionario para la recolección de información primaria y el análisis documental para la información secundaria. El cuestionario consta de dos partes. La primera parte está orientado a determinar la percepción de la gestión de los directivos y colaboradores de la empresa y consta de 41 preguntas sobre la gestión interna, gestión del micro entorno y gestión del macroentorno. La segunda parte está orientada a obtener información sobre la percepción sobre el crecimiento interno y externo y consta de 20 preguntas. El cuestionario fue sometido a prueba de validez por tres docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de Piura y arrojó un índice de 2.85 que se considera como Validez Fuerte. Para el análisis independiente de las variables se utilizó estadística descriptiva. Para la primera parte se calculó promedios pues las preguntas son de nivel de medición ordinal. Para la segunda parte del cuestionario se calcularon porcentajes pues las preguntas son de nivel de medición nominal. Para establecer la relación entre las variables se calculó el índice de correlación.

Resultados

Aspectos relacionados a la Gestión administrativa de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador.

1. Aspectos relacionados a la Gestión interna de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador.

La tabla 1 muestra que, entre los aspectos poco favorables se menciona a la falta de un sistema objetivo de recompensas, a la poca estimulación del desarrollo del personal, al poco aliento que se le da a la participación del personal en la planificación y la falta de retroalimentación.

Tabla 1 Valoración de los aspectos relacionados a Gestión interna

Aspectos	Media	Desviación estándar
1. La estructura refleja su estrategia de crecimiento	3,9	1,0
2. La estructura refleja las necesidades de especialización	3,9	1,0
3. La estructura refleja la departamentalización que ésta requiere	4,0	0,9
4. La estructura refleja el número de niveles jerárquicos	3,9	0,7
5. Se refleja la centralización y descentralizar la autoridad	4,1	0,5
6. En la empresa se reconoce la importancia de la comunicación	3,9	0,5
7. La comunicación llega a todos las unidades y niveles de ésta	3,7	0,5
8. La empresa utiliza varios canales y medios para comunicarse	4,0	0,7
9. La empresa entrega información requerida por el estado	4,1	0,7
10. Tiene identificada las necesidades de sus trabajadores	3,6	0,6
11. La empresa tiene sistemas objetivos de recompensas	3,1	0,8
12. Se reconoce la importancia de tener un trabajador motivado	3,7	0,6
13. En la empresa se estimula el desarrollo del personal	3,3	0,9
14. En la empresa se alienta la participación en la planificación	3,3	0,8
15. En la empresa se promueven las iniciativas personales	3,5	0,9
16. En la empresa se establecen objetivos desafiantes	3,5	0,8
17. En la empresa se favorecen y valoran las nuevas ideas	3,6	0,9
18. En la empresa los planes se convierten en realidad	3,9	0,4
19. En la empresa se favorece el trabajo en equipo	3,7	0,8
20. En la empresa se promueven niveles adecuados de conflicto	3,2	0,8
21. En la empresa se revisan los planes antes de ejecutarlos	3,7	0,7
22. En la empresa están definidas los criterios de supervisión	3,7	0,6
23. En la empresa se verifican los resultados, con los planificados	4,1	0,2
24. En la empresa la retroalimentación es de suma importancia	3,1	1,3

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

2. Aspectos relacionados a la Gestión del microentorno de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador.

La tabla 2, muestra que los promedios cercanos a los 4 puntos indican que las empresas tienen identificado el segmento de mercado a atender, monitorean las necesidades del cliente y tienen en cuenta sus expectativas, los promedios cercanos a los 3 puntos dejan entrever que las empresas no tienen sistemas de evaluación de la satisfacción de los clientes, tampoco tienen identificado a los competidores, ni se mantiene informada de sus estrategias.

Tabla 2 Valoración de los aspectos relacionados a la Gestión del Microentorno

Aspectos	Media	Desviación estándar
1. Se tiene identificado el segmento de mercado a atender	4,0	0,5
2. En la empresa se monitorea las necesidades del cliente	3,6	1,1
3. Se tiene en cuenta las expectativas de los clientes	3,8	0,8
4. Se tiene sistemas de evaluación de la satisfacción de los clientes	3,2	0,9
5. En la empresa se tienen identificado los proveedores	3,8	0,8
6. Se considera que las relaciones con los proveedores son importantes	4,2	0,5
7. En la empresa se evalúa la actuación de los proveedores	3,6	1,1
8. En la empresa se tiene identificado a los competidores	3,4	1,3
9. La empresa se mantiene informada de las estrategias de los competidores	2,7	0,8

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

3. Aspectos relacionados a la Gestión del macroentorno de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

En la tabla 3 se realiza el análisis de la gestión del macroentorno e indica que, si bien las empresas analizan las condiciones económicas del país, sin embargo, evalúan las condiciones sociales, culturales, políticas y tecnológicas del país

Tabla 3 Valoración de los aspectos relacionados a la Gestión del Macroentorno

Aspectos	Media	Desviación estándar
1. La empresa, evalúa las condiciones económicas del país	3,5	0,8
2. En la empresa se evalúa las condiciones sociales del país	3,3	0,9
3. En la empresa se evalúa las condiciones culturales del país	3,1	0,8
4. En la empresa se evalúa las condiciones políticas del país	3,1	0,8
5. En la empresa se conoce la estructura tecnológica del país	3,2	0,9

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva.

En la tabla 4 se indica que los promedios cercanos a los 4 puntos, dejan en claro que en general la gestión administrativa es valorada de manera favorable, producto sobretodo de la valoración favorable de la gestión interna y de la gestión del microentorno. Por el contrario, la valoración del macroentorno es considerada desfavorable, como lo indica el promedio cercano a los 3 puntos.

Tabla 4 Resumen de la valoración de los aspectos relacionados a las dimensiones de la Gestión del administrativo

Tipo de gestión	Media	Desviación típ.
Gestión administrativa	3,6	0,3
Gestión interna	3,7	0,3
Gestión del microentorno	3,6	0,4
Gestión del macroentorno	3,3	0,5

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

4. Aspectos relacionados al crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

Los resultados de la tabla 5 indican que solo el 44.5% han incrementado sus ventas durante los dos últimos años, periodo en el cual también el 45.5% han incrementado sus utilidades y el 40% su patrimonio; el 32.7% de empresas se han visto obligadas a contratar personal calificado, el 37.3%, se ha visto obligada a retener personal calificado con mejores remuneraciones, sólo el 27.3%, ha invertido en tecnología de operaciones y comercialización en los dos últimos años.

Tabla 5 Valoración de los aspectos relacionados al crecimiento interno de las empresas

Aspectos	Si		No		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1. Ha incrementado sus ventas en los dos últimos años	49	44,5%	61	55,5%	110	100,0%
2. Ha incrementado sus utilidades en los dos últimos	50	45,5%	60	54,5%	110	100,0%
3. La empresa ha incrementado el patrimonio de su empresa en los dos últimos años	44	40,0%	66	60,0%	110	100,0%
4. El crecimiento de la empresa ha obligado a contratar personal calificado	36	32,7%	74	67,3%	110	100,0%

5. El crecimiento de la empresa ha obligado a retener al personal calificado con mejores remuneraciones	41	37,3%	69	62,7%	110	100,0%
6. La empresa ha invertido en tecnología de operaciones y comercialización en los dos últimos años	30	27,3%	80	72,7%	110	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

Según los resultados de la tabla 6, sólo el 30% han incrementado sus puntos de venta en los dos últimos años, aunque la cifra que ha aumentado sus nuevas líneas de productos en su mercado actual es mucho más alta, 52.7%. Tampoco hay muchas empresas que han incursionado con nuevas líneas de productos en nuevos mercados; sólo el 28.2%, lo ha logrado. Por otro lado, la cifra que ha incrementado su cuota de participación en el mercado, solo es del 36.4% y mucho menor es la cifra que ha incursionado con líneas de productos actuales en nuevos mercados, según se desprende de la opinión del 16.4%. Sólo el 19.1% ha adquirido otras empresas, mientras que la cifra que participa como socia en otras empresas, es prácticamente nula (3.6%). Tampoco son muchas las empresas que forman alianzas con otras empresas (21.8%) o que han asumido otras actividades que anteriormente las contrataba a otras empresas (25.5%).

Tabla 6 Valoración de los aspectos relacionados al crecimiento externo de las empresas

Aspectos	Si		No		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1. La empresa ha incrementado sus puntos de ventas en los dos últimos años	33	30,0%	77	70,0%	110	100,0%
2. La empresa ha incrementado nuevas líneas de productos en su mercado actual	58	52,7%	52	47,3%	110	100,0%
3. La empresa ha incursionado con nuevas líneas de productos en nuevos mercados	31	28,2%	79	71,8%	110	100,0%
4. La empresa ha incrementado su cuota de participación en el mercado	40	36,4%	70	63,6%	110	100,0%
5. La empresa ha incursionado con líneas de productos actuales en nuevos mercados	18	16,4%	92	83,6%	110	100,0%
6. La empresa ha adquirido otras empresas	21	19,1%	89	80,9%	110	100,0%
7. La empresa participa como socia en otras empresas	4	3,6%	106	96,4%	110	100,0%
8. La empresa a formar alianzas con otras empresas	24	21,8%	86	78,2%	110	100,0%
9. La empresa ha asumido otras actividades	28	25,5%	82	74,5%	110	100,0%

que anteriormente los contrataba a otras empresas

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

Los resultados de la tabla 7 reflejan el resumen del crecimiento de las empresas de ropa deportiva; los promedios de entre 1 y 2 puntos dejan en claro que en general las empresas prácticamente no han crecido, ni en los aspectos internos, ni en los externos.

Tabla 7 Resumen de la valoración de los aspectos relacionados a las dimensiones del crecimiento empresarial

Dimensiones	Media	Desviación típ.
Crecimiento empresarial	1,8	0,9
Crecimiento interno	2,1	1,1
Crecimiento externo	1,3	1,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

5. Influencia de la gestión interna en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

En la tabla 8, al relacionar la gestión interna con el crecimiento empresarial, el crecimiento bajo se evidencia mayormente en las empresas que muestran una gestión interna regular, mientras que las que tienen un crecimiento medio, fundamentalmente tienen una buena gestión interna; la única empresa con una buena gestión interna, también evidencia un alto crecimiento empresarial. Los resultados evidencian que las empresas que crecen un poco más son las que evidencian una mejor gestión interna.

Tabla 8 Crecimiento empresarial en función de la Gestión interna

Gestión interna	Crecimiento empresarial								Total	
	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Regular	2	11,1%	16	88,9%	0	0%	0	0%	18	100,0%
Buena	24	26,4%	28	30,8%	38	41,8%	1	1,1%	91	100,0%
Muy buena	0	0%	0	0%	0	0%	1	100,0%	1	100,0%
Total	26	23,6%	44	40,0%	38	34,5%	2	1,8%	110	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

Contrastación de la hipótesis específica 1: La gestión interna contribuye al crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

En la tabla 9 se realiza el análisis de correlación y se indica que hay una correlación significativa (Sig.<0.05) entre la gestión interna y el crecimiento empresarial, sin embargo, la correlación es demasiado baja ($r=0.271<0.3$) como para tener implicancias prácticas. Este resultado no permite validar la hipótesis de investigación.

Sin embargo, es importante señalar que la gestión interna si evidencia una relación significativa (Sig.<0.05) importante con el crecimiento interno de las empresas de ropa deportiva, de manera que una mejor gestión interna, permite también un mayor crecimiento de los aspectos internos.

Tabla 9 Correlación entre la gestión interna y el crecimiento empresarial

		Crecimiento empresarial	Crecimiento interno	Crecimiento externo
Gestión interna	r	0,271(**)	0,465(**)	0,029
	Sig.	0,004	0,000	0,760

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

6. Influencia de la gestión del micro entorno en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

Los resultados de la tabla 10 muestran que el crecimiento muy bajo se presenta tanto en presencia de una gestión regular o buena del microentorno, según se observa en el 22.5% y 25%; en tanto que el crecimiento bajo se presenta cuando la gestión del microentorno es regular y el crecimiento medio cuando la gestión es buena o muy buena; en este caso no se observa un comportamiento que indique que el crecimiento empresarial mejor al mejorar la gestión del microentorno.

Tabla 10 Crecimiento empresarial en función de la Gestión del microentorno

Gestión del microentorno	Crecimiento empresarial									
	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Regular	9	22,5%	21	52,5%	10	25,0%	0	0%	40	100,0%

Buena	17	25,0%	23	33,8%	26	38,2%	2	2,9%	68	100,0%
Muy buena	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100,0%
Total	26	23,6%	44	40,0%	38	34,5%	2	1,8%	110	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

Contrastación de la hipótesis específica 2: La gestión del micro entorno influye en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

La tabla 11 muestra el análisis de correlación e indica por su parte que la gestión del microentorno no evidencia una relación significativa ($\text{Sig.} > 0.05$) con el crecimiento empresarial, lo que no permite aceptar la hipótesis de investigación.

Sin embargo, los resultados dejan en claro que la gestión del microentorno se evidencia una relación significativa indirecta ($\text{Sig.} < 0.05$, $r = -0.337$), con el crecimiento externo. Este resultado deja en claro que en la medida que las empresas solo se dediquen a reforzar la gestión de los aspectos internos, se reducirá el crecimiento externo.

Tabla 11 Correlación entre la gestión del microentorno y el crecimiento empresarial

		Crecimiento empresarial	Crecimiento interno	Crecimiento externo
Gestión del microentorno	r	0,024	0,160	-0,337(**)
	Sig.	0,800	0,094	0,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

7. Influencia de la gestión de la gestión del macro entorno en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

La tabla 12, demuestra que el crecimiento muy bajo se presenta básicamente cuando la gestión del macroentorno es buena, en tanto que el crecimiento bajo se refleja en las empresas con una gestión regular del macroentorno. El crecimiento medio se visualiza sobre todo en las empresas con una buena gestión del macroentorno. En este caso tampoco hay un patrón claro que indique que, al mejorar la gestión del macroentorno, mejore el crecimiento empresarial.

Tabla 12 Crecimiento empresarial en función de la Gestión del macroentorno

Gestión del macroentorno	Crecimiento empresarial									
	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Regular	11	14,7%	43	57,3%	20	26,7%	1	1,3%	75	100,0%
Buena	15	42,9%	1	2,9%	18	51,4%	1	2,9%	35	100,0%
Muy buena	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	26	23,6%	44	40,0%	38	34,5%	2	1,8%	110	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

Contrastación de la hipótesis específica 3: La gestión del macro entorno influye en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador

El análisis de correlación de la tabla 13, indica por su parte que la gestión del macroentorno no se relaciona de manera significativa (Sig.>0.05) con el crecimiento empresarial, lo que tampoco permite validar la hipótesis de investigación.

Tabla 13 Correlación entre la gestión del macroentorno y el crecimiento empresarial

Gestión del macroentorno	r	Crecimiento empresarial	Crecimiento interno	Crecimiento externo
		Sig.	0,061	0,235(*)
		0,524	0,013	0,010

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

8. Influencia de la Gestión administrativa en el crecimiento empresarial en las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador.

La tabla 14 muestra que el crecimiento muy bajo se presenta tanto en empresas que evidencian una gestión administrativa regular como en las que presentan una buena gestión, según se observa en el 22.2% y 24.3%; el crecimiento medio empresarial se refleja mayormente en las empresas con una gestión administrativa regular y el crecimiento medio en las empresas que muestran una buena gestión administrativa. Tampoco se observa un patrón claro que indique que, al mejorar la gestión administrativa, mejore el crecimiento de las empresas.

Tabla 14 Crecimiento empresarial en función de la Gestión Administrativa

Gestión Administrativa	Crecimiento empresarial									
	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Regular	8	22,2%	27	75,0%	1	2,8%	0	,0%	36	100,0%
Buena	18	24,3%	17	23,0%	37	50,0%	2	2,7%	74	100,0%
Muy buena	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	26	23,6%	44	40,0%	38	34,5%	2	1,8%	110	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

Contrastación de la Hipótesis general: La gestión administrativa influye en el crecimiento empresarial en las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja - Ecuador.

El análisis de correlación, Tabla 15, indica que la gestión administrativa evidencia una correlación baja ($r=0.142 < 0.3$) y no significativa ($\text{Sig.}=0.140 > 0.05$) con el crecimiento empresarial; este resultado no permite validar la hipótesis de investigación planteada.

No obstante, se debe tener en cuenta que la gestión administrativa si evidencia una correlación significativa ($\text{Sig.} < 0.05$) importante ($r=0.386 > 0.3$) con el crecimiento empresarial.

Tabla 15 Correlación entre los aspectos de la gestión administrativa y el Crecimiento empresarial

		Crecimiento empresarial	Crecimiento interno	Crecimiento externo
Gestión administrativa	r	0,142	0,386(**)	-0,212(*)
	Sig.	0,140	0,000	0,026
Gestión interna	r	0,271(**)	0,465(**)	0,029
	Sig.	0,004	0,000	0,760
Gestión del microentorno	r	0,024	0,160	-0,337(**)
	Sig.	0,800	0,094	0,000
Gestión del macroentorno	r	0,061	0,235(*)	-0,246(**)
	Sig.	0,524	0,013	0,010

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las empresas de ropa deportiva

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

DISCUSIÓN

Chiliquinga Unaicho, Edwin Patricio, de acuerdo a su estudio, los propietarios desconocen la constitución de sociedades y compañías unipersonales, más del 90% de las empresas son administradas por sus propietarios en forma empírica, carecen de un control de inventarios que le permiten programar de manera adecuada los planes de producción y establecer canales de distribución que le permita lograr mejores niveles de competitividad y lograr una mejor rentabilidad en el mercado. Para hacer un análisis comparativo se requiere contar con los parámetros que justifiquen cada una de las dimensiones establecidas en el mismo

Calderón & Saltos (2014), según el diagnóstico realizado tanto a los artesanos de la rama, así como también a los consumidores, se llegó a determinar que estas empresas son netamente empíricas, que no siguen ningún patrón teórico en cuanto al funcionamiento administrativo de sus negocios. Partiendo de la investigación de campo efectuada a través de la aplicación de encuestas se propone un modelo, enmarcado en el Ciclo de Deming, que comprende: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. Por lo tanto, estos resultados presentados por sus Autores no permiten hacer comparaciones con el presente estudio sobre las dimensiones Gestión Administrativa y Crecimiento Empresarial.

Ríos & Sarzosa (2014), analizaron el factor interno y el factor externo de la Empresa RIMA y determinaron la situación real de la empresa y proponen diseñar un sistema de control y evaluación permanente de producción, comercialización y gestión interna incorporando las innovaciones tecnológicas en todas las áreas de la empresa, impidiendo el desperdicio de materia prima, de energía y de insumos, a la vez que se optimice el tiempo activo de la mano de obra que labora en la planta, mejorando los canales y métodos de comercialización de los productos elaborados en RIMA llegando al mayor número de clientes y finalmente formando un equipo de mejora continua que lleve adelante el proceso realice las modificaciones y cambios en función de la calidad. Una vez conocido los resultados de los Autores, no permite hacer comparaciones con el presente estudio sobre las dimensiones Gestión Administrativa y Crecimiento Empresarial.

Conclusiones

Con el análisis de la información permite llegar a las siguientes conclusiones

El análisis de correlación indica que hay una correlación significativa entre la gestión interna y el crecimiento empresarial, sin embargo, la correlación es demasiado baja ($r=0.271 < 0.3$) como para tener implicancias prácticas. Este resultado no permite validar la hipótesis de investigación. “La gestión interna contribuye al crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador”.

El análisis de correlación indica por su parte que la gestión del microentorno no evidencia una relación significativa ($\text{Sig.} > 0.05$) con el crecimiento empresarial, lo que no permite aceptar la hipótesis de investigación. “La gestión del micro entorno influye en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador”

El análisis de correlación indica por su parte que la gestión del macroentorno no se relaciona de manera significativa ($\text{Sig.} > 0.05$) con el crecimiento empresarial, lo que tampoco permite validar la hipótesis de investigación. “La gestión del macro entorno influye en el crecimiento de las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja – Ecuador”

Referencias Bibliográficas

Bernal, César A.; Sierra, Hernán D. (2013). Proceso administrativo para las organizaciones del siglo xxi. Colombia: PEARSON.

Bueno, E. (2012). Organización de empresas. Madrid. España: PIRÁMIDE.

Calderón, J. S., & Saltos, W. (2014). Modelo de Gestión Administrativa para el Mejoramiento de la Competitividad del Sector Artesanal de la Confección Textil de Ropa Deportiva de la Ciudad de Guano en el año 2014. Maestría, Universidad Nacional de Chimborazo, Vicerrectorado de Investigación, Riobamba - Ecuador.

Castro, Y. (2007). Diagnóstico de la gestión administrativa de la empresa NYS distribuciones S.A. Tesis, Lara - Venezuela.

Chiavenato, I. (1989). Introducción a la teoría general de la administración. México: McGraw Hill.

Chiliquinga, E. P. (2013). La gestión administrativa y la optimización de los recursos empresariales del sector textil de la ciudad de Tulcán. Tesis de grado previo a la obtención del

título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing, Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía, Tulcán - Ecuador.

Daft, R. (2005). Teoría y diseño organizacional. México: Thomson.

Donnelly, James; Gibson, James L.; Ivancevich, John M. (1997). Fundamentos de dirección y administración de empresas. Colombia: Mc Graw Hill.

Fernández, Carlos; Galguera, Laura. (2009). Teoría de la comunicación. México: McGraw Hill.

Goodstein, L; Nolan, T.; Pleifer, W. (1998). Planeación estratégica aplicada. Colombia: McGraw Hill.

Gutiérrez, R. (2012). Propuesta de un plan de gestión administrativa financiera y operativa para el Auto Gut Mecanicentro.

Hellriegel, Don; Slocum, John. (2009). Comportamiento organizacional. México: CENGAGE - Learning.

Louffat, E. (2012). Administración: Fundamentos del proceso administrativo. Buenos Aires. Argentina: CENGAGE Learning.

Marín, J. A. (2012). Crecimiento y Desarrollo de Empresas Comunitarias. Maestro en Ciencias, Instituto Politécnico Nacional, Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería i Ciencias Sociales y Administrativas, Iztacalco - México.

Mintzberg, H. (1979). The Structuring of Organizatons. México: Prentice Hall.

Robbins, S.P.; Coutler, M. (1995). Administración. México: Prentice Hall - Hispanoamericana S.A.

Yáñez, T. (2004). Propuesta de mejora del proceso administrativo, financiero de una institución de asistencia privada. Tesis de Maestría en Administración, Instituto Politécnico Nacional, Unidad Profesional interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas, México.