



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniero en  
Contabilidad y Auditoría CPA.**

**Tema:**

---

**“El encadenamiento productivo y la competitividad de las pequeñas y medianas  
empresas textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón  
Latacunga”**

---

**Autor:** Coba Cepeda, Franklin Eduardo

**Tutor:** Dr. Mantilla Falcón, Luis Marcelo Mg.



**Ambato – Ecuador**

**2019**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Dr. Luis Marcelo Mantilla Falcón Mg., con cédula de identidad N° 050164852-1 en mi calidad de tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“EL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL POPULAR “EL SALTO” DEL CANTÓN LATACUNGA”** desarrollado por Franklin Eduardo Coba Cepeda, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Junio 2019

**TUTOR**



.....

Dr. Luis Marcelo Mantilla Falcón Mg.

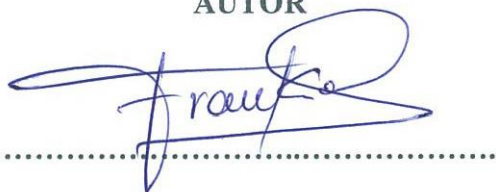
C.I. 050164852-1

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Franklin Eduardo Coba Cepeda con cédula de identidad N° 050406119-3 tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el presente proyecto de investigación, bajo el tema: **“EL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL POPULAR “EL SALTO” DEL CANTÓN LATACUNGA”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Junio 2019

AUTOR



Franklin Eduardo Coba Cepeda

C.I. 050406119-3

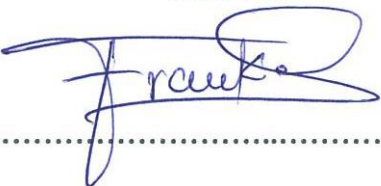
## **CESIÓN DE DERECHOS**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga uso de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Junio 2019

**AUTOR**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Franklin', is written over a horizontal dotted line.

Franklin Eduardo Coba Cepeda

C.I. 050406119-3

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: **“EL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL POPULAR “EL SALTO” DEL CANTÓN LATACUNGA”**, elaborado por Franklin Eduardo Coba Cepeda, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Junio 2019



Econ. Mg. Diego Proaño

**PRESIDENTE**



Econ. Rosario Vásquez

**MIEMBRO CALIFICADOR**



Dra. Rocío Cando, PhD.

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación está dedicado en primer lugar y más importante a Dios, quien me guió, me dio las fuerzas, así como la sabiduría, inteligencia y bendiciones a lo largo de mi carrera y la vida misma.

A mis padres, mis hermanos, mi esposa y mi amado hijo quienes han sido el pilar fundamental en este camino a lo largo de mi carrera profesional, a mis tíos, primos, quienes han estado conmigo en las buenas y malas situaciones educándome mediante sus valiosos consejos además de apoyo tanto moral como económico, mis sobrinos quienes me brindan su amor incondicional, a mis amigos de clase, con quienes he compartido este largo camino, a mis profesores que me impartieron sus vastos conocimientos para cumplir mi meta, así como a todos quienes conforman parte de mi vida.

**Franklin Eduardo Coba Cepeda**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios quién me dio la salud, las fuerzas para salir adelante en varios percances de la vida, además de la inteligencia y sabiduría para culminar esta etapa de mi carrera universitaria, a mis padres por el inmenso esfuerzo que hicieron, sus valiosos consejos siempre, a mi esposa, mi hijito amado y a mis hermanos por siempre estar pendientes de mí y a mi lado apoyándome, mis tíos y mis primos quienes me dieron siempre una palabra de aliento y apoyo incondicional para salir adelante ante las adversidades de la vida, gracias infinitas por cada consejo y apoyo incondicional recibido de su parte.

Mil gracias al Dr. Marcelo Mantilla quien me dio su apoyo incondicional y me compartió sus vastos conocimientos para que yo pudiera desarrollar y culminar el presente proyecto de investigación, gracias a todos los docentes de la Facultad que despertaron en las cualidades de perseverancia, ética, responsabilidad y esfuerzo para mi futuro profesional.

**Franklin Eduardo Coba Cepeda**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:** “EL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL POPULAR “EL SALTO” DEL CANTÓN LATACUNGA”

**AUTOR:** Franklin Eduardo Coba Cepeda

**TUTOR:** Dr. Luis Marcelo Mantilla Falcón, Mg.

**FECHA:** Junio 2019

**RESUMEN EJECUTIVO**

En el Ecuador las pequeñas y medianas empresas son importantes fuentes de empleo por su número. Actualmente diversos sectores son los que influyen significativamente al crecimiento del país, entre ellos se puede evidenciar el textil, comercial, industrial, etc. En la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga la situación es la misma, por lo cual la investigación está encaminada al análisis de los encadenamientos productivos y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga. La población está comprendida por 496 pymes dentro del Centro Comercial y mediante la fórmula de la muestra para poblaciones finitas se obtuvo como resultado 203 pymes, dicho estudio se basó en la recolección de datos obtenidos de papers, periódicos, repositorios de revistas científicas tales como Elsevier; Scopus; Redalyc; Dialnet; etc. El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado previamente con preguntas abiertas y cerradas sujetas a escala de Likert, luego de haber sido aplicadas las encuestas dirigidas a los propietarios de las pequeñas y medianas empresas textiles, se pudo analizar los datos y se podrá responder a los objetivos planteados, concluyendo el presente proyecto con información real, reflejando la situación actual de las empresas en estudio y aportando conclusiones y recomendaciones eficaces que facilitaron el diseño e implementación de estrategias que ayuden a implementar los encadenamientos productivos, lo cual permitirá mejorar la competitividad de las pymes.



**PALABRAS DESCRIPTORAS:** ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO, COMPETITIVIDAD, SECTOR TEXTIL, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, PRODUCTIVIDAD.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO**  
**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING**  
**ACCOUNTING AND AUDITING CAREER**

**TOPIC:** "THE PRODUCTIVE LINKAGE AND THE COMPETITIVENESS OF THE SMALL AND MEDIUM TEXTILE COMPANIES OF THE POPULAR SHOPPING CENTER " EL SALTO " OF LATACUNGA CITY"

**AUTHOR:** Franklin Eduardo Coba Cepeda

**TUTOR:** Dr. Luis Marcelo Mantilla Falcón, Mg.

**DATE:** June 2019

**ABSTRACT**

In Ecuador, small and medium enterprises are important sources of employment by their number. Currently, several sectors are those that significantly influence the growth of the country, among them textile, commercial, industrial, etc. can be evidenced. In the province of Cotopaxi, Latacunga City, the situation is the same, which is why the research is directed to the analysis of the productive linkages and the competitiveness of the small and medium textile enterprises of the Popular Shopping Center "El Salto" of the Latacunga City. The population is comprised of 496 pymes within the Commercial Center and using the formula of the sample for finite populations resulted in 203pymes, this study was based on the collection of data obtained from papers, newspapers, repositories of scientific journals such as Elsevier; Scopus; Redalyc; Dialnet; etc. The instrument used was a questionnaire structured previously with open and closed questions subject to the scale of Likert, after having been applied the surveys directed to the owners of the small and medium textile enterprises, the data could be analyzed and the objectives could be met raised, concluding this project with real information, reflecting the current situation of the enterprises under study and providing conclusions and effective recommendations that facilitated the design and implementation of strategies to help implementing the productive linkges, which will improve the competitiveness of this pymes.

**KEYWORDS:** PRODUCTIVE LINKAGE, COMPETITIVENESS, TEXTILE SECTOR, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES, PRODUCTIVITY.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv

### CAPÍTULO I

#### INTRODUCCIÓN

1.1	Justificación.....	1
1.1.1	Justificación teórica .....	1
1.1.2	Justificación metodológica (viabilidad).....	5
1.1.3	Justificación práctica.....	6
1.1.4	Formulación del problema de investigación.....	6
1.2	Objetivos .....	6
1.2.1	Objetivo General.....	6
1.2.2	Objetivos Específicos .....	7

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1	Revisión de Literatura .....	8
2.1.1	Antecedentes investigativos.....	8
2.1.2	Fundamentos teóricos .....	15
2.2	Hipótesis.....	26

**CAPÍTULO III  
METODOLOGÍA**

3.1	Recolección de la Información .....	27
3.2	Tratamiento de la Información.....	30
3.3	Operacionalización de las variables .....	32

**CAPÍTULO IV  
RESULTADOS**

4.1	Resultados y discusión .....	38
4.2	Verificación de hipótesis.....	65
4.3	Limitaciones del estudio .....	67

**CAPÍTULO V  
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1	Conclusiones .....	68
5.2	Recomendaciones.....	69
	Referencias Bibliográficas .....	70

**ANEXOS**

	Anexo A. Cuestionario.....	80
--	----------------------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 3.1 PYMES textiles del C.C.P. “El Salto” del cantón Latacunga.....	27
Tabla 3.2 Variable independiente: Encadenamiento Productivo .....	33
Tabla 3.3 Variable dependiente: Competitividad.....	34
Tabla 4.1 Género .....	38
Tabla 4.2 Edad .....	39
Tabla 4.3 Instrucción.....	39
Tabla 4.4 Proveedores .....	41
Tabla 4.5 Consumidores.....	41
Tabla 4.6 Años .....	42
Tabla 4.7 Número de locales.....	42
Tabla 4.8 Encadenamiento Productivo .....	43
Tabla 4.9 Ventajas Competitivas .....	45
Tabla 4.10 Competitividad.....	45
Tabla 4.11 Rentabilidad .....	46
Tabla 4.12 Productividad .....	47
Tabla 4.13 Gastos.....	47
Tabla 4.14 Utilidades .....	48
Tabla 4.15 Análisis de correlaciones internas entre las variables de investigación...	50
Tabla 4.16 Prueba de KMO para encadenamientos productivos .....	54
Tabla 4.17 Matriz de varianza total explicada para encadenamientos productivos...	54
Tabla 4.18 Matriz de componentes del encadenamiento productivo .....	57
Tabla 4.19 Análisis de componentes rotados de encadenamientos productivos.....	58
Tabla 4.20 Matriz de transformación de componentes de encadenamientos.....	59
Tabla 4.21 Prueba de KMO para competitividad.....	60
Tabla 4.22 Matriz de varianza total explicada para competitividad .....	60
Tabla 4.23 Matriz de componentes de competitividad .....	62
Tabla 4.24 Análisis de componentes rotados de competitividad .....	63
Tabla 4.25 Matriz de transformación de componentes de competitividad .....	63
Tabla 4.26 Proyecciones .....	67

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 2.1 Diagrama de un encadenamiento productivo.....	15
Gráfico 4.1 Número de personas.....	40
Gráfico 4. 2 Número de empleados.....	40
Gráfico 4. 3 Criterio de calidad.....	44
Gráfico 4.4 Criterio de calidad de la competitividad .....	46
Gráfico 4.5 Sedimentación de encadenamientos productivos.....	56
Gráfico 4.6 Componentes en espacio rotado de encadenamientos productivos .....	59
Gráfico 4.7 Sedimentación de competitividad .....	61
Gráfico 4.8 Componentes en espacio rotado de competitividad.....	64
Gráfico 4.9 Curva de regresión ajustada: encadenamiento y competitividad.....	66

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación

#### 1.1.1 *Justificación teórica*

Durante la última década el Ecuador ha experimentado un proceso de cambio de la matriz productiva el cual ha generado importantes transformaciones en varios sectores productivos, pues, es necesario que el país implemente una política de competitividad para mejorar la participación de las empresas en mercados globalizados, así como lo menciona Cárdenas Basto (2015, pág. 10):

Es necesaria una política de competitividad que genere acciones capaces de mejorar la participación de los países y las empresas en los mercados globalizados e interdependientes del mundo actual. Con la creciente competitividad, las empresas pueden absorber el progreso técnico e innovar para agregar mayores niveles de valor a los bienes y servicios exportados.

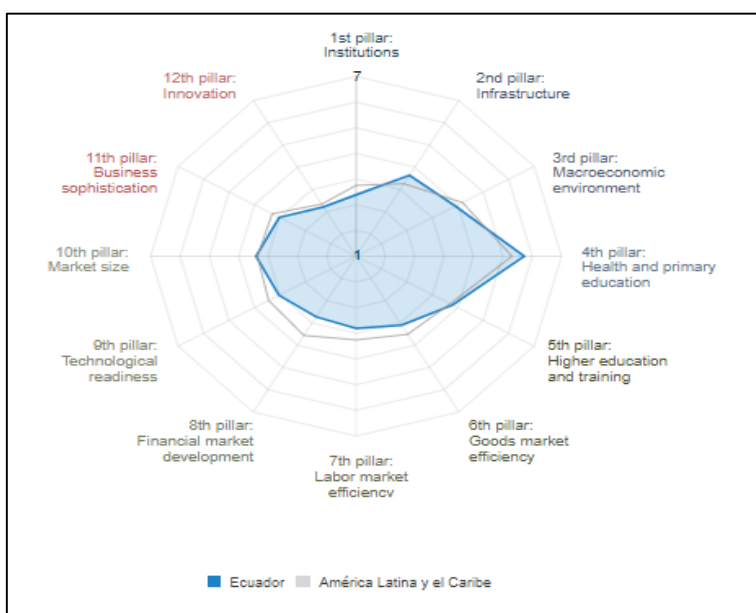
Si bien es cierto, el principal objetivo de una economía es crear productos en ambientes que los lleven a generar un aumento de la competitividad, productividad y empleo, además, lograr buenas relaciones locales e internacionales y adoptar nuevas tecnologías, pero esto, es complicado de conseguirlo por la fuerte competencia internacional, así como lo mencionan Villamil & Hernández (2016, págs. 1-2) “Es claro que la competencia en el mercado internacional obliga a la industria a ofrecer productos a precios competitivos y con altos estándares de calidad”. De igual manera argumentan que “cada vez es más importante conocer en profundidad el sistema productivo de una economía, identificar los sectores que puedan generar fuertes impulsos productivos al resto de la economía y buscar posibles sinergias entre ellos”.

En palabras de Cárdenas Basto (2015, pág. 11) “Un encadenamiento debe ser entendido como una estrategia que permite fortalecer la competitividad de las empresas que se convierten en proveedoras de empresas internacionales, mediante el abastecimiento de productos y servicios de calidad, lo que garantiza clientes importantes”. Entendiendo con esta definición que las empresas deben aplicar el encadenamiento productivo con otras empresas como herramienta de apoyo para lograr tanto competitividad como participación en mercados no solo locales, sino internacionales.

De acuerdo con esta definición la situación económica en Ecuador de acuerdo con Diario La Hora (2018) es que:

El sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo, con más de 174.000 puestos de trabajo, los cuales representan el 21% de los que produce la industria manufacturera del país, según cifras oficiales y a su vez las ventas del sector textil fueron de \$1.313 millones en 2016 y representaron el 5% del sector manufacturero, y supuso el 8% del producto interno bruto industrial entre 2007 y 2015. El sector textil mantiene encadenamientos con 33 ramas productivas y las exportaciones suman \$81 millones (párr. 1-2).

Lo anterior evidencia una buena aplicación de encadenamientos productivos a nivel nacional por parte de las Pymes lo cual se traduce en una mejora en la competitividad nacional, no obstante en comparación con el resto de países de acuerdo con la información tomada como referencia al Foro Económico Mundial (2017), Ecuador se ubica en el puesto 97 de entre 137 países, con un índice de competitividad de 3,9 sobre 7; siendo estos factores muy débiles en cuanto a competitividad mundial en diferentes aspectos, tal como se puede observar en el siguiente gráfico:



**Gráfico 1.1 Índice de Competitividad Global**

**Fuente:** Fondo Monetario Internacional

**Elaborado por:** Foro Económico Mundial (2017)

En pro de mejorar esta situación, se hace necesaria la intervención del Estado mediante proyectos de fomento a encadenamientos productivos, así como la intervención de los representantes empresariales de las Pymes del país, con el fin de elaborar y establecer estrategias para el fortalecimiento de estos factores críticos, es decir, incentivar a los



empresarios a establecer encadenamientos productivos entre sus empresas, puesto que de esta manera la sociedad en su conjunto logrará un incremento en sus niveles de productividad y, por ende, un aumento en la competitividad nacional.

La provincia de Cotopaxi no tiene como su fuerte el sector textil puesto que la provincia se ha distinguido históricamente por ser una de las regiones más productivas en el ámbito industrial y agricultura. En efecto, de acuerdo con El Comercio (2017) “el sector también se ha visto afectado por la falta de control en las fronteras, por donde pasa mucha mercadería de contrabando” (párr. 4). Además, destaca que "El sector textil es uno de los sectores priorizados dentro de la política industrial por la alta generación de empleo, alto potencial exportador y la calidad" (párr. 7).

Por tal razón, en los últimos años, el gobierno ha priorizado a este sector por medio de proyectos encaminados a lograr su fortalecimiento. Es muy importante, sin duda que las Pymes cotopaxenses se acojan a estos proyectos, con el fin de dar solución a esta problemática existente de la baja competitividad en el sector textil de Cotopaxi.

Es cierto, que para las pequeñas y medianas empresas es aún difícil adoptar una cultura de encadenamiento productivo, puesto que, a diferencia de sus grandes competidores a nivel nacional, éstas poseen escasos recursos financieros, baja capacidad de gestión además de poca experiencia técnica.

De ahí es pertinente incentivar a los dueños o administradores de las PYMES textiles sobre la adopción de nuevos encadenamientos productivos como factor para mejorar su productividad y, por ende, incrementar su nivel de competitividad, de esta manera la región y el país logrará obtener un mejor índice de competitividad mundial.

A pesar de que el sector textil es el segundo sector más importante en la economía nacional por generar mayores fuentes de empleo a nivel nacional; el cantón Latacunga tiene problemas a nivel de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, especialmente en lo que respecta a encadenamientos productivos.

En el Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga existen varias pequeñas y medianas empresas, la cuales deberían desarrollar encadenamientos productivos para trabajar en conjunto entre ellas, para incrementar su productividad.

En el país son muy escasos los estudios que se han realizado acerca de encadenamientos productivos en comparación a otros países, y en Latacunga no existen investigaciones relacionadas con este tema de estudio.

Según los antecedentes antes mencionados, se considera que la presente investigación es pionera y por lo tanto contribuirá con información importante y relevante para que las Pymes adopten encadenamientos productivos para poder mejorar su productividad y ser más competitivos en el cantón Latacunga y porque no a nivel nacional, además los resultados obtenidos servirán como base de apoyo para nuevas investigaciones.

De acuerdo con el Ministerio de Industria y Productividad (2017)

Mejorar la productividad y competitividad de la industria, impulsar la inversión privada a través de incentivos tributarios, mejorar resultados de la balanza comercial y de servicios para fortalecer la dolarización, son parte de los compromisos que tiene el Ministerio de Industria y Productividad en el desarrollo productivo e industrial del Ecuador frente a un nuevo mandato (párr. 1).

En consecuencia, es labor de los encargados de la política local diseñar estrategias encaminadas al incremento de la productividad con herramientas como encadenamientos en las PYMES del cantón Latacunga para de esta manera mejorar los índices de competitividad basados en el incremento de sus niveles de productividad.

Otro tema abordado por el Ministerio de Industria y Productividad (2017) es:

La implementación de una Red Nacional de Centros de Desarrollo Empresarial Ciudadano en articulación con el sector privado y académico, que impulsará el desarrollo empresarial territorial a través de la prestación de servicios especializados, con los que se aspira fomentar asociatividad empresarial, inclusión productiva a escala nacional, generación de encadenamientos y acceso a financiamiento para la pequeña industria (párr. 5).

En este marco es muy importante que los empresarios conozcan que el gobierno promueve el desarrollo empresarial por medio de los encadenamientos, lo cual beneficiará a las pequeñas y medianas empresas, porque de esta manera lograrán mejorar sus niveles de productividad y naturalmente serán más competitivas en el mercado local.

### ***1.1.2 Justificación metodológica (viabilidad)***

Actualmente para empresarios y productores es necesario e importante saber acerca de encadenamientos productivos puesto que gracias a este factor las pequeñas y medianas empresas pueden mejorar su productividad y por tanto su competitividad tanto local como internacionalmente.

En palabras de Arango (2014) “Los encadenamientos productivos, la competitividad, la productividad basada en la innovación, y la internacionalización de las empresas, son los cuatro ejes principales de la política industrial moderna del país para que los empresarios crezcan, compitan, generen empleo y conquisten nuevos mercados” (párr. 1). En Ecuador se evidencia un extenso conocimiento y aplicación por parte de empresarios de encadenamientos productivos, así como lo indica EKOS NEGOCIOS (2016, pág. 48): “La industria textil se establece como un sector diverso en la economía por su extenso encadenamiento con otras industrias”. Así como también, menciona que 2015 representó “alrededor del 0,8% en el PIB nacional y generó cerca de 166.000 empleos directos, lo que le ha llevado a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea luego del sector de alimentos, bebidas y tabaco” (pág. 48).

Según información del Servicio de Rentas Internas (SRI), en 2014 se registraron 224 empresas en el sector con ingresos superiores a USD 100.000, cifra que sustenta un crecimiento del 0,7% respecto al año anterior, ocupando el 0,66% de la participación de los ingresos del total nacional de empresas y mantiene una rentabilidad (utilidad/ingreso) promedio de 2,1% (EKOS NEGOCIOS, 2016, pág. 48).

A pesar del conocimiento nacional de las Pymes del sector textil, en el cantón Latacunga se puede evidenciar la inexistencia de encadenamientos productivos, así como el desconocimiento de esta temática por parte de los empresarios, el desconocimiento en aspectos de gran trascendencia como son las TIC, así como también se puede evidenciar una baja productividad y por ende y una débil competitividad con otras empresas.

Es muy importante señalar que el estudio se ha enfocado al sector textil de las PYMES del Centro Comercial Popular “El Salto” por constituir este sector una de las partes importantes de la economía nacional. Por consiguiente, se considera muy importante contribuir de cierta manera en promover a las PYMES al desarrollo de nuevos encadenamientos productivos.

En lo que respecta a la factibilidad del estudio de esta investigación, cabe recalcar que la información provendrá de fuentes oficiales, de igual manera, el investigador efectuará encuestas a empresarios del sector de estudio con el fin de obtener datos confiables y actuales; para lo cual se empleará recursos materiales, tecnológicos y económicos propios puesto que no es una investigación que demande de mucho tiempo y recursos económicos.

### ***1.1.3 Justificación práctica***

En cuanto a los beneficiarios, la finalidad de la investigación es contribuir al desarrollo de nuevos encadenamientos productivos locales si bien es cierto, al culminar la investigación se espera proporcionar a los pequeños empresarios alternativas de aplicación de clústeres o encadenamientos como medio para mejorar su competitividad.

En síntesis, la investigación aporta no solo en la generación de nuevo conocimiento para los empresarios sino también contribuye como una mejor alternativa para el sector Pyme textil y de la sociedad en su conjunto; puesto que, se trata de un tema poco estudiado y a la vez de actual trascendencia, se espera que los resultados que genere sean de gran utilidad para los empresarios en el diseño de planes y políticas que ayuden a solucionar el problema investigado.

### ***1.1.4 Formulación del problema de investigación***

¿Cómo se relaciona el encadenamiento productivo y la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga?

## **1.2 Objetivos**

### ***1.2.1 Objetivo General***

Determinar la relación entre el encadenamiento productivo y la competitividad de las PYMES textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga para la toma de decisiones comerciales del sector.

### ***1.2.2 Objetivos Específicos***

- ✓ Evaluar el encadenamiento productivo que maneja el sector textil del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga para la comprensión de sus fortalezas y debilidades.
- ✓ Analizar el índice de competitividad que tiene el sector textil del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga para el mejoramiento de su productividad.
- ✓ Valorar una alternativa de solución para el mejoramiento de la competitividad en función del encadenamiento productivo alrededor de las PYMES textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Revisión de Literatura

##### 2.1.1 *Antecedentes investigativos*

Efectuando una revisión sistemática de investigaciones realizadas tanto a nivel nacional como internacional acerca de las variables de estudio se han obtenido las siguientes publicaciones:

El primer aporte sobre encadenamientos productivos se dio en la década de los años 90 y lo hizo el economista estadounidense de origen alemán Albert Hirschman reconocido por su trabajo orientado a encadenamientos entre los sectores productivos de acuerdo como lo reconocen en su trabajo de grado Nova Molano & Rincón Carranza (2017, pág. 16) “Su aporte se orientó a los encadenamientos entre los sectores productivos teniendo en cuenta cuales eran las fortalezas que tenía cada región y por qué no se están aprovechando ni están siendo explotadas para suplir las necesidades internas”, así como también reconoce que “sus principales obras fueron la Estrategia del Desarrollo Económico, la Industrialización, la Teoría del Desarrollo y finalmente la Teoría de los Encadenamientos hacia adelante y hacia atrás” (pág. 16).

La finalidad del estudio de Grandes Navarro (2018) en su obra “Encadenamiento productivo del chocho (*Lupinus mutabilis sweet*) como dinamizador del desarrollo económico local endógeno en el Cantón Sigchos”, menciona que debido al bajo nivel de educación de este sector existe un porcentaje más alto de pobreza, pues la mayoría de los integrantes se dedican a la actividad agrícola de igual manera determinó que basándose en el análisis del sistema agroalimentario del cantón, se identificó que la producción agrícola local del chocho, es una actividad cuya estructura de costos, comprende una inversión que es \$1.000 por otro lado los productores consiguen disminuir sustancialmente los riesgos que generalmente tienen en un encadenamiento productivo; b) los transportistas dinamizan el comercio y no incrementan significativamente los costos en la comercialización del producto; y, c) los ingresos que captura la planta de procesamiento, recirculan en la localidad y se utilizan a favor de los socios de GOSICH.

Es así que se termina que este caso de estudio refleja la posibilidad de generar desarrollo económico local, el mismo que requiere un apoyo multidisciplinario que se enfoque en generar un ambiente propicio para la iniciativa local, con el apoyo constante de los actores locales, los mismos deben liderar los procesos, con la finalidad de que estos atiendan las necesidades locales.

Se cuenta con la investigación de Benavides (2009) donde menciona que en la actualidad el sector turístico es una importante alternativa de desarrollo empresarial a nivel local y mundial, pues en un contexto global las actividades de turismo generan un alto ingreso económico para los ciudadanos y las empresas que apoyan a este sector.

En efecto, los modelos de gestión empresarial deben estar en constante actualización según las diversas exigencias del entorno globalizador, razón por la cual, las micro y pequeñas empresas requieren de una visión estratégica y de generación de calidad, esto quiere decir que las organizaciones deben estar en constantes cambios, los mismos deben generar un beneficio a la institución administrativa o de servicios a largo plazo, manteniendo un cambio paulatino de los procesos de producción y venta, los mismos deben estar enfocados a generar nuevos productos y servicios que satisfagan las demandas del consumidor.

Para el sector textil es una circunstancia similar, pues no solo se deben adaptar a los beneficios que les brinda el sector donde reside el negocio, también se debe identificar las necesidades y gustos tanto de los habitantes de la ciudad como de los visitantes.

Bekerman & Cataife (2001) mencionan que el encadenamiento productivo se enfoca a los diversos mecanismos y actividades que se involucran en la productividad de un nuevo producto; pues no solo interviene la logística y maquinaria a emplear para la generación de un nuevo producto, de la misma manera se involucran otras diversas áreas como procesos, como el diseño, el marketing y la venta del mismo dentro del mercado. La noción alcanza un nivel de generosidad tal que incluye una multitud de estructuras productivas diferentes, aun aquellas ligadas esencialmente por relaciones puras de mercado.

Por otro lado únicamente no solo se deben considerar estas actividades como parte de producción y encadenamiento de actividades, puesto que de igual manera existen

relaciones puras de mercado, las mismas se enfatizan por otro lado a todas las actividades y desiciones externas, por parte del proveedor y consumidor del producto, como por ejemplo los precios finales de los productos, los mismas que se pueden determinar por medio de un acuerdo entre dos o mas organizaciones, las mismas pueden o no estar ancladas en el mismo sector, pero se pueden unir a traves de un cotrato fijado para beneficiar a mabas partes por igual.

Según Martínez Camacho (2011) en su investigación menciona que la producción a escala industrial es aquella que genera productos de consumo a un nivel mayor, pues aquí se enfocan las grandes empresas a nivel mundial como transnacionales, las mismas que son mucho más grandes que una empresa nacional, y no solo por su tamaño físico o número de empleados, sino por la gran producción diaria que las mismas mantienen. Estas empresas se han adaptado a las exigencias y al crecimiento tecnológico que ha incrementado en los últimos años, y se han adaptado de una manera rápida y expansiva al mercado internacional.

Además, aduce que las pequeñas y medianas empresas (Pymes) pueden verse perjudicadas, pues las mismas no cuentan con el tamaño suficiente para generar una alta producción o realización de encadenamientos productivos entre las areas, pues las mismas son mucho mas pequeñas, el tamaño y el acceso al financiamiento y la infromación son muy aisladas, no cuentan con esta accesibilidad.

Es por ello que se debe considerar como un tema prioritario, el desarrollo de un sector Pyme fortificado para toda America Latina, pues el mismo puede beneficiar a toda la población de un país, generando mas fuentes de trabajo, acceso a una mejor tecnologia, mejoramiento continuo e investigacion de procesos de produccion alternativas, de igual manera es de vital importancia que las instituciones de educación superior amplien su malla curricular, permitiendo que los estudiantes amplien su conocimiento y aporten nuevas ideas o mecanismos a la forma tradicional de produccion, permitiendo que las Pymes generen altos ingresos económicos a largo plazo o un momento determinado.

De acuerdo con Hernández Sánchez (2013) en su investigacion menciona que el encadenamiento hacia atrás conduce a una nueva versión en instalaciones proveedoras de insumos y los enlaces hacia adelante conducen a la inversión en instalaciones empleadoras de productos, añadiendo enlaces de consumos que se genera por medio de



un bien primario exportado, que en cierto nivel mínimo demanda que puede abastecerse localmente.

Es así que se puede decir que el encadenamiento hacia atrás, se relacionan a aquellas inversiones necesarias para proveer de insumos a un proceso productivo, esto se refiere a una importación directa de maquinaria esencial para la producción de una empresa industrial, mientras que por otro lado el encadenamiento hacia atrás es llamada así porque la dirección de la inversión acontece desde el producto terminado hacia las materias primas que se utilizan en la fabricación de un nuevo producto, así como las materias semiprocesadas, de la misma manera a las máquinas y materias que se requieren durante este proceso.

Dentro de cualquier industria procesadora es importante reconocer este tipo de encadenamientos, pues aunque empleen los similares materiales o personal para controlar su estado de calidad, no tienen la misma finalidad una vez terminados. Del primero se considera a la maquinaria directa, mientras que el resultado del segundo puede ser vendido y utilizado por otra empresa como insumo principal, por ejemplo la fabricación de materiales plásticos, los mismos que pueden utilizados por una segunda empresa como gavetas o recipientes para enlatados.

Se cuenta con el estudio de Nova Molano & Rincón Carranza (2017) en su obra “Alianza del Pacífico al Este de Asia. Un encadenamiento productivo agroindustrial”, menciona que cada uno de estos países poseen de manera individual su propio enfoque productivo, esto es de acuerdo a la riqueza de sus suelos, al comercio individual de cada uno y las normas, técnicas y políticas que ha implementado cada uno de sus gobiernos; cada uno de estos países integran la Alianza del Pacífico, los mismos han buscado crear beneficios por medio de las oportunidades que presenta el sector agroindustrial dentro del territorio nacional, donde se vinculan todo tipo de empresas en el sector público y privado. Por este motivo es importante analizar detalladamente los encadenamientos productivos existentes en cada país, con el fin de evidenciar los principales productos potenciales y las diversas oportunidades que presenta el sector para establecer un posible encadenamiento entre los países del este de Asia.

Por su cuenta propia estos países poseen un encadenamiento o clúster importantes, en donde se resaltan productos de calidad y de exportación, por ejemplo Chile es el quinto

exportador de vino del mundo, exportando a nivel mundial cerca del 60% de vino a otros países como Estados Unidos, Europa y Asia. Por lo tanto este país es reconocido como el máximo exportador mundial del vino de la mejor calidad, entre otros productos que el mismo país exporta son frutas certificadas internacionalmente, hortalizas, carne bovina y ovina. Perú por su parte tiene tres clústeres relacionados con el sector agroindustrial, elaborando y comercializando conserva y pescado congelado, además de la exportación de palta, espárrago, fresco, uva, fresca y cítricos. Y por último la exportación internacional total del 58% de café destinado al centro de Junín. México por otro lado cuenta con dos clústeres, el primero se dedica a la producción y comercialización de agave azul o tequila, por otra parte el segundo clúster se dedica a la comercialización de frutas y hortalizas, como: naranja, cardel, chayote y papaya. Estos clústeres se encuentran en un lugar estratégico cerca de los puertos para disminuir los costos de transporte.

Colombia por su lado posee cuatro clústeres, el primero se dedica a la producción y comercialización de banano, mejorando constantemente su calidad, generando así competitividad con otras empresas, el segundo clúster pertenece a la comercialización de fruta fresca, el tercer clúster corresponde a la exportación de cacao y por último el cuarto clúster corresponde a la producción y exportación de café, producto estrella de este país.

De esta manera se demuestra que cada país evidencia la creación y aprovechamiento de clústeres de frutas, hortalizas y demás productos, pues los mismos son los máximos productos potencializadores del comercio.

Según Fuentes & Sastré Gutiérrez (2001) en su investigación mencionan que los encadenamientos interindustriales son en sí las relaciones entre las diversas ramas de actividad como oferentes o demandantes de insumos intermedios, esto permite que se seleccionen industrias clave en función de la importancia de las interdependencias que pueden cuantificarse, esto se interpreta como todas las actividades económicas e industriales que tienen la misma capacidad y por ende se puede interactuar.

Chenery y Watanabe efectuaron una cuantificación de los encadenamientos seleccionando aquellas actividades cuyos efectos de encadenamiento eran superiores a la media, cada uno posee un enfoque diferente el primero es a la utilización por parte de

cada rama de insumos intermedios con respecto a su producción y el segundo al destino intermedio de los productos de cada rama con respecto al total de los destinos.

Por otra parte, todas las actividades industriales se agrupan en cuatro tipos: 1.- sectores clave (con fuertes encadenamientos hacia adelante y hacia atrás); 2.- sectores base (con altos encadenamientos hacia adelante y bajos hacia atrás); 3.- sectores con fuerte arrastre (Con bajos encadenamientos hacia atrás y hacia adelante); 4.- sectores independientes (con bajos encadenamientos hacia atrás y hacia adelante).

Según Jácome & King (2013) en su libro mencionan que la economía de nuestro país se encuentra interrelacionada de distintas maneras, las industrias llegan a complementarse de tal manera que se forma una red de transmisión de diferentes tipos de bondades o males propios de cada economía, lo que se pretende analizar en este punto tiene que ver con las características básicas de esas conexiones entre las diferentes industrias. En primer lugar, hay que entender de dónde nace el concepto de encadenamiento, (Hirschman, 1958), citando a Harrod y a Dommar, hace un primer acercamiento respecto a los efectos complementarios que tiene la inversión, indicado que pueden ir estos hacia adelante o hacia atrás, afectando directamente a los ingresos de los empresarios.

Se analiza que la inversión aumenta la capacidad productiva en las organizaciones, si la economía es capaz de asimilar este efecto, se produce el aumento del ingreso y por ende la inversión en otros sectores. Y para el sector de la producción esto no es la excepción, provoca que las producciones de una o varias empresas vayan al mismo tiempo, creando así economías externas, es decir que las empresas industriales se convierten en nuevas oportunidades de inversión.

En el Ecuador para poder identificar el endeudamiento productivo del sector textil se trabajó exactamente con tablas de oferta (TOU), publicadas por el Banco Central del Ecuador, en el año 2011 se recoge la realidad económica del año 2007, esto se debe a que en este año se puede contar con cifras reales, lo que facilita los procesos de cálculo y la exactitud. Los productos se encuentran clasificados de acuerdo a la clasificación de productos por cuentas nacionales (CPCN), correspondiente al sector de las cuentas, 021 productos textiles, cuero y productos de cuero, 021001 hilos hilados, tejidos y confecciones, 021002 prendas de vestir. Las industrias que componen el sector textil en

el país, se encuentran conformadas por: la fabricación de hilos, hilados, tejidos y confecciones, las mismas se encuentran encadenadas hacia atrás con 24 productos, siendo los mismos sus abastecedores de insumos, mientras que en segundo lugar se encuentran las industria dedicadas a la fabricación de prendas de vestir, la misma de igual manera se encuentra encadenada hacia atrás con 23 productos, convirtiéndose en sus proveedores de insumo. De igual manera el sector textil de Ecuador también realiza ventas hacia el resto de industrias, esto se convierte en un encadenamiento hacia adelante, la producción obtenida de las empresas textiles es ofrecida a 36 industrias, aquí las prendas de vestir se encuentran relacionadas hacia adelante con 22 industrias, es así que se encuentra identificado el encadenamiento hacia adelante y hacia atrás de las empresas textiles en Ecuador.

Según Bekerman, Rodríguez, & Sirlin (2005) mencionan en su investigación que el encadenamiento productivo de los muebles de madera se inicia con la actividad forestal, parte de los rollizos extraídos se destinan a la industria de la celulosa y el papel. El resto se distribuye a las fábricas de compensado, laminado y faqueado, y los aserraderos, por un lado, y las fábricas de tableros, por el otro este es un claro ejemplo de encadenamiento productivo; pues se vincula con los diferentes individuos, así como con la maquinaria que se implementa en el proceso de producción de muebles, materia prima, herramientas, tapicería, herrajes, todos estos procesos y actividades logísticas que se desarrollan al interior de la empresa.

Cabe recalcar que, dentro de la producción de muebles, se tiene gamas completamente diferentes de los mismos, es decir la calidad y diseño de los muebles varía considerablemente, así como la maquinaria y el conocimiento requerido en materia de diseño, ambas gamas de muebles son completamente diferentes, esto de la misma manera se puede reflejar en el valor agregado y en la diferencia de sus precios al cliente. Las dos gamas plantean niveles diferentes de una escala mínima eficiente, en la cual la de gama baja las economías de escala pesan más.

Basándose en la información recolectada, se considera que el tema propuesto requiere de un análisis profundo y exhaustivo, a pesar de que se hayan presentado estudios anteriores durante el transcurso de estos años. Este tema se convierte en importante, ya que se puede aportar con datos actuales y a su vez como propuesta de solución a problemas que se presentan en la actualidad dentro de las pequeñas y medianas empresas.

### 2.1.2 Fundamentos teóricos

#### Encadenamiento Productivo o Cadena Productiva

En términos de Chávez Martínez (2012, pág. 23) la cadena productiva o también conocido como eslabonamientos constituye “una serie de sucesiones ya sean actividades, etapas, procesos u operaciones que hacen llegar un producto o servicio al consumidor final, al mismo tiempo que permite entender de forma sistémica sus componentes y conocer su comportamiento”.

Por otra parte, Pino Arriagada (2004, pág. 72) postula el concepto “eslabonamiento”, que “exige valorar las decisiones de invertir, en primer lugar, en consideración de su efecto o contribución inmediata al producto y, en segundo lugar, por sus eslabones, es decir, los probables estímulos adicionales que dichas decisiones ejercen sobre las inversiones primarias”.

En otras palabras, la cadena productiva es un sinónimo de proceso que se lleva a cabo por parte de varios actores para hacer llegar un producto o servicio a su consumidor final permitiendo ver su forma inicial y luego su transformación hasta llegar a ser un producto terminado para ser entregado a los compradores.

También en el siguiente gráfico podemos observar un diagrama de un encadenamiento productivo para un mejor entendimiento de su proceso:



**Gráfico 2.1 Diagrama de un encadenamiento productivo**

**Fuente:** Red Nacional de Grupos Gestores (s.f.)

**Elaborado por:** Red Nacional de Grupos Gestores

## **Importancia**

En la actualidad, las cadenas productivas son de suma importancia para el éxito corporativo, tal como lo afirma Isaza Castro (2005, pág. 12) “Dentro del sistema de valor los encadenamientos son fundamentales para el éxito corporativo debido a que proporcionan flujos de información, bienes y servicios, así como sistemas de procesos para actividades de innovación”.

Según la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (2017, pág. 130) argumenta que:

El fortalecimiento de las cadenas de valor trae grandes beneficios: facilita la sofisticación, la innovación y la diversificación; mejora la productividad; permite una mayor inclusión de las micro y pequeñas empresas; aumenta los niveles de empleo y la calidad; fomenta la capacidad exportadora de las empresas y la inserción en las cadenas globales.

En efecto, hoy en día las empresas tanto pequeñas, medianas y grandes deben tener eficientes cadenas productivas para poder ser innovadoras y competitivas y de esta manera poder sobrevivir en su entorno, así de este modo tomar ventaja de sus competidores.

## **Clúster**

Para Benavides (2009, pág. 122) el clúster:

Consiste en la organización de empresas que se encuentran dentro de un mismo sector y en una determinada zona geográfica con el propósito de optimizar sus recursos y brindar un mejor servicio al segmento de mercado que atienden; aspecto que al estar agrupados les facilita superar algunas de las debilidades que presentan a nivel individual, ya sea por falta de recursos o de conocimientos, y los ubicaría en una posición más favorable para negociar con proveedores

Según Martínez Sidón & Corrales Corrales (2017, pág. 45) se entiende por clústers a “las concentraciones sectoriales y geográficas de empresas que producen y venden productos relacionados o complementarios”.

Tomando en consideración estas definiciones podemos decir que la concepción de los clústers es importante para la obtención de ventajas competitivas puesto que ésta se obtiene a lo largo de una cadena productiva y no aislándose de la misma.

## **Efectos de los encadenamientos productivos**

### **Encadenamientos hacia atrás y hacia adelante**

Chavarria, Rojas , Romero, & Sepúlveda (2000, pág. 16) definen los efectos de los encadenamientos productivos de la siguiente manera:

Los encadenamientos hacia atrás dependen tanto de factores de demanda (elasticidad de la demanda derivada de insumos y factores) como de su relación con factores tecnológicos y productivos (el tamaño óptimo de planta y la similitud entre la tecnología utilizada en la producción del bien final y la producción del insumo).

El desarrollo de los encadenamientos hacia adelante depende en forma imperante de la similitud tecnológica entre la actividad extractiva y la de procesamiento. Mientras mayor sea la similitud, mayor será el aprendizaje y más fuerte el impulso hacia adelante; mientras mayor sea la distancia tecnológica entre estas actividades, menores serán el aprendizaje y el impulso.

Según Fuentes & Sastré Gutiérrez (2001, pág. 54) argumenta los efectos de los encadenamientos en base a las teorías de Hirschman quién distinguió:

Entre encadenamientos hacia atrás (backward linkages), medidos por la capacidad de una actividad para originar el desarrollo de otras al utilizar insumos procedentes de ellas, y encadenamientos hacia adelante (forward linkages), que se generan cuando se desarrolla una actividad que obtiene productos que utilizaran otras ramas posteriores como insumos intermedios para su proceso de producción.

Desde el punto de vista de estas definiciones podemos concluir que la finalidad de estos dos efectos son utilizar la tecnología tanto para la producción de insumos; como para la comunicación entre las empresas por medio de la tecnología generando clústers lo cual conlleva a elevar la demanda de los productos y desencadena en la obtención de ventajas competitivas para el conjunto de empresas.

### **Encadenamientos hacia los lados**

Como señala el Instituto Regional de Administración de Empresas (2011) los encadenamientos hacia los lados “dependerán de factores de demanda indirecta y está compuesto por empresas relacionadas con el sector pero que también se relacionan con otros sectores productivos”.

“Hay encadenamientos hacia los lados en al menos cinco áreas de importancia: la generación eléctrica, la actividad química y minera, la comercialización y la logística, las industrias ambientales y los servicios relacionados” (Dirven, 2001, pág. 40).

En alusión a los anteriores autores se puede argumentar que dentro de la comercialización y producción de las empresas siempre deberían estar inmersos los encadenamientos productivos hacia los lados puesto que estos ayudan que se creen lazos con proveedores indirectos que de cierta manera ayudan a obtener una ventaja competitiva para las empresas y hacerse más fuertes ante la competencia.

### **Competitividad**

Según Porter (1990, pág. 3) la competitividad es “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo se basa en el aumento de la productividad”.

“Competitividad es la capacidad de sortear y salir de los escenarios pesimistas y poco alentadores que se presenten en el desarrollo de las actividades económicas y sociales de cada uno de los agentes económicos” (Ramírez Díaz, 2006, pág. 111).

En efecto, la competitividad sería la capacidad que tienen las empresas para mantenerse en el mercado ya sea cualquiera que sea su situación por medio de estrategias productivas.

### **Importancia**

Vilcacundo Córdova (2014, pág. 49) menciona que:

La competitividad hoy en día es considerada un factor fundamental en los sectores de actividad económica tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo. De estos sectores, sin duda, el ámbito empresarial es el que más se ha beneficiado de las ventajas de un buen nivel de competitividad como medio para lograr organizaciones más eficientes en el manejo de los recursos.

Por otro lado, también según Rubio & Baz (2004, pág. 5) la competitividad es importante porque “es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios



cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo”.

En definitiva, la competitividad es de suma importancia en la actualidad para las empresas puesto que sin ella las empresas dejarían de existir y como lo dicen los autores para que una empresa sea competitiva necesita desarrollar productos que además de ser innovadores tengan costo y calidad similares o superiores a los de la competencia además de controlar y administrar muy bien sus recursos.

## **Factores de la Competitividad**

### **Factores Internos**

Dentro de los factores internos encontramos los siguientes elementos:

#### **Gestión Administrativa**

Como plantea Márquez (2002, pág. 5) la administración “es un proceso necesario a cualquier esfuerzo colectivo, sea público o privado, civil o militar, religioso, político, social... sólo varía la organización de los esfuerzos y la administración se adapta a cada entidad”

En efecto la gestión administrativa es muy importante para las empresas puesto que ninguna empresa puede alcanzar el éxito si no tiene una eficiente gestión administrativa además de proponer el ejemplo de aptitudes y energía en el capital humano de la empresa para poder cumplir las metas trazadas de la organización.

Tomando como referencia a Cruz Soto (2013) podemos decir que la gestión administrativa es la que realiza un conjunto de gestiones y estrategias y las hace cumplir por medio de múltiples tareas trazadas estrictamente para su capital humano para cumplir las metas previamente establecidas

#### **Marketing**

Según Hernández Espallardo (2001, pág. 2) “El marketing estudia la forma en que las relaciones de intercambio son creadas, estimuladas, facilitadas, valoradas y gobernadas. La esencia del marketing está en la relación de intercambio, definida como conexión de

recursos, personas y actividades orientadas hacia la creación e intercambio de valor para el mercado”.

Por otro lado para Martínez Castrillón (2016, pág. 45) el marketing es “un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”.

En efecto el marketing es un medio de consecución de éxito organizacional el cual es llevado a cabo cuando una empresa conoce tanto las necesidades como los deseos que tienen sus consumidores y les ofrece productos que satisfagan sus expectativas y también la diferencien de su competencia.

### **Recursos Humanos**

Montoya Agudelo & Boyero Saavedra (2016, pág. 2) definen al recurso humano de la siguiente manera

El recurso humano es el elemento fundamental para la ventaja competitiva y, por lo tanto, éste se constituye en un componente esencial para cualquier tipo de institución. Este elemento común es el gran diferenciador que hace que haya competitividad puesto que esta debe demostrarse, debe medirse y se debe comparar y en las organizaciones ésta puede estar medida ya sea en los servicios o productos ofrecidos a los clientes.

Según García de Hurtado & Leal (2008, pág. 152) al hablar de recursos humanos “se está catalogando a la persona como un objeto necesario, sin tomar en consideración que éste es el capital principal, el cual posee habilidades y características que dan vida, movimiento y acción a toda organización”.

En tal virtud el recurso humano es un elemento primordial para que una empresa alcance la eficiencia y eficacia en sus procesos obteniendo altos estándares de calidad además de generar valor agregado lo cual le dé una notoria ventaja competitiva en el mercado en que se desempeña.

### **Producto**

En términos de Jiménez Castañeda, Domínguez Hernández, & Martínez Castro (2009, pág. 170) “La implementación eficiente de una estrategia de manufactura permite a las empresas mejorar entre otros aspectos la calidad del producto, reducir costos de

producción y contar con una mayor flexibilidad, que se ven reflejados en mayor competitividad para la empresa”.

De acuerdo con Quero (2008, pág. 45) existen dos categorías de ventajas competitivas:

La primera está asociada con la capacidad que tiene la empresa de ofrecer un producto de costos mínimos para los clientes. La segunda se basa en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos apreciables por los clientes, que los distinguen de los de la competencia.

Efectivamente, las mejores estrategias competitivas se consiguen cuando una empresa logra tener menores costos además de ofrecer productos de calidad que le de mayor flexibilidad en el mercado ante sus competidores.

### **Investigación y Desarrollo**

Según Ramírez (2009, pág. 220) investigación es “el proceso propio del conocimiento científico creado para resolver problemas probando una teoría en la realidad sustantiva, dejando a salvo ir en sentido inverso, de la realidad a la teoría”.

Al respecto, es importante mencionar que la investigación forma parte fundamental para mejorar la innovación en una empresa para que esta pueda competir eficazmente en el mercado, pero no solo es necesario la investigación para esto suceda sino también es importante añadir el desarrollo de ideas innovadoras que permitan generar estrategias más competitivas a la empresa.

En efecto de acuerdo con las palabras de Vilcacundo Córdova (2014, pág. 54) la organización “requiere del desarrollo de una estrategia empresarial centrada en la diferenciación, la calidad e incluso en los servicios complementarios del producto”.

### **Adaptación al cambio**

Castañeda Gómez (2011, pág. 2) explica lo siguiente:

El cambio implica evaluar el presente y determinar un futuro que sea relevante y satisfaga los objetivos planteados presentes, por lo que se puede decir que el mismo implica una visión, ya que si en una organización no se establece una visión se iría sin un rumbo fijo, se estaría a la deriva y eso podría llevar implicaría a la no supervivencia de la misma.

Sandoval Bustos & Díaz Vicuña (2016, pág. 183) argumentan que el objetivo de este término es:

Sopesar y evaluar los pros y los contras de las diferentes opciones e identificar aquellas que mejor se adapten a los objetivos de los actores de adaptación, considerando un análisis de consecuencias, costos-oportunidad, interacción con otros actores, sinergias o interferencias debido a o sobre las actividades de otros actores, mediante distintas metodologías de análisis disponibles, tales como el análisis multicriterio, análisis costo beneficio, la toma de decisiones robustas entre otras.

Ciertamente, el proceso de cambio afecta a todas las empresas, pero las mismas deben adaptarse todos los posibles cambios y nuevas situaciones que se pueden dar en su entorno, así como también deben comenzar por el propio cambio interno por parte de los que integran la empresa para que de esta manera consigan el logro de sus objetivos y la maximización del desempeño de sus funciones.

## **Tecnología**

Citando a Guaña-Moya, Pérez Fabara & Quinatoa Arequipa (2017, pág. 2) las tecnologías de la información y comunicación “son parte de la vida humana, están presentes en cada una de las actividades que desarrollan día a día, las cuales a través de los años han evolucionado para beneficio de los seres humanos en las diferentes áreas como; trabajo, educación, entretenimiento, negocios, entre otros”.

De acuerdo con Quallenberg Menkes (2012, pág. 237) la tecnología en la manufactura “implica todos los procesos necesarios para fabricar un artefacto: la gente involucrada, los recursos materiales, las máquinas utilizadas y las políticas empleadas tanto para producir como para usar el artefacto”.

Efectivamente el avance tecnológico es un aspecto muy importante para generar ventajas competitivas porque por medio de las herramientas tecnológicas las empresas fijan su permanencia en el mercado y a su vez diferencian sus productos de sus competidores.

## **Factores Externos**

Dentro de los cuales tenemos los siguientes aspectos:

### **Condiciones macroeconómicas**

Comprende el análisis que hacen los empresarios para saber en qué condiciones se encuentran compitiendo tanto a nivel nacional como internacional, además, sirve para contrastar las empresas con otros sectores productivos. (León & Miranda, 2003)

### **Competencia**

Se refiere a las habilidades, destrezas y esfuerzos que le permiten a una organización conocer plenamente a sus colaboradores y de esta manera reconocer problemas y resolverlos a tiempo lo cual permitirá generar ventajas competitivas para su crecimiento en el mercado. (López Gómez , 2016)

### **Posicionamiento en el mercado**

Se define como las características o condiciones en donde la venta del producto de una empresa es exitosa, además el posicionamiento aporta a promover su oferta en dichos segmentos exitosos y también a buscar otros para convertirlos en exitosos y de esta manera incrementar su presencia en el mercado global penetrando nuevos mercados y volverla un exponente competitivo en el mercado. (Coca Carasila, 2007)

### **Legislación:**

Es el gobierno que rige una sociedad por medio de leyes y normativas mediante las cuales regulan y establecen las reglas de comportamiento y desarrollo de las empresas en sus diferentes sectores.

### **Relación con proveedores y clientes:**

Con respecto a la relación con los proveedores, significa generar unos lazos fuertes tanto de amistad y negociación para que una empresa logre afianzar mejores condiciones de adquisición de sus productos en cuanto a aspectos como: precio, entregas, métodos de pago, entre otros.

Y en lo que respecta a los clientes significa fomentar un lazo de confianza y fidelidad que perdure a través del tiempo incluso en épocas de bajas condiciones, siempre satisfaciendo sus necesidades.

## **Indicadores de competitividad**

### **Rentabilidad**

De acuerdo con De la Hoz Suárez, Ferrer, & De la Hoz Suárez (2008, pág. 94) explican lo siguiente:

La rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo. Se puede definir, además, como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa.

En efecto, la rentabilidad se encarga de medir el rendimiento y efectividad de las actividades que se ha trazado realizar una empresa lo cual se ve representado a través de las ganancias que ésta obtiene dentro de un periodo de tiempo determinado, además de evidenciar si existe una administración competente que genere solidas ventajas competitivas dentro del mercado en que la organización se desenvuelve.

Adicionalmente se conoce que existen dos tipos de rentabilidad que son:

#### **Rentabilidad Económica**

Según Sánchez Segura (1994, pág. 161) la rentabilidad económica “tiene por objetivo medir la eficacia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador del ratio) que el activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir aquéllos (denominador del ratio)”.

#### **Rentabilidad Financiera**

Morillo (2001, pág. 36) plantea que “la rentabilidad financiera señala la capacidad de la empresa para producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas incluyendo las utilidades no distribuidas, de las cuales se han privado”. Además, añade que “dicha rentabilidad se calcula mediante el siguiente coeficiente: Utilidad Neta / Capital Contable”.

## **Productividad**

Según Rincón de Parra (2001, pág. 55) “la productividad se concentra en la medición de indicadores, cuya variación en el tiempo evidencia el comportamiento de la empresa y el estímulo en el proceso de toma de decisiones”.

Por otro lado, en palabras de Miranda & Toirac (2010, pág. 248) define la productividad como “un indicador relativo que mide la capacidad de un factor productivo, o varios, para crear determinados bienes, por lo que al incrementarla se logran mejores resultados, considerando los recursos empleados para generarlos”.

Efectivamente, la productividad mide la capacidad de producción de una empresa y aporta efectivamente a la toma de decisiones para lograr mejores resultados con los recursos que se emplean en la empresa.

Además, Miranda & Toirac (2010) argumentan que la productividad de una empresa puede ser de dos tipos:

**Productividad en términos de empleados:** se mide por la producción en un período dado, por persona ocupada: esto indica qué cantidad de bienes es capaz de producir un trabajador, en promedio, en un cierto período.

**Productividad en máquinas y equipos:** se mide por la producción en un período dado, por las máquinas: esto indica qué cantidad de bienes es capaz de producir una máquina, en promedio, en un cierto período.

## **Ventajas Competitivas**

En términos de De la Fuente & Muñoz (2003) “La ventaja competitiva busca generar productos o servicios de una forma diferente a los competidores. Para que una empresa pueda competir con una ventaja competitiva determinada, debe realizar los arreglos organizacionales que le permitan obtenerla”.

Por otro lado, García Ochoa Mayor, Bajo Davó, & Roux Martínez (2015, pág. 91) definen a las ventajas competitivas como “una posición superior basada en una combinación de diferenciación, superioridad en costes, o en operaciones en un nicho de mercado protegido”.

En consecuencia, las ventajas competitivas están orientadas a buscar la diferenciación entre la empresa y sus competidores en aspectos de costos, calidad, entre otros que le den la preferencia de los consumidores dentro del mercado. Dicho esto, se puede añadir que existen varios tipos de ventajas competitivas que una organización puede desarrollar.

Tomando lo que estableció Porter (1990) como estrategias básicas para que una empresa logre ser competitiva se puede tomar como estrategias genéricas las siguientes:

**Liderazgo en costos:** La empresa debe tener la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor, de tal manera que la disminución de gastos redunde en un mejor precio para el consumidor y en consecuencia en una mayor participación de mercado.

**Diferenciación:** la empresa debe producir servicios/productos exclusivos que sean percibidos así por los consumidores, quienes están en disposición de pagar más por tenerlos.

**Enfoque o Alta Segmentación:** la empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos, de población, de productos o geográficos.

## **2.2 Hipótesis**

El encadenamiento productivo se relaciona significativamente con la competitividad en las pequeñas y medianas empresas textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga.



## CAPÍTULO III METODOLOGÍA

### 3.1 Recolección de la Información

Los elementos que sirvieron como fuente de recolección de datos fueron los propietarios de las pequeñas y medianas empresas que funcionan en locales dentro del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga, de manera que ellos se convirtieron en fuente de información directa respecto a la efectividad de realizar encadenamientos productivos entre organizaciones y su relación con los índices de competitividad que presentan en la actualidad.

Para la presente investigación, la población considerada para el proyecto fueron las 496 PYMES que, de acuerdo con las cifras presentadas por el Diario El Telégrafo en el año 2013, se encuentran en el Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga. Estas empresas, a su vez, de acuerdo a la actividad que desarrollan se han clasificado de la siguiente forma:

Tabla 3.1 PYMES textiles del C.C.P. “El Salto” del cantón Latacunga

Tipo de actividad	Número de empresas
Ropa y zapatos	496
<b>TOTAL</b>	<b>496</b>

**Fuente:** Diario El Telegrafo (2013)

**Elaborado por:** Coba, F. (2018)

Para el desarrollo del presente proyecto se estableció una población finita, debido a que se conoce el número real de PYMES que serán objetos de estudio.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Z^2 \cdot p \cdot q + N e^2}$$

**Dónde:**

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza 95% = 1.96.

p = probabilidad de éxito 0.5.

q = probabilidad de fracaso 0.5.

N = tamaño de la población.

e = porcentaje de error de muestreo 0.05.

Reemplazando los datos tenemos:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 496}{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 + 496(0,05)^2}$$

$$n = \frac{476.3584}{2.2004}$$

$$n = 217$$

Se aplicó la fórmula para poblaciones finitas que dio como resultado 217 pymes a utilizar como objeto de estudio de las cuales en el trabajo de campo se logró aplicar a 203 pymes debido a la parte operativa difícil que representa efectuar el trabajo *in situ* por lo que se ha logrado un 95% de éxito de respuesta de los cuestionarios.

La presente investigación empleó un enfoque predominantemente cuantitativo por lo que el propósito principal consistió en analizar la problemática tal y como la perciben los propietarios de las PYMES involucradas en su área mediante la utilización de instrumentos cuantitativos de medición y técnicas de análisis estadístico como el análisis de componentes principales, además se obtuvo información numérica que, después de ser analizada, permita generar conclusiones encaminadas a obtener una perspectiva general del problema y así aceptar la hipótesis planteada.

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014, pág. 4) mencionan que el enfoque cuantitativo es “la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

El presente desarrollo bibliográfico se lo ha realizado mediante la revisión de toda la información secundaria existente sobre temas afines a la problemática, es decir, aspectos relacionados con el encadenamiento productivo y la competitividad los cuales

fueron obtenidos a través de bases de datos digitales como Scielo, Scopus-Elsevier, Redalyc, entre otras.

Así mismo, la principal técnica que se utilizó para la recolección de datos son las encuestas estructuradas previamente, dentro de las cuales los propietarios de las PYMES respondieron a preguntas formuladas por el investigador con relación a las variables a estudiarse. De esta manera se ha logrado obtener información precisa que ha facilitado la comprobación de la hipótesis y en base a los resultados permitió formular las conclusiones y recomendaciones.

Este instrumento contiene preguntas abiertas, así como preguntas sujetas a escala de Likert con el fin de que los encuestados puedan escoger respuestas preestablecidas, para lo cual se tomaron en cuenta los elementos propuestos en la operacionalización de las variables, además, el cuestionario está conformado por dos partes: la primera que se refiere al título, objetivo e instrucciones generales de la encuesta y la segunda parte, está compuesta por las preguntas de investigación tanto para encadenamiento productivo como para competitividad sujetas a escala de Likert, adicionalmente cuenta con indicadores para la medición de cada variable.

La resolución de este cuestionario es individual y escrito, con un tiempo estimado de 15 minutos por persona.

Es de suma importancia para todo investigador que los datos sean confiables por lo cual para la presente investigación se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach. De acuerdo con Bojórquez Molina, López Aranda , Hernández Flores, & Jiménez López (2013, pág. 4) el coeficiente de Alpha de Cronbach “requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1”. Adicionalmente argumenta que “su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente”.

En tal efecto este indicador permite medir la confiabilidad del instrumento utilizado en este caso la encuesta, por medio de la correlación de los diferentes argumentos recabados medidos por escala de Likert, de esta manera se comprobó el grado de confiabilidad de la información recopilada, cuyos datos se evidencian en el capítulo IV.

### **3.2 Tratamiento de la Información**

Según Tinto Arandes (2013, pág. 141) el análisis del contenido de la información es el “conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción de estos mensajes”. En tal virtud la información recabada a través del proceso de la presente investigación contribuirá como alternativa de solución al problema planteado.

La investigación de campo se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver un contexto determinado. Se trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas. (Rojas Cairampoma, 2015, pág. 5)

En este caso, el investigador ha procedido a interactuar con los propietarios de las pequeñas y medianas empresas que funcionan en locales dentro del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga, de manera que ellos se conviertan en fuente de información directa respecto a la efectividad de realizar encadenamientos productivos entre organizaciones y su relación con los índices de competitividad que presentan en la actualidad.

Conforme a lo expuesto, para la presente investigación se ha optado por el uso de encuestas estructuradas previamente, dentro de las cuales los propietarios de las PYMES deben responder a preguntas formuladas por el investigador con relación a las variables a estudiarse. De esta manera se ha logrado obtener información precisa que ha facilitado la comprobación de la hipótesis y en base a los resultados permitió formular las conclusiones y recomendaciones.

Según Alfonzo (2018) la investigación documental es “un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos”.

El presente desarrollo bibliográfico se lo ha realizado mediante la revisión de toda la información secundaria existente sobre temas afines a la problemática, es decir, aspectos relacionados con el encadenamiento productivo y la competitividad.

En consecuencia, la presente investigación se ha realizado primordialmente mediante la revisión de documentos de tipo escrito tales como libros, normativa legal, artículos de periódicos, revistas científicas y proyectos relacionados con las variables del problema

La presente investigación comprende los siguientes niveles:

### **Investigación Exploratoria**

“La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.” (Arias, 2012, pág. 23)

Por tal efecto, se procede a evaluar el problema mediante un análisis a la bibliografía existente, con el propósito de lograr un acercamiento con la realidad investigada y de esta manera obtener elementos valederos que permitan reforzar el conocimiento total del problema planteado y afianzar mayor seguridad al proceso de investigación.

### **Investigación Descriptiva**

“La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.” (Arias, 2012, pág. 24)

“Esta segunda modalidad proporciona dimensión al fenómeno. Además de trazar los límites que definen al objeto, describe sus elementos constitutivos fundamentales, así como las relaciones que se dan entre ellos.” (Ramírez Hernández, 1996, pág. 105).

La investigación descriptiva describe el estado actual del fenómeno de estudio con el contexto en que se desempeña, por lo que se argumenta que en este nivel también se adopta el uso de estimadores estadísticos para lograr verificar las variables.

Finalmente se puede concluir que con este nivel se obtuvo una precisa determinación del vínculo existente entre las variables estudiadas, lo cual encadena un conocimiento y entendimiento total del fenómeno que se investiga y a la aceptación de la hipótesis antes establecida.

### **3.3 Operacionalización de las variables**

“Proceso por el cual transformamos o traducimos una variable teórica en variables empíricas, directamente observables, con la finalidad de poder medirlas”. (Alva Santos, s/f).

Es muy importante realizar este punto dentro de la investigación puesto que a partir de esta instancia se obtiene el esquema sobre el cual el investigador podrá realizar la investigación de campo y posteriormente el análisis e interpretación de los resultados. En la investigación, la operacionalización de las variables analizadas es la siguiente:

Tabla 3.2 Variable independiente: Encadenamiento Productivo

Conceptualización	Categorías	Sub categorías	Indicadores	Ítems	Técnica/instrumento
Serie de sucesiones ya sean actividades, etapas, procesos u operaciones que hacen llegar un producto o servicio al consumidor final, al mismo tiempo que permite entender de forma sistémica sus componentes y conocer su comportamiento.	-Hacia atrás	-Insumos	-Materia prima	¿Realiza usted un estudio de costos y calidad, previo a la adquisición de insumos para el giro de negocio?	Encuesta: Cuestionario Estructurado (Anexo A)
	-Hacia los lados	-Factores	-Tecnológico -Productivos	¿Utiliza usted maquinaria para la producción? ¿Evalúa usted el nivel de productividad de la maquinaria que posee?	
	-Hacia adelante	-Demanda indirecta	-Empresas relacionadas -Empresas de otros sectores	¿Distribuye sus productos entre empresas comercializadoras? ¿Utiliza transporte de terceros para la movilización de su mercadería?	
		-Continuidad	-Nuevas tecnologías	¿Se capacita usted en temas de nuevas tecnologías para la producción?	

Elaborado por: Coba, F. (2018)

Tabla 3.3 Variable dependiente: Competitividad

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica/instrumento
Es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población.	-Ventajas Competitivas	-Liderazgo en costos	¿Los costos de producción de la empresa son menores en relación con la competencia?	Encuesta: Cuestionario Estructurado (Anexo A)
		-Diferenciación	¿El producto que se oferta cuenta con características que lo diferencian de sus competidores (calidad, diseño, durabilidad)?	
		-Enfoque	¿La producción está dirigida a un sector o segmento de mercado específico?	
	-Factores	-Internos	¿La empresa tiene definida su misión, visión y cuenta con una planificación a futuro?	
		-Externos	¿La empresa cuenta con demasiada competencia en su sector?	
	-Indicadores	-Rentabilidad	¿En su opinión, los últimos tres años sus utilidades se han incrementado, mantenido o disminuido?	
		-Productividad	¿En los últimos tres años sus niveles de producción se han incrementado, mantenido o disminuido?	

Adaptado de: Vilcacundo Córdova (2014, pág. 73)



## **Plan de recolección de la información**

Comprende el conjunto de elementos y estrategias a emplearse durante el proceso de recolección de datos relevantes para la verificación de hipótesis de acuerdo con el enfoque escogido. En este contexto, el plan para la presente investigación respondió a las siguientes preguntas:

**a) ¿Para qué?** La recolección de información permitió cumplir con el objetivo general de la investigación que es:

Determinar la relación entre el encadenamiento productivo y la competitividad de las PYMES textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga para la toma de decisiones comerciales del sector.

**b) ¿De qué personas u objetos?** Los elementos que han servido como fuente de recolección de datos son los propietarios las Pequeñas y Medianas Empresas textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga.

**c) ¿Sobre qué aspectos?** La recolección de datos estuvo orientada a descubrir el encadenamiento productivo de las PYMES textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga y su relación con los índices de competitividad que presentan en la actualidad.

**d) ¿Quién o quiénes?** La obtención de información fue responsabilidad exclusiva del investigador puesto que no se consideró necesaria la intervención de un mayor número de colaboradores.

**e) ¿A quiénes?** Los individuos que proporcionaron la información fueron los propietarios de las pequeñas y medianas empresas textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga que forman parte de la muestra; pues, al ser quienes mejor conocen la situación de dichas empresas, constituyeron una fuente válida de información.

**f) ¿Cuándo?** El desarrollo del trabajo de campo se realizó durante el primer trimestre del año 2019.

**g) ¿Dónde?** El lugar seleccionado para la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos fue el Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga.

**h) ¿Cuántas veces?** La técnica de recolección de información ha sido aplicada por una sola vez por tratarse de ser un estudio transversal.

**i) ¿Cómo?** La técnica principal utilizada para obtener información fue la encuesta, por cuanto constituye un método descriptivo con el que se pueden detectar las ideas y opiniones de los involucrados respecto a la problemática con un tiempo y costo relativamente bajos.

Así mismo, la encuesta presenta la ventaja de que, pese a ser aplicada en muestras, permite obtener información de gran calidad que, luego de ser analizada, puede ser aplicada para describir a la totalidad de la población sin temor de que existan distorsiones o errores significativos.

**j) ¿Con qué?** El instrumento que se utilizó en la investigación contiene preguntas abiertas, así como preguntas sujetas a escala de Likert con el fin de que los encuestados puedan escoger respuestas preestablecidas, para lo cual se tomaron en cuenta los elementos propuestos en la operacionalización de las variables, además el cuestionario está conformado por dos partes: la primera que se refiere al título, objetivo e instrucciones generales de la encuesta; y la segunda parte está compuesta por las preguntas de investigación tanto para encadenamiento productivo como para competitividad sujetas a escala de Likert, adicionalmente cuenta con indicadores para la medición de cada variable.

### **Plan de procesamiento de la información**

Este paso se considera una parte fundamental en la investigación, puesto que la cuantificación y tratamiento estadístico de datos facilita la determinación de conclusiones y recomendaciones en relación a la hipótesis planteada.

Para el caso de la presente investigación, el procesamiento de datos comprendió:

- a) **Revisión crítica de la información recogida**, es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- b) **Repetición de la recolección**, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- c) **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis**, que incluye el manejo de información, y estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

En lo referente a la presentación de datos, ésta se efectuó mediante tres procedimientos diferentes:

**Representación Escrita:** Se aplicó cuando los datos no eran numerosos.

**Representación Tabular:** Se empleó cuando los datos numéricos requirieron ser ordenados en filas y columnas, para una mejor comprensión

**Representación Gráfica:** facilitó la presentación de la información recopilada en una forma comparativa, sencilla y entendible para el lector.

La representación de los datos fue realizada en el programa de Microsoft Excel, el cual contribuyó de manera significativa a cuantificar de una manera eficaz la información obtenida por medio de planteamiento de fórmulas propias del programa.

## CAPÍTULO IV RESULTADOS

### 4.1 Resultados y discusión

Esta investigación utilizó la técnica de la encuesta mediante reactivos tanto de alternativas dicotómicas y politómicas, utilizando la escala de Likert. Para el encadenamiento se empleó 29 preguntas arrojando un Alpha de Cronbach de 0,914. La competitividad se midió con 17 preguntas cuyo Alpha de Cronbach fue de 0,725 y de manera conjunta uniendo los dos cuestionarios éste Alpha alcanzó el 0,924.

Los datos que se exponen a continuación son producto del trabajo de campo realizado en el Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga a 203 productores y comerciantes; el análisis tiene un carácter descriptivo basado en las evidencias numéricas porcentuales. Estos son los principales resultados:

#### Género de los encuestados

Tabla 4.1 Género

<b>Género</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Masculino</b>	103	50,74
<b>Femenino</b>	100	49,26
<b>TOTAL</b>	203	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Hay cierta paridad entre hombres y mujeres en cuanto a la participación en esta investigación, misma que fue decisión del investigador equiparar la proporcionalidad del género lo que evidencia una diferencia en tan solo el 1% aproximadamente, se observa que esta actividad económica en la actualidad lo realizan ambos géneros en contraste de cómo era la situación años atrás que solo la realizaba género femenino mientras el género masculino se dedicaba a realizar otras actividades relacionadas con la fuerza o intelecto dependiendo de su nivel de estudio.

## Edad de los encuestados

Tabla 4.2 Edad

Edad	f	%
Menor de 20	2	0,99
De 20 a 29	37	18,23
De 30 a 39	54	26,60
De 40 a 49	44	21,67
De 50 a 59	30	14,78
De 60 a 69	34	16,75
Más de 69	2	0,99
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Tomando en cuenta como criterio de categorización la edad de los encuestados, se puede afirmar que dentro de la muestra de análisis prevalecen las personas que se encuentran entre 30 y 49 años puesto que esta actividad la incursionan las personas jóvenes emprendedoras que, al no tener tal vez posibilidades de culminar sus estudios, ven en esta actividad una buena fuente económica.

## Nivel de instrucción de los encuestados

Tabla 4.3 Instrucción

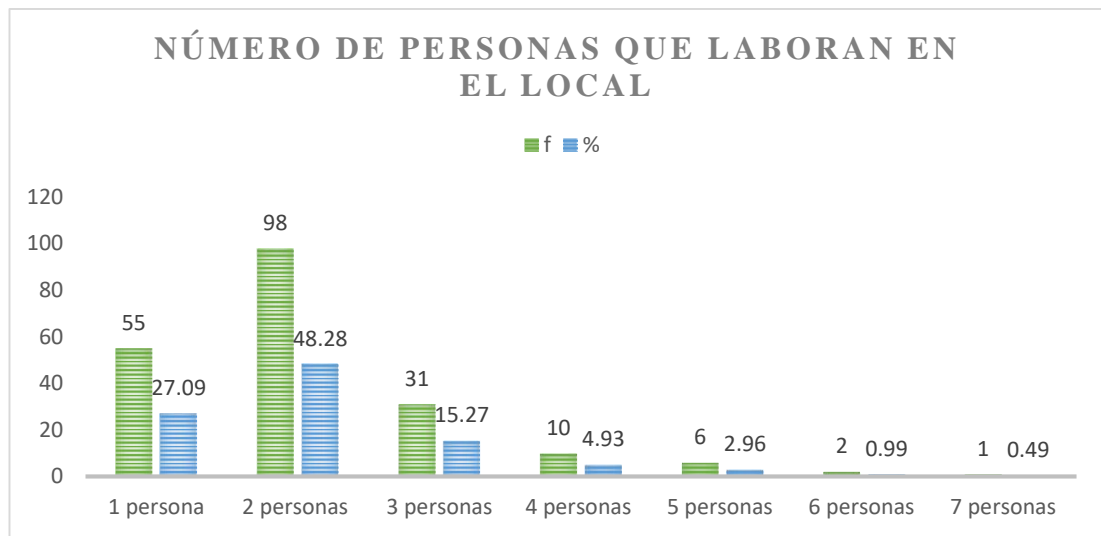
Instrucción	f	%
EGB	37	18,23
Bachillerato	97	47,78
Superior incompleta	59	29,06
Superior completa	10	4,93
Posgrado	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

De acuerdo con la población encuestada, se evidencia que el nivel de estudios de los investigados no es el determinante primordial para que las personas incursionen dentro de esta actividad puesto que, su nivel más apremiante de acuerdo a estos datos, es el bachillerato, obteniendo aproximadamente un 48%; un 29% de personas han iniciado sus estudios superiores; un 18% de personas con educación básica y apenas un 5% de total de encuestados que cuentan con un título superior, lo que evidencia que, para ejecutar esta actividad económica no se requiere una preparación elevada.

### Número de personas que laboran en el local



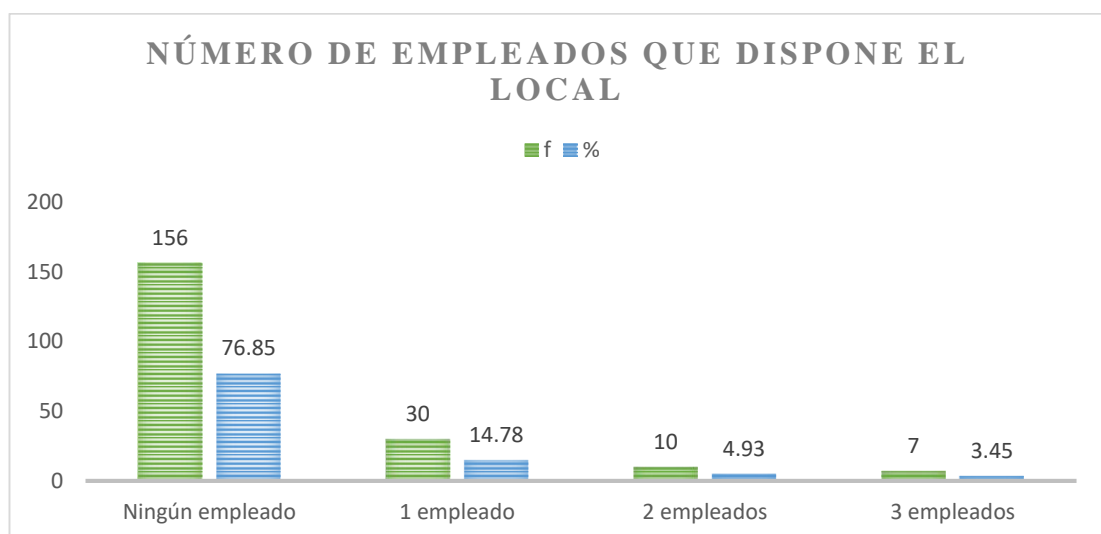
**Gráfico 4.1** Número de personas

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

De la totalidad de pymes encuestadas que formaron parte de la muestra; se observa que casi la mitad de ellos cuentan con 2 personas que laboran en su local representando un 48% del universo encuestado, lo cual hace pensar que, en general estos negocios son más de aspecto familiar que corporativo, significa entonces que las personas que forman parte del negocio no son empleados externos sino más bien integrantes de la familia.

### Número de empleados que dispone el local



**Gráfico 4.2** Número de empleados

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Como antes lo había mencionado estas empresas tienen un carácter familiar más que corporativo lo que evidencia esta gráfica que casi las tres cuartas partes de los encuestados no cuentan con empleados dentro de sus negocios y tan solo un 15% de empresas posee un empleado, mientras que un 5% del total cuenta con dos empleados y apenas hay un 3% que mantienen 3 empleados las que representan empresas más industrializadas que generan mayores utilidades que las demás y están en condiciones de poder pagar un sueldo dado a la cantidad de producción y ventas que le generan buenos ingresos.

### Proveedores

Tabla 4.4 Proveedores

<b>Proveedores</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Locales</b>	115	30,18
<b>Nacionales</b>	185	48,56
<b>Internacionales</b>	81	21,26
<b>TOTAL</b>	381	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En lo que respecta a la procedencia de sus proveedores se evidencia que en mayor porcentaje son nacionales y locales con un 49% y 30% respectivamente lo cual es importante por el valor que le dan a la economía nacional y local, pero no lejano de los internacionales que se ubican en tercer lugar con un 21% que indica que dentro del país se promueve la importación a pesar de los impuestos que establece el país.

### Consumidores

Tabla 4.5 Consumidores

<b>Consumidores</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Locales</b>	173	45,05
<b>Nacionales</b>	160	41,67
<b>Internacionales</b>	51	13,28
<b>TOTAL</b>	384	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

De acuerdo a la opinión de los administradores, propietarios, colaboradores se observa que con un 45% la mayoría de sus consumidores son de la localidad, un 42% son nacionales lo que demuestra una importante generación de utilidades para las

pymes encuestadas, por último señalan que solo un 13% de sus consumidores son internacionales, esto ocurre puesto que no se realiza una exportación de mercadería sino más bien los consumidores internacionales son extranjeros que están de paso por la ciudad y adquieren los productos.

### **Años de la actividad que realizan los encuestados**

Tabla 4.6 Años

<b>Años</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>De 1 a 10 años</b>	61	30,05
<b>De 11 a 20 años</b>	77	37,93
<b>De 21 a 30 años</b>	46	22,66
<b>De 31 a 40 años</b>	17	8,37
<b>De 41 a 50 años</b>	2	0,99
<b>TOTAL</b>	203	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Teniendo en claro que el Centro Comercial Popular “El Salto” donde funcionan estas pymes tiene aproximadamente 5 años de existencia, es decir ésta pregunta se refiere a los años que los empresarios realizan sus actividades, por lo que un 38% tienen entre 11 y 20 años en la actividad productora y comercial de textiles, seguido de un 30% representado por otras que llevan entre 1 y 10 años en sus labores, mientras que existen empresas más maduras en esta actividad las cuales llevan entre 21 y 30 años de existencia, representando el 23% del total, finalmente un pequeño grupo muestra mayor madurez en el mercado representado en conjunto con el 9% aproximadamente.

### **Número de locales que poseen los encuestados**

Tabla 4.7 Número de locales

<b>Número de locales</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>1 local</b>	178	87,68
<b>2 locales</b>	20	9,85
<b>3 locales</b>	5	2,46
<b>TOTAL</b>	203	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En base a los datos obtenidos de los encuestados, la gran mayoría de ellos poseen tan solo un local que funciona dentro del centro comercial donde se desempeñan el



cual representa un 88% aproximadamente del total de encuestados, mientras que un 10% es representado por empresarios que cuenta con mayor madurez en sus actividades lo que les ha permitido abrir un local adicional que funciona fuera del centro comercial en las calles principales de la localidad y finalmente un 2% representado por los empresarios que evidencian tener un poder económico alto, industrializando sus procesos los cuales poseen no solo dos locales sino también cuentan ya con su fábrica propia para producir su mercadería.

### **Elementos del encadenamiento productivo**

Tabla 4.8 Encadenamiento Productivo

<b>Elementos del encadenamiento productivo</b>	<b>Promedio</b>	<b>% de evidencia</b>
<b>Materia prima</b>	2,2	44,00
<b>Factores tecnológicos</b>	1,6	32,00
<b>Factores productivos</b>	3,3	66,00
<b>Empresas relacionadas</b>	2,3	46,00
<b>Empresas de otros sectores</b>	1,7	34,00
<b>Nuevas tecnologías</b>	1,9	38,00

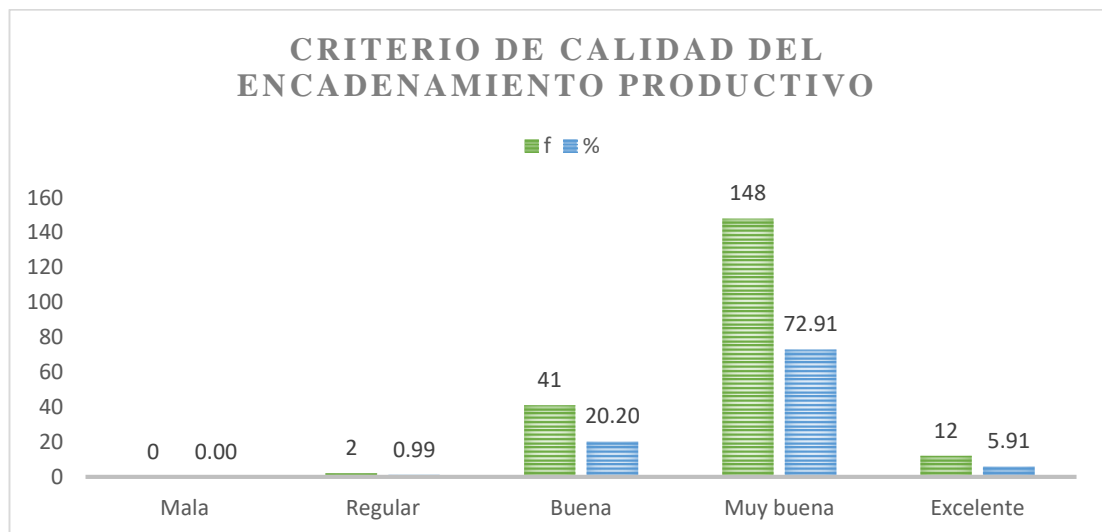
**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Para medir el encadenamiento productivo se han considerado seis factores por ejemplo materia prima tiene un promedio de 2,2 sobre 5 puntos, esto equivale que alcance en términos porcentuales un 44% por lo tanto juega un rol importante dentro del encadenamiento productivo; otro factor a considerar son los factores tecnológicos que los productores y comerciantes utilizan dentro de su actividad económica, estos pueden ser el internet como guía para nuevos diseños y estrategias de venta, este factor tiene un promedio de 1,6 sobre 5 puntos alcanzando únicamente un 32% de significación dentro del encadenamiento productivo; el tercer elemento considerado son los factores productivos refiriéndonos como tales a la mano de obra y capital operativo que utilizan como por ejemplo la maquinaria, herramientas manuales, instalaciones para la fabricación de los productos; tienen 3,3 sobre 5 puntos equivalente a un 66% de trascendencia dentro de la actividad económica. Dentro del encadenamiento productivo las empresas relacionadas con este sector textil es decir donde los empresarios compran los hilos, telas, broches, y demás implementos necesarios para la producción tienen un 46% de significación es decir alcanzan un promedio de 2,3 sobre 5 puntos, por otro lado, las empresas de otros sectores

comprendidas por transporte, publicidad, aseo, seguridad, entre otras posee un promedio de 1,7 sobre 5 puntos con un 34% de incidencia y por ultimo las nuevas tecnologías puesto que es un sector popular que no está industrializado como tal excepto por unas pequeñas empresas que pertenecen a este gremio su promedio es de 1,9 sobre 5 puntos alcanzando un 38% de importancia dentro del encadenamiento productivo.

### criterio de calidad del Encadenamiento Productivo



**Gráfico 4. 3 Criterio de calidad**

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Tomando en cuenta los aspectos evaluados anteriormente, los empresarios sin poseer como tal un conocimiento técnico o científico acerca de lo que es un encadenamiento productivo intentan dar una calificación al respecto por lo que la mayor parte representados por el 73% aproximadamente califican como “Muy bueno” el nivel de encadenamiento productivo de sus empresas; un menor porcentaje, el 20% lo estimó como “Bueno”; el 6% lo consideró “Excelente”; y apenas un 1% lo valoró como “Regular”.

## Competitividad

### Ventajas Competitivas

Tabla 4.9 Ventajas Competitivas

Ventajas Competitivas	Promedio	% de evidencia
Liderazgo en costos	1,6	32,00
Diferenciación	4,6	92,00
Enfoque	2,4	48,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Para analizar la segunda variable producto de esta investigación que es la competitividad se ha considerado tres elementos, el primero se llama ventajas competitivas dentro de las que se consideró liderazgo en costos entendiéndose como la capacidad de liderar los costos del mercado a través de los precios más bajos, diferenciación que son las cualidades que le hacen única a una empresa como pueden ser el diseño de sus productos, servicio al cliente, avances tecnológicos y enfoque que se refiere a la orientación de las ventas de una empresa a un segmento en específico y no al público en general de las que observamos que la diferenciación tiene un 92% de trascendencia dentro del factor competitividad le sigue en orden de importancia el enfoque con un 48% y el liderazgo en costos que posee un 32%.

### Elementos de la Competitividad

Tabla 4.10 Competitividad

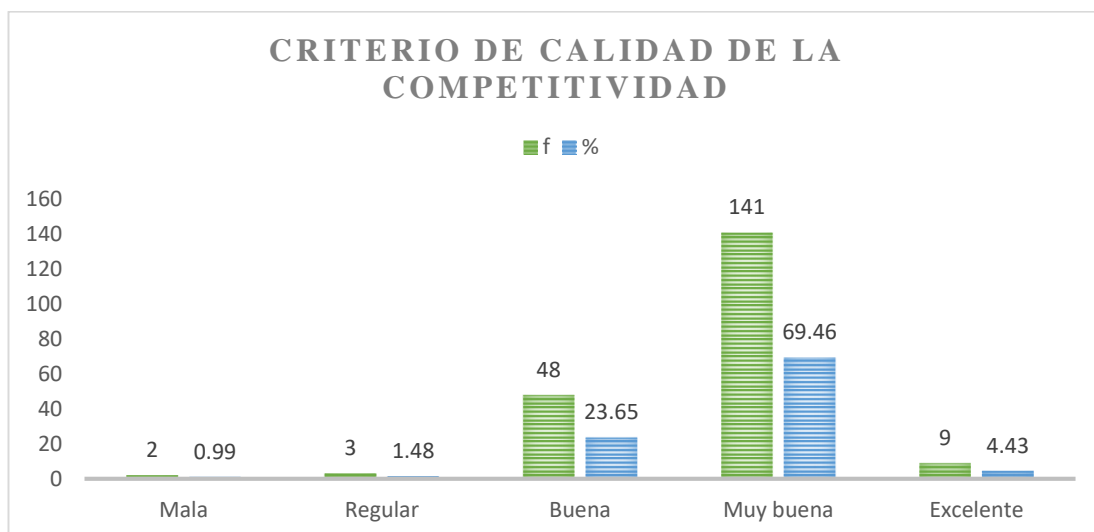
Elementos de la competitividad	Promedio	% de evidencia
Factores Internos	3,0	60,00
Factores Externos	3,3	66,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Como segundo y tercer elemento para medir la competitividad tenemos los factores internos que se refiera a los diferentes segmentos involucrados en la producción de una empresa de producción como, por ejemplo: la gestión administrativa, los recursos humanos, la investigación y desarrollo, el producto entre otros más, y los factores externos que son, por ejemplo: la competencia, la relación tanto con sus proveedores como con sus clientes, la legislación, por lo que observamos que los factores tienen un mayor grado de significación alcanzando un 66% mientras que los factores internos alcanzan un 60% de trascendencia dentro de la competitividad.

## Criterio de calidad de la Competitividad



**Gráfico 4.4 Criterio de calidad de la competitividad**

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En base a los aspectos evaluados anteriormente, la mayor parte de empresarios representados por el 69% aproximadamente califican como “Muy bueno” el nivel de competitividad de sus empresas; un menor porcentaje, el 24% lo estimó como “Bueno”; el 4% lo consideró “Excelente”; y apenas un 3% aproximadamente en conjunto lo valoró como “Regular y Malo”.

## Percepción de rentabilidad de los negocios en los últimos tres años

Tabla 4.11 Rentabilidad

Rentabilidad	f	%
Disminuido	63	31,03
Mantenido	78	38,42
Aumentado	62	30,54
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

De acuerdo con los encuestados, el 38% afirmaron que las ganancias en los últimos tres años de sus locales se han mantenido en su valor, mientras el 31% evidenciaron que se han disminuido y también se han incrementado con el mismo valor de incidencia aproximadamente.

### Productividad de los negocios en los últimos tres años

Tabla 4.12 Productividad

<b>Productividad</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Disminuido</b>	2	5,71
<b>Mantenido</b>	16	45,71
<b>Aumentado</b>	17	48,57
<b>TOTAL</b>	35	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Observando los datos obtenidos únicamente de los encuestados productores, el 49% afirmaron que los niveles de producción de sus negocios en los últimos tres años se han aumentado en cantidad, mientras el 46% evidenciaron que se han mantenido y solamente un 6% mencionaron que se han disminuido cabe recalcar que , puesto que de un total de 203 encuestados, 35 negocios cumplen esta actividad económica como productores y comercializadores mientras que 168 no cumplen con esta actividad sino más bien se dedican a la compra y venta de mercadería.

### Gastos mensuales de los negocios

Tabla 4.13 Gastos

<b>Gastos del local en dólares</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Menos de \$1000</b>	5	2,50
<b>Entre \$1000 y \$4999</b>	120	60,00
<b>Entre \$5000 y \$9999</b>	53	26,50
<b>Entre \$10000 y \$14999</b>	9	4,50
<b>Entre \$15000 y \$19999</b>	6	3,00
<b>Entre \$20000 y \$24999</b>	4	2,00
<b>Entre \$25000 y \$29999</b>	1	0,50
<b>Entre \$30000 y \$34999</b>	1	0,50
<b>Entre \$35000 y \$40000</b>	1	0,50
<b>TOTAL</b>	200	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Según los resultados obtenidos de los encuestados, en su mayoría el 60% gastan mensualmente en su negocio entre \$1000 y \$5000; mientras un 27% evidenciaron que su gasto es entre \$5000 y \$10000; bajos porcentajes afirmaron que gastan más de \$10000 y finalmente un 3% aproximadamente mencionaron que gastan menos de \$1000, lo cual evidencia un importante déficit en sus utilidades mensuales.

## Utilidades mensuales de los negocios

Tabla 4.14 Utilidades

<b>Ganancias del local en dólares</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Menos de \$1000</b>	87	43,50
<b>Entre \$1000 y \$4999</b>	82	41,00
<b>Entre \$5000 y \$9999</b>	22	11,00
<b>Entre \$10000 y \$14999</b>	6	3,00
<b>Entre \$15000 y \$19999</b>	2	1,00
<b>Entre \$20000 y \$25000</b>	1	0,50
<b>TOTAL</b>	200	100,00

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En lo que respecta a las utilidades mensuales de las pymes encuestadas, se evidenciaron que un 44% aproximadamente generan réditos mensuales menores a \$1000; por otro lado, un 41% afirmaron que ganan entre \$1000 y \$5000; mientras que en mínimos porcentajes mencionaron ganar más de \$5000, lo cual efectivamente solo sucede con los empresarios cuyos negocios son industrializados y poseen tanto su propia fábrica además de locales de distribución ubicados en las zonas céntricas de la ciudad al igual que en el centro comercial donde se aplicó las encuestas.

### Análisis de resultados mediante correlación interna de variables

Según Levin & Levin (2004, pág. 201) en su libro define a las correlaciones como la relación existente entre dos variables estadísticas y pueden variar debido a la fuerza de cada una de ellas lo cual se puede evidenciar por medio de un diagrama de dispersión. Además, el autor señala que existen coeficientes de correlación que “expresan numéricamente tanto la fuerza como la dirección de la correlación lineal en línea recta. Tales coeficientes de correlación se encuentran generalmente entre -1,00 y +1,00”. En efecto así lo demuestra mediante la siguiente escala:

- 1,00	Correlación negativa perfecta
- 0,95	Correlación negativa fuerte
- 0,50	Correlación negativa moderada
- 0,01	Correlación negativa débil
0,00	Ninguna correlación
+0,01	Correlación positiva débil
+0,50	Correlación positiva moderada
+0,95	Correlación positiva fuerte
+1,00	Correlación positiva perfecta

Con respecto al grado de asociación, mientras más cerca esté de 1,00, en una u otra dirección, mayor es la fuerza de la correlación. En vista de que la fuerza de una correlación es independiente de su dirección, podemos decir que — 0,10 y +0,10 son iguales en cuanto a fuerza (ambas son muy débiles) y que — 0,95 y +0,95 también tienen igual fuerza (ambas son muy fuertes). (Levin & Levin, 2004, págs. 203-204)

Partiendo de esta explicación se procedió a realizar las correlaciones internas entre las dos variables de estudio del presente proyecto que son encadenamiento productivo y competitividad tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 4.15 Análisis de correlaciones internas entre las variables de investigación

**Correlaciones**

		Mat. Prima	Fact. Tec.	Fact. Prod.	Emp. Relac.	Emp. otros sectores	NTIC`s	Vent. Comp.	Fact. Internos	Fact. Externos
Materia Prima	Pearson	1								
	Sig. (bil)									
Factores Tecnológicos	Pearson	,928**	1							
	Sig. (bil)	,000								
Factores Productivos	Pearson	,845**	,874**	1						
	Sig. (bil)	,000	,000							
Empresas Relacionadas	Pearson	,118	,122	,154*	1					
	Sig. (bil)	,092	,083	,028						
Emp. otros sectores	Pearson	,475**	,463**	,457**	,054	1				
	Sig. (bil)	,000	,000	,000	,445					
NTIC`s	Pearson	,744**	,746**	,729**	,170*	,530**	1			
	Sig. (bil)	,000	,000	,000	,015	,000				
Ventajas Competitivas	Pearson	,384**	,439**	,439**	,007	,241**	,338**	1		
	Sig. (bil)	,000	,000	,000	,922	,001	,000			
Factores Internos	Pearson	,690**	,730**	,752**	,213**	,469**	,727**	,425**	1	
	Sig. (bil)	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000		
Factores Externos	Pearson	,203**	,173*	,215**	,068	,285**	,283**	,194**	,318**	1
	Sig. (bil)	,004	,013	,002	,336	,000	,000	,005	,000	

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).  
 \* . La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En base a los resultados obtenidos de las correlaciones internas entre variables tenemos que la materia prima y los factores tecnológicos se relacionan significativamente; por otro lado, también se relaciona con los factores productivos y finalmente los factores productivos y los factores tecnológicos poseen una relación altamente significativa puesto que 0.928, 0.845 y 0.874 son casi una correlación positiva perfecta dentro de la escala de correlaciones, por otro lado tenemos que los factores internos de la competitividad con tanto con la materia prima, los factores tecnológicos y los factores productivos con una puntuación de 0.690, 0.730 y 0.752 poseen también una correlación positiva fuerte entre sí además, es importante recalcar que dichos valores tienen un alpha de 0.01 es decir, que la correlación es significativa al nivel del 1% y no del 5% lo que me da la mayor certeza posible puesto que se tiene apenas un 1% de error; finalmente los elementos que no poseen ninguna correlación significativa entre sí fueron empresas relacionadas con empresas de otros sectores, con ventajas competitivas y con factores externos de la competitividad puesto que tienen 0.054, 0.007 y 0.068 como valores de correlación.



## **Análisis de Componentes Principales (ACP)**

Para realizar el análisis de componentes principales de las variables de estudio antes es imperativo conocer las siguientes definiciones:

### **Análisis de componentes principales**

En concordancia con De la Fuente Fernández (2011, pág. 1) “El análisis de componentes principales es una técnica matemática que no requiere la suposición de normalidad multivariante de los datos, aunque si esto último se cumple se puede dar una interpretación más profunda de dichos componentes”.

### **Medida de adecuación muestral KMO**

Por otro lado, para De la Fuente Fernández (2011, pág. 25) argumenta en su investigación que:

La medida de la adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (Coeficiente KMO) contrasta si las correlaciones parciales entre las variables son pequeñas, toma valores entre 0 y 1, e indica que el análisis factorial es tanto más adecuado cuanto mayor sea su valor. Así Kaiser propuso en 1974 el siguiente criterio para decidir sobre la adecuación del análisis factorial de un conjunto de datos:

$0,9 \leq KMO \leq 1,0$  = Excelente adecuación muestral.

$0,8 \leq KMO \leq 0,9$  = Buena adecuación muestral.

$0,7 \leq KMO \leq 0,8$  = Aceptable adecuación muestral.

$0,6 \leq KMO \leq 0,7$  = Regular adecuación muestral.

$0,5 \leq KMO \leq 0,6$  = Mala adecuación muestral.

$0,0 \leq KMO \leq 0,5$  = Adecuación muestral inaceptable.

### **Prueba de esfericidad de Bartlett**

Adicionalmente, el autor explica el uso de la prueba de esfericidad de Bartlett de la siguiente manera: “Contrasta la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz identidad, en cuyo caso no existirían correlaciones significativas ente las variables y el modelo factorial no sería pertinente” (De la Fuente Fernández, 2011, pág. 11).

### **Varianza total explicada**

Según De la Fuente Fernández (2011, pág. 12) la matriz de varianza total explicada “permite utilizar el tamaño de los autovalores como un criterio para decidir si el número de factores que estarán presentes en la solución factorial. Por defecto se extraen los factores cuyos autovalores son mayores que la unidad (a este criterio se le denomina regla K1)”. En efecto dicha matriz permite al investigador determinar el número pertinente de factores que deben retenerse.

### **Gráfico de Sedimentación**

De acuerdo con De la Fuente Fernández (2011, pág. 12) el gráfico de sedimentación:

Muestra la representación gráfica de la magnitud de los autovalores. El corte en la tendencia descendente sirve de regla para la determinación del número de factores óptimo que deben estar presentes en la solución. Siempre se muestra la representación de los autovalores de la matriz de correlaciones (o de covarianzas) originales, independientemente del método de extracción seleccionado.

### **Matriz de componentes**

Según De la Fuente Fernández (2011, pág. 12) esta matriz “permite establecer el número máximo de iteraciones que los algoritmos pueden realizar para encontrar una solución factorial final. El valor por defecto es 25, habitualmente suficiente para obtener una solución”.

### **Matriz de componentes rotados**

Esta matriz de acuerdo con De la Fuente Fernández (2011, pág. 13) sirve para:

Obtener una o más tablas con los resultados del proceso de rotación. Al seleccionar una rotación ortogonal, esta opción permite obtener la matriz de estructura factorial rotada y la matriz de transformación necesaria para rotar los factores a partir de la solución inicial. Además, en la tabla de porcentajes de varianza explicada aparecen columnas adicionales que contienen la varianza total explicada por los factores rotados.

### **Método de rotación Varimax**

Según De la Fuente Fernández (2011, pág. 13) el método de rotación varimax u ortogonal “minimiza el número de variables que tiene saturaciones altas en cada factor. Simplifica la interpretación de los factores optimizando la solución por columna”. Además, el autor menciona que el criterio de Kaiser “consiste en conservar aquellos factores cuyo autovalor asociado sea mayor que 1”.

### **Matriz de transformación de componentes**

De acuerdo con De la Fuente Fernández (2011, pág. 15) esta matriz permite “obtener una tabla con los pesos o ponderaciones necesarios para calcular las puntuaciones factoriales a partir de las variables originales”.

### **Gráfico de componentes en espacio rotado**

Para De la Fuente Fernández (2011, pág. 14) el gráfico de componentes en espacio rotado muestra “la ubicación de las variables en el espacio definido por los factores. Se trata de un gráfico de las saturaciones el cual muestra los tres primeros factores de la solución factorial en un gráfico tridimensional”.

En tal efecto, después de conocer la parte bibliográfica del proceso de análisis de componentes principales procedimos a continuación, a realizar el análisis para las variables de estudio.

## Análisis de componentes principales para las variables de encadenamientos productivos

Tabla 4.16 Prueba de KMO para encadenamientos productivos

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,884
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	6489,275
	gl	406
	Sig.	,000

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

De acuerdo a los datos presentados por Kaiser en 1974 nos ubicamos dentro de una buena adecuación muestral puesto que tenemos un KMO de 0.884 y tenemos un nivel de significación de 0.000 en la prueba de esfericidad de Bartlett que nos indica que no es una matriz identidad la que estamos analizando y nos resulta adecuado realizar un análisis factorial.

Tabla 4.17 Matriz de varianza total explicada para encadenamientos productivos

Componente	Varianza total explicada								
	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	11,797	40,679	40,679	11,797	40,679	40,679	10,318	35,580	35,580
2	2,095	7,225	47,903	2,095	7,225	47,903	3,432	11,834	47,415
3	2,030	7,001	54,904	2,030	7,001	54,904	2,172	7,489	54,904
4	1,382	4,764	59,668						
5	1,193	4,114	63,782						
6	1,162	4,007	67,789						
7	1,118	3,857	71,645						
8	1,044	3,601	75,247						
9	,883	3,043	78,290						
10	,812	2,799	81,090						
11	,743	2,563	83,652						
12	,694	2,393	86,045						
13	,650	2,241	88,286						
14	,567	1,957	90,243						
15	,528	1,820	92,062						
16	,477	1,644	93,706						
17	,409	1,410	95,116						

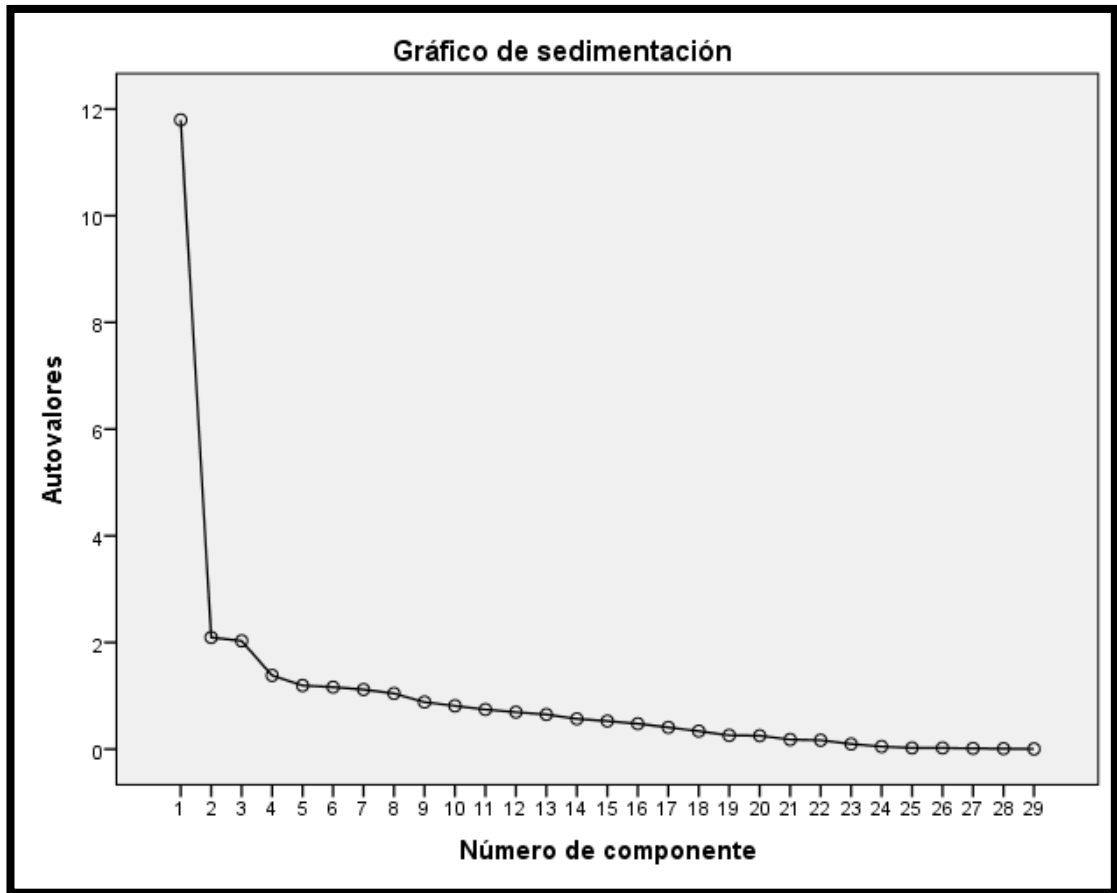
18	,338	1,164	96,280					
19	,259	,891	97,171					
20	,252	,870	98,041					
21	,180	,621	98,663					
22	,168	,580	99,243					
23	,097	,334	99,577					
24	,049	,168	99,744					
25	,024	,081	99,826					
26	,022	,075	99,900					
27	,015	,050	99,950					
28	,010	,035	99,985					
29	,004	,015	100,000					

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En el sistema de análisis estadístico SPSS por defecto nos arroja una agrupación de ocho grupos de los cuales hemos escogido realizar tres grupos, puesto que, hemos escogido los valores mayores a la unidad por lo que nos arroja solo los tres grupos que explican la varianza en un 55% que es un valor bastante adecuado para explicar la agrupación de las variables del encadenamiento productivo.



**Gráfico 4.5 Sedimentación de encadenamientos productivos**

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Como se puede observar en la gráfica hasta el tercer componente tiene significación para ser seleccionados los datos a partir del cuarto componente ya no puesto que empieza un decrecimiento lineal, lo que, evidencia que ya no es muy acusada la pendiente a partir de dicho punto.

Tabla 4.18 Matriz de componentes del encadenamiento productivo

**Matriz de componentes (a)**

	Componente		
	1	2	3
Pec1	,862		
Pec2	,941		
Pec3	,450		
Pec4	,954		
Pec5			
Pec6	,959		
Pec7	,965		
Pec8	,734		
Pec9	,954		
Pec10	,951		
Pec11	,955		
Pec12			,512
Pec13	,862		
Pec14			,700
Pec15			,769
Pec16			,644
Pec17	,565		
Pec18			
Pec19		,431	
Pec20			
Pec21			
Pec22	,441	,497	
Pec23	,455	,552	
Pec24	,507		
Pec25			
Pec26			
Pec27		,606	
Pec28	,818		
Pec29	,924		

Método de extracción: Análisis de componentes principales.  
a. 3 componentes extraídos

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En esta tabla se puede observar las preguntas que son parte de cada uno de los tres componentes que se han seleccionado anteriormente, es decir, son los factores con sus

respectivos pesos factoriales más elevados que muestran una estrecha relación entre las variables del encadenamiento productivo que intervienen en cada componente.

Tabla 4.19 Análisis de componentes rotados de encadenamientos productivos

**Matriz de componentes rotados (a)**

	Componente		
	1	2	3
Pec1	,824		
Pec2	,956		
Pec3			
Pec4	,973		
Pec5			
Pec6	,967		
Pec7	,963		
Pec8	,627		
Pec9	,971		
Pec10	,957		
Pec11	,957		
Pec12			,560
Pec13	,795		
Pec14			,699
Pec15			,789
Pec16			,636
Pec17		,555	
Pec18			
Pec19		,548	
Pec20			
Pec21			
Pec22		,619	
Pec23		,688	
Pec24			
Pec25			
Pec26			
Pec27		,670	
Pec28	,686	,438	
Pec29	,866		

Método de extracción: Análisis de componentes principales.  
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.  
a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)



En esta tabla se obtiene la rotación de los factores de cada componente utilizando el método de rotación Varimax con Kaiser el que nos permite tener una solución más óptima de los factores necesarios para explicar la variable que en este caso es el encadenamiento productivo.

Tabla 4.20 Matriz de transformación de componentes de encadenamientos

<b>Matriz de transformación de las componentes</b>			
Componente	1	2	3
1	,921	,371	,120
2	-,383	,919	,096
3	-,075	-,134	,988

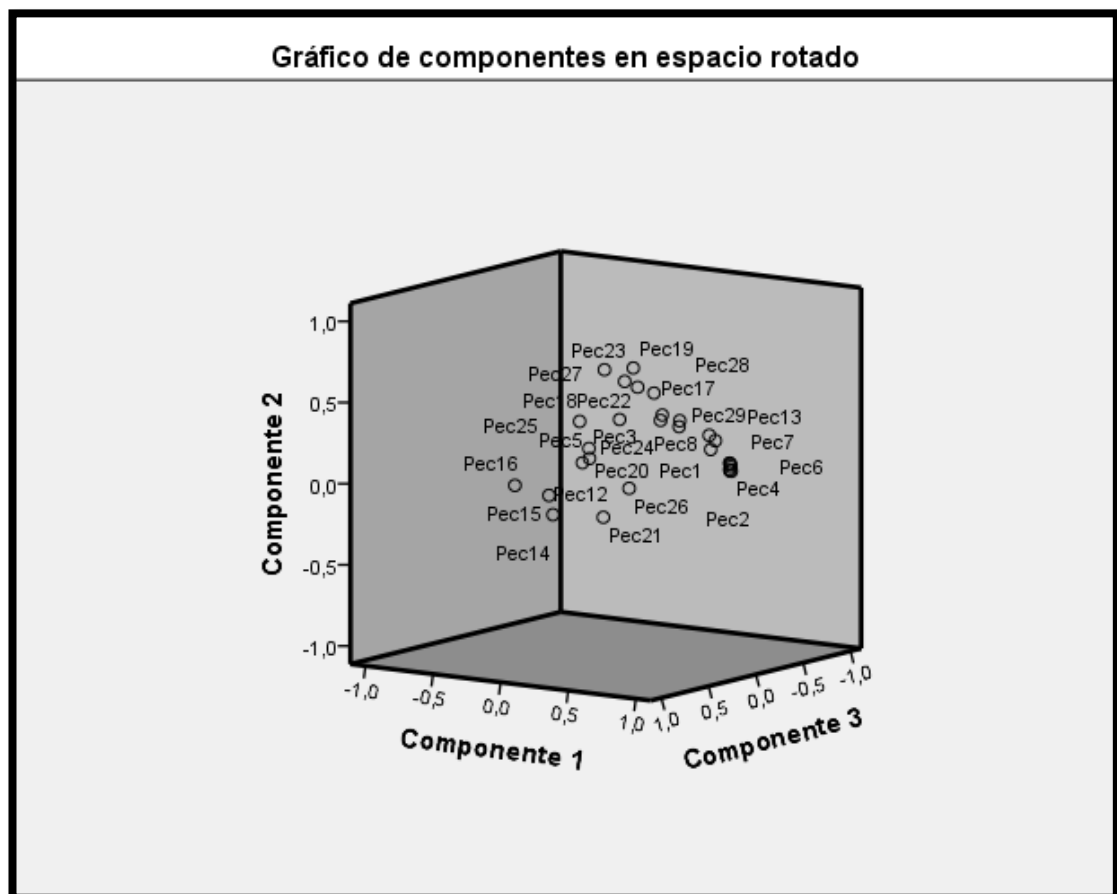
Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Esta matriz nos muestra la correlación existente entre los componentes finales obtenidos a través del método de rotación Varimax con Kaiser anterior y de la extracción por análisis de componentes principales a partir de los datos originales.



**Gráfico 4.6 Componentes en espacio rotado de encadenamientos productivos**

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Finalmente, el gráfico de saturaciones o espacio rotado muestra la dispersión del total de las preguntas rotadas ubicadas de acuerdo a su peso factorial en un ámbito tridimensional definido por el número de sus componentes.

### Análisis de componentes principales para competitividad

Tabla 4.21 Prueba de KMO para competitividad

<b>KMO y prueba de Bartlett</b>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,741
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1705,030
	gl	136
	Sig.	,000

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

De acuerdo a los datos presentados por Kaiser en 1974 nos ubicamos dentro de una aceptable adecuación muestral puesto que tenemos un KMO de 0.741 y tenemos un nivel de significación de 0.000 en la prueba de esfericidad de Bartlett que nos indica que no es una matriz identidad la que estamos analizando y nos resulta adecuado realizar un análisis factorial.

Tabla 4.22 Matriz de varianza total explicada para competitividad

### Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,840	22,590	22,590	3,840	22,590	22,590	3,284	19,316	19,316
2	2,817	16,568	39,159	2,817	16,568	39,159	2,948	17,343	36,660
3	1,738	10,221	49,380	1,738	10,221	49,380	1,937	11,397	48,056
4	1,191	7,005	56,384	1,191	7,005	56,384	1,416	8,328	56,384
5	1,064	6,256	62,641						
6	1,009	5,935	68,576						
7	,903	5,311	73,887						
8	,766	4,508	78,395						
9	,727	4,275	82,670						
10	,692	4,069	86,739						
11	,613	3,603	90,343						
12	,489	2,879	93,222						

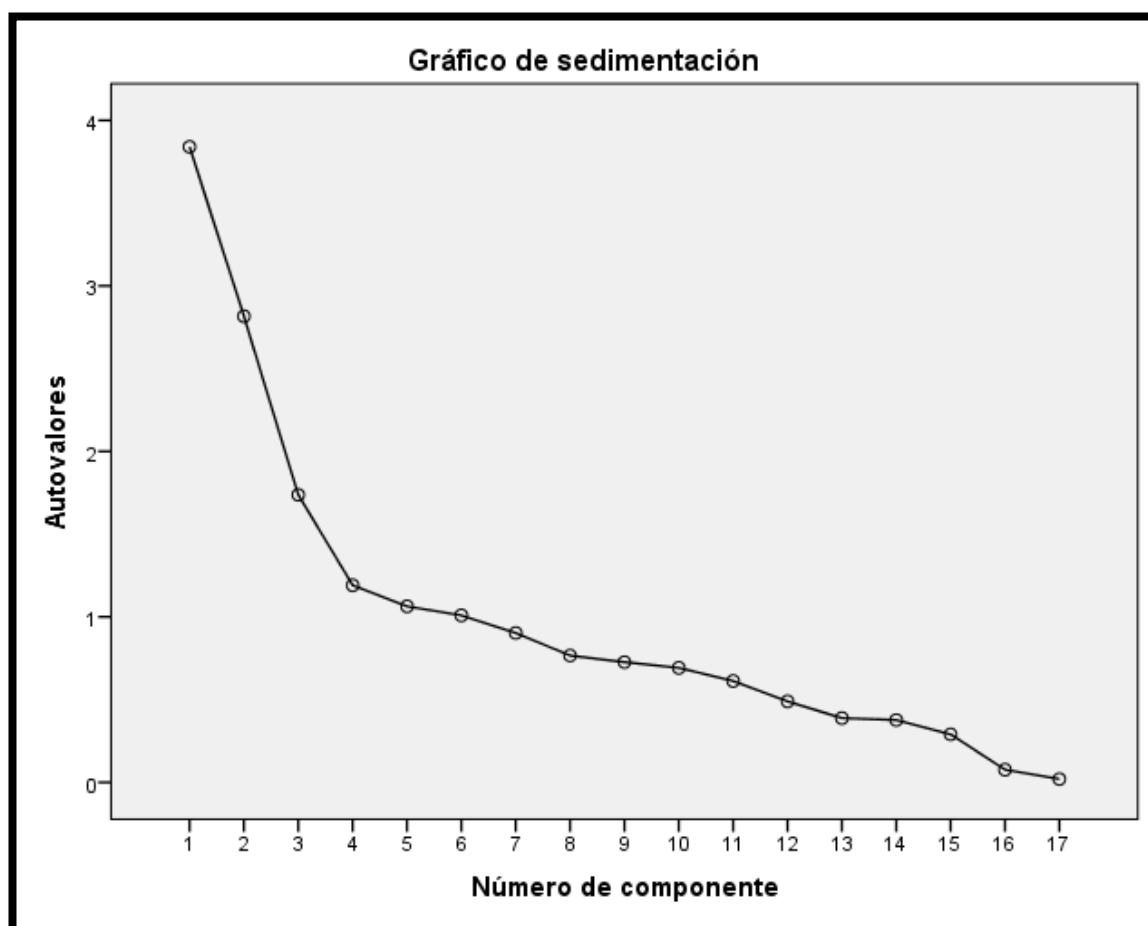
13	.388	2,285	95,506					
14	.377	2,218	97,724					
15	.290	1,707	99,431					
16	.077	.451	99,883					
17	.020	.117	100,000					

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En el sistema de análisis estadístico SPSS por defecto nos arroja una agrupación de ocho grupos de los cuales hemos escogido realizar cuatro grupos, puesto que, hemos escogido los valores mayores a la unidad por lo que nos arroja solo los cuatro grupos que explican la varianza en un 56% que es un valor bastante adecuado para explicar la agrupación de las variables de la competitividad.



**Gráfico 4.7 Sedimentación de competitividad**

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Como se puede observar en la gráfica hasta el cuarto componente tiene significación para ser seleccionados los datos a partir del quinto componente ya no, puesto que, empieza un decrecimiento lo que evidencia que ya no es muy acusada la pendiente a partir de ese punto.

Tabla 4.23 Matriz de componentes de competitividad

**Matriz de componentes**

	Componente			
	1	2	3	4
Pc1	,793	-,423		
Pc2	,435	,538		
Pc3				
Pc4	,570			
Pc5	,533		,434	
Pc6				,565
Pc7			,449	
Pc8	,457	,594		
Pc9		,595		
Pc10	,435	,570		
Pc11	,813	-,429		
Pc12	,807	-,440		
Pc13				,627
Pc14		,675		
Pc15	,437			
Pc16			,656	
Pc17				

Método de extracción: Análisis de componentes principales.  
a. 4 componentes extraídos

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En esta tabla se puede observar las preguntas que son parte de cada uno de los cuatro componentes que se han seleccionado anteriormente, es decir, son los factores con sus respectivos pesos factoriales más elevados que muestran una estrecha relación entre las variables de la competitividad que intervienen en cada componente.

Tabla 4.24 Análisis de componentes rotados de competitividad

**Matriz de componentes rotados**

	Componente			
	1	2	3	4
Pc1	,957			
Pc2		,673		
Pc3			,434	
Pc4		,548		
Pc5	,440		,583	
Pc6				,645
Pc7			,616	
Pc8		,765		
Pc9		,541		
Pc10		,670		
Pc11	,975			
Pc12	,971			
Pc13				,715
Pc14		,730		
Pc15			,515	
Pc16			,683	
Pc17		,489		

Método de extracción: Análisis de componentes principales.  
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.  
a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

En esta tabla se obtiene la rotación de los factores de cada componente utilizando el método de rotación Varimax con Kaiser el que nos permite tener una solución más óptima de los factores necesarios para explicar la variable que en este caso es la competitividad.

Tabla 4.25 Matriz de transformación de componentes de competitividad

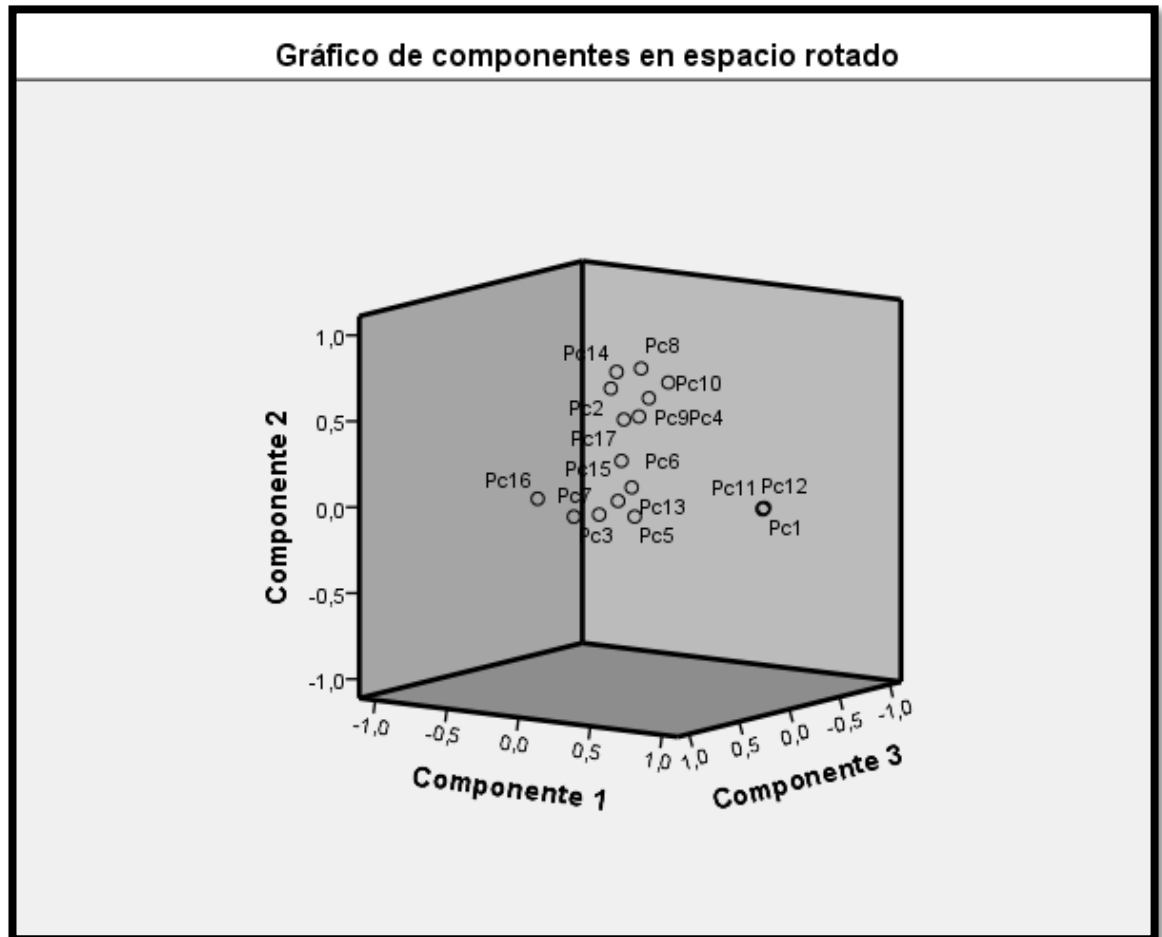
<b>Matriz de transformación de las componentes</b>				
Componente	1	2	3	4
1	,783	,522	,333	,062
2	-,488	,797	-,160	,316
3	-,385	,061	,867	-,309
4	-,015	-,297	,334	,895

Método de extracción: Análisis de componentes principales.  
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Esta matriz nos muestra la correlación existente entre los componentes finales obtenidos a través del método de rotación Varimax con Kaiser anterior y de la extracción por análisis de componentes principales a partir de los datos originales.



**Gráfico 4.8 Componentes en espacio rotado de competitividad**

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

Finalmente, el gráfico de saturaciones o espacio rotado muestra la dispersión del total de las preguntas rotadas ubicadas de acuerdo a su peso factorial en un ámbito tridimensional definido por el número de sus componentes.

## 4.2 Verificación de hipótesis

### 1. Planteamiento de hipótesis

#### a) Modelo lógico

**H<sub>0</sub>:** No hay correlación entre el encadenamiento productivo y la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas Textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga.

**H<sub>1</sub>:** Hay correlación entre el encadenamiento productivo y la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas Textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga.

#### b) Modelo matemático

H<sub>0</sub>:  $r = 0$

H<sub>1</sub>:  $r \neq 0$

#### c) Modelo estadístico

$$y = \beta_1 x + \beta_0$$

$$\beta_0 = \frac{\sum Y}{n} - \frac{\beta_1 \sum X}{n}$$

$$\beta_1 = \frac{n \sum (XY) - \sum Y * \sum X}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

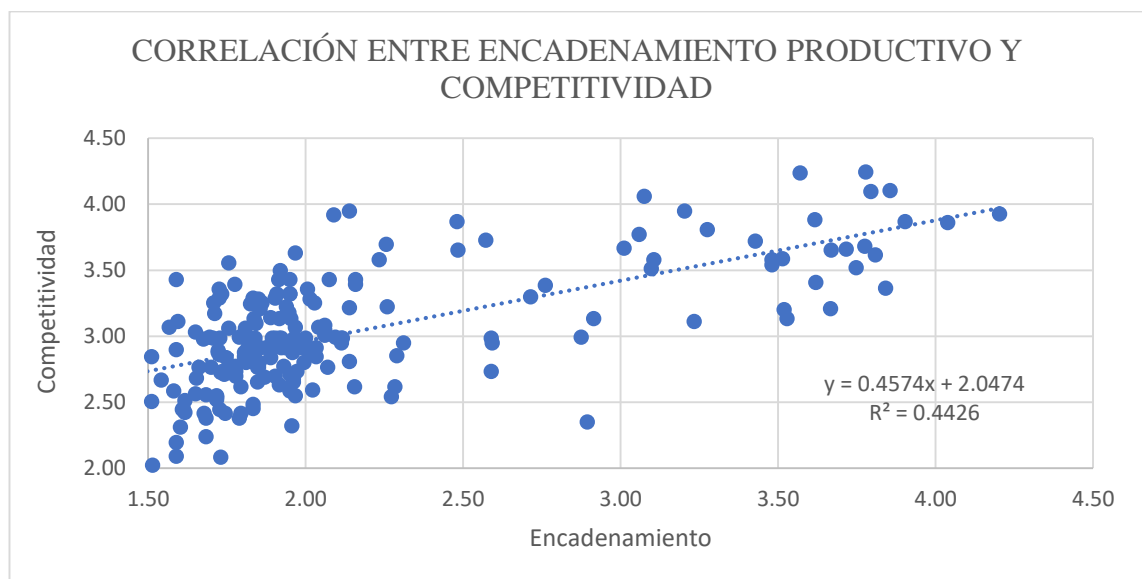
### 2. Determinación de la ecuación de regresión:

Bajo estas consideraciones, la ecuación de la recta será:

$$y = 0,4574x + 2,0474$$

Para la interpretación de la correlación se sigue la recomendación de Levin & Levin (2004), que en su análisis explica: “los coeficientes de correlación expresan numéricamente tanto la fuerza como la dirección de la correlación en línea recta. Tales coeficientes de correlación se encuentran generalmente entre -1,00 y + 1,00 como sigue:

-1,00	Correlación negativa perfecta
-0,95	Correlación negativa fuerte
-0,50	Correlación negativa moderada
-0,01	Correlación negativa débil
0,00	ninguna correlación
+0,01	Correlación positiva débil
+0,50	Correlación positiva moderada
+0,95	Correlación positiva fuerte
+1,00	Correlación positiva perfecta”



**Gráfico 4.9** Curva de regresión ajustada: encadenamiento y competitividad

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

El índice de Pearson es = 0,6625 y el coeficiente de determinación equivale a  $r^2$  0,4426. Valores que son encontrados con el uso de la hoja electrónica de Excel.



### 3. Conclusión

En función de estos datos se puede concluir que existe una correlación positiva moderada entre el encadenamiento productivo y la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas Textiles del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga. Es decir, las variables están bastante correlacionadas entre sí con un  $R^2 = 0,4425$ ; lo que significa que el 44,26% de la competitividad depende del encadenamiento productivo del negocio.

Si se quisiera hacer un análisis matemático proyectado para evidenciar el máximo valor de competitividad en función del encadenamiento productivo, la siguiente tabla ilustra dicho cálculo en valores enteros:

Tabla 4.26 Proyecciones

$\beta_1$	encadenamiento (x)	$\beta_0$	competitividad (y)
<b>0,4574</b>	1	2,0474	2,5048
<b>0,4574</b>	2	2,0474	2,9622
<b>0,4574</b>	3	2,0474	3,4196
<b>0,4574</b>	4	2,0474	3,877
<b>0,4574</b>	5	2,0474	4,3344

**Fuente:** Encuesta a productores y comerciantes

**Elaborado por:** Coba, F. (2019)

### 4.3 Limitaciones del estudio

Las limitaciones de estudio que se encontraron en el desarrollo del presente trabajo de investigación fueron que no lograron aplicar las encuestas a las 217 pymes que determina la muestra, pero se logró encuestar del tamaño de la muestra determinado un 93,54% en tal efecto se quedaron 14 personas que no se lograron encuestar por dificultades de logística, tiempo, entre otras.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

Una vez analizados todos los datos producto del trabajo de campo que se ha obtenido en la encuesta a los productores y comerciantes del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga el investigador llega a las siguientes conclusiones:

1. Hay una correlación moderada entre el encadenamiento productivo y la competitividad que obedece a factores como materia prima, factores tecnológicos, factores productivos y factores internos de la competitividad; como así lo determina la verificación de la hipótesis cuyo  $R^2$  es de 0.4426 por lo que estamos hablando de una correlación moderada.
2. Se ha determinado que de acuerdo con los seis elementos que componen el encadenamiento productivo existe un mayor impacto por parte de los factores productivos los que están integrados por la mano de obra, infraestructura, maquinaria empleada que juegan un rol importante dentro de los encadenamientos productivos que existen en las pymes investigadas.
3. Se ha comprobado que de manera empírica los comerciantes y productores del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga si manejan conceptos, actividades y relaciones de encadenamiento productivo.
4. Con respecto a la calidad de competitividad del sector textil del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga se concluye que la producción y comercialización de prendas de vestir, evidencian que el nivel de productividad de las empresas pymes productoras es muy bueno.

## **5.2 Recomendaciones**

En base a las conclusiones propuestas se propone lo siguiente:

1. Se recomienda a las pymes del Centro Comercial Popular “El Salto” del cantón Latacunga mejorar sus procesos de interrelación con empresas similares del sector textil de la zona.
2. Innovar permanentemente los diseños, aumentar la calidad, buscar menores costos y precios de sus productos para lograr mejores índices de competitividad de sus negocios.
3. Mejorar la atención y calidad en el servicio al cliente para de esta forma afianzar lazos duraderos con sus clientes.

## Referencias Bibliográficas

- Alfonzo Perdomo, I. (2018). *Técnicas de investigación bibliográfica*. Caracas, Venezuela: Contexto Ediciones. Recuperado el 10 de febrero de 2019
- Alva Santos, A. (s/f). *Operacionalización de las variables*. Recuperado el 10 de julio de 2018, de [http://cmapublic2.ihmc.us/rid%3D1177276915826\\_1221648340\\_5171/](http://cmapublic2.ihmc.us/rid%3D1177276915826_1221648340_5171/)
- Arango, D. (6 de marzo de 2014). Encadenamientos productivos, clave para conquistar mercados . *Portafolio*, s/n. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/encadenamientos-productivos-clave-conquistar-mercados-53844>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación* (Sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme. Recuperado el 10 de julio de 2018
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2017). *Estrategia para una nueva industrialización II* (Vol. II). (B. Mac Master, & I. Restrepo de Mitchell, Edits.) Bogotá, Colombia: Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de <http://proyectos.andi.com.co/Libro2/Paginas/assets/docs/estrategia-para-una-nueva-industrializacion-ii.pdf>
- Bekerman, M., & Cataife, G. (2001). Encadenamientos productivos: Estilización e impactos sobre el desarrollo de los países periféricos. *Anales*, 0. Recuperado el 19 de abril de 2019, de [https://aaep.org.ar/anales/pdf\\_01/bekerman\\_cataife.pdf](https://aaep.org.ar/anales/pdf_01/bekerman_cataife.pdf)
- Bekerman, M., Rodríguez, S., & Sirlin, P. (2005). Obstáculos al desarrollo de encadenamientos productivos en América Latina: El caso de los muebles de madera en Argentina. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 36 (140), 113-141. Recuperado el 19 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/118/11820092006.pdf>
- Benavides, S. (enero-junio de 2009). Encadenamientos productivos y clústers: una estrategia para fortalecer las micro y pequeñas empresas del turismo rural. *Revista Geográfica de América Central*, 1 (42), 113-130. Recuperado el 19 de abril de 2019, de Encadenamientos productivos y Clusters: Una estrategia

para fortalecer las micro y pequeñas empresas del turismo rural:  
<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/309>

- Bojórquez Molina, J. A., López Aranda , L., Hernández Flores, M. E., & Jiménez López , E. (14-16 de agosto de 2013). Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software Minitab. *LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology, onceavo*, 9. Recuperado el 2019 de abril de 07, de <http://laccei.org/LACCEI2013-Cancun/RefereedPapers/RP065.pdf>
- Cárdenas Basto, A. (2015). *Encadenamientos Productivos: La Guía práctica*. Colegio de Estudios Superiores de Administración, Administración de Empresas. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1357/TG01007.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castañeda Gómez, R. (2011). *El proceso de cambio en las organizaciones*. Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica. Nuevo León: Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://eprints.uanl.mx/2341/1/1080227417.pdf>
- Chavarria, H., Rojas , P., Romero, S., & Sepúlveda, S. (2000). Competitividad y comportamiento espacial de la producción. Los complejos productivos: de la teoría a la práctica. *Cuaderno Técnico*, 3, 1-44. Recuperado el 18 de febrero de 2019, de <http://repiica.iica.int/DOCS/B0244E/B0244E.PDF>
- Chávez Martínez, J. C. (2012). *Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad*. (D. A. Martínez, Ed.) Oaxaca, Oaxaca de Juárez, México: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso. Recuperado el 20 de enero de 2019
- Coca Carasila, M. (julio-diciembre de 2007). Importancia y concepto del posicionamiento una breve revisión teórica. *Perspectivas*(20), 105-114. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331007.pdf>

- Cruz Soto, L. A. (octubre-diciembre de 2013). El concepto de poder en la administración. *Contaduría y Administración*, 58(4), 39-57. Recuperado el 18 de marzo de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39528277003>
- De la Fuente Fernández, S. (2011). Componentes Principales ACP. 1-30. Recuperado el 26 de abril de 2019, de <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/MULTIVARIANTE/ACP/ACP.pdf>
- De la Fuente, M., & Muñoz, C. (mayo de 2003). Ventaja competitiva: ¿actividades o recursos? *Panorama Socioeconómico*(26), 0. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/399/39902603.pdf>
- De la Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De la Hoz Suárez, A. (enero-abril de 2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIV(1), 88-109. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011673008.pdf>
- Diario El Telegrafo. (11 de julio de 2013). *El Salto tendrá en breve dos centros de abasto*. Recuperado el 10 de julio de 2018, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-salto-tendra-en-breve-dos-centros-de-abasto>
- Diario La Hora. (16 de abril de 2018). *El sector textil representa el 6% del PIB industrial*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de [https://lahora.com.ec/noticia/1102150131/sector-textil-representa-el-6\\_-del-pib-industrial](https://lahora.com.ec/noticia/1102150131/sector-textil-representa-el-6_-del-pib-industrial)
- Dirven, M. (2001). *Apertura económica y (des) encadenamientos productivos, reflexiones sobre el complejo lácteo en América Latina*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas. Recuperado el 15 de febrero de 2019, de [https://books.google.com.ec/books?id=g8HdYsKhXwkC&pg=PA199&lpg=PA199&dq=encadenamientos+productivos+hacia+los+lados&source=bl&ots=ToUdoAgNC\\_&sig=ACfU3U0iVf9EDsWIAyCy7G5w99J63L7nIQ&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiT6c-949DhAhXEqlkKHbwpC9Q4ChDoATADegQICBAB#v=onep](https://books.google.com.ec/books?id=g8HdYsKhXwkC&pg=PA199&lpg=PA199&dq=encadenamientos+productivos+hacia+los+lados&source=bl&ots=ToUdoAgNC_&sig=ACfU3U0iVf9EDsWIAyCy7G5w99J63L7nIQ&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiT6c-949DhAhXEqlkKHbwpC9Q4ChDoATADegQICBAB#v=onep)

- EKOS NEGOCIOS. (8 de abril de 2016). Producción Nacional. *EKOS*(264), 136. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <https://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/265.pdf>
- El Comercio. (2017). *El sector textil, el segundo mayor generador de empleo*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/16230000455701b8-8b67-454f-b70c-5d1855cea3e6>
- Foro Económico Mundial. (abril de 2017). *Índice de Competitividad Global edición 2017-2018*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/countryeconomy-profiles/#economy=ECU>
- Fuentes, N. A., & Sastré Gutiérrez, M. (julio-diciembre de 2001). Identificación empírica de sectores clave de la economía sudbajacaliforniana. *Frontera Norte*, 13(26), 51-76. Recuperado el 15 de febrero de 2019, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/fn/v13n26/v13n26a3.pdf>
- García de Hurtado, M., & Leal, M. (2008). Evolución histórica del factor humano en las organizaciones: de recurso humano a capital intelectual. *Revista Omnia*, 14(3), 144-159. Recuperado el 28 de marzo de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73711121008.pdf>
- García Ochoa Mayor, M., Bajo Davó, N., & Roux Martínez, F. (enero-marzo de 2015). Ventajas competitivas de las empresas de telefonía móvil en América. *El Trimestre Económico*, LXXXII(325), 89-116. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/313/31342332003.pdf>
- Grandes Navarro, J. (2018). *Encadenamiento productivo del chocho (Lupinus mutabilis sweet) como dinamizador del desarrollo económico local endógeno en el Cantón Sigchos*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Economía. Quito: Facultad de Economía. Recuperado el 18 de marzo de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14490?show=full>
- Guaña-Moya , E. J., Pérez Fabara , M. A., & Quinatoa Arequipa, E. J. (abril-junio de 2017). Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor tecnológico. *Ciencias Holguín*, 23(2), 1-17. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181550959002.pdf>

- Hernández Espallardo, M. (junio de 2001). El nuevo concepto de marketing en la empresa. *Revista Colombiana de Marketing*, 2(2), 17. Recuperado el 25 de marzo de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/109/10900202.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). México D.F., México D.F., México: McGraw-Hill. Recuperado el 10 de julio de 2018
- Hernández Sánchez, P. (13 de 08 de 2013). *Análisis del subsector comercio de confecciones y sus posibilidades de encadenamiento productivo con otras actividades económicas en Cartagena de Indias*. Universidad de Cartagena, Facultad de Ciencias Económicas. Cartagena de Indias: Facultad de Ciencias Económicas. Recuperado el 19 de abril de 2019, de [http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/1246/1/TE SIS%202%20PARA%20PDF.pdf](http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/1246/1/TE%20SIS%20202%20PARA%20PDF.pdf)
- Instituto Regional de Administración de Empresas. (23 de noviembre de 2011). *Asociatividad, articulación, cluster, encadenamiento productivo y capital social*. Recuperado el 15 de febrero de 2019, de <https://irade.cl/articulos-de-interes/471/asociatividad-articulacion-cluster-encadenamiento-productivo-y-capital-social/>
- Isaza Castro, J. G. (2005). Cadenas productivas, enfoques y precisiones conceptuales. 18. Recuperado el 20 de enero de 2019, de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/download/1602/1441/>
- Jácome, H., & King, K. (2013). *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. Quito, Pichincha, Ecuador: Flacso Sede Ecuador. Recuperado el 19 de abril de 2019, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=52079>
- Jiménez Castañeda, J. C., Domínguez Hernández, M. L., & Martínez Castro, C. J. (2009). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Pensamiento y gestión*(26), 165-190. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/876/520>
- León, C., & Miranda, M. (2003). *Análisis Macroeconómico para la Empresa*. Mogrovejo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado



- el 05 de abril de 2019, de <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/cl-mm-macro/index.htm>
- Levin, J., & Levin, W. (2004). *Fundamentos de Estadística en la Investigación Social* (Segunda ed.). (H. Elorza, Ed., & V. Del Valle, Trad.) México D.F., México: Alfaomega. Recuperado el 2019 de abril de 25
- López Gómez , E. (enero-abril de 2016). En torno al concepto de competencia: un análisis de fuentes. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 20(1), 311-322. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/567/56745576016.pdf>
- Márquez, M. (enero-junio de 2002). La Gestión Administrativa de las empresas agropecuarias de los municipios San Fernando y Biruaca del estado Apure, en Venezuela. *Revista Mexicana de Agronegocios*, VI(10), 13. Recuperado el 18 de marzo de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/141/14101002.pdf>
- Martínez Camacho, A. (22 de 05 de 2011). *Concentración de Capital y encadenamiento productivo en la industria manufacturera en México*. Instituto Politécnico Nacional, diciembre. México Distrito Federal: Escuela Superior de Economía. Recuperado el 19 de abril de 2019, de <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/16216/1/Concentracion%20de%20capital%20y%20encadenamientos%20productivos%20en%20la%20industria%20manufacturera%2094-08.pdf>
- Martínez Castrillón, D. Y. (2016). Factores clave en Marketing enfoque: empresas de servicios. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 12(34), 42-58. Recuperado el 25 de marzo de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/709/70946593003.pdf>
- Martínez Sidón, G., & Corrales Corrales, S. (enero-junio de 2017). Cadenas productivas y clusters en la economía regional de Nuevo León. Un análisis con matrices de insumo-producto. *Economía , teoría y práctica*(46), 41-69. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de <http://www.izt.uam.mx/economiatyp/ojs>
- Ministerio de Industria y Productividad. (27 de julio de 2017). *Buenas perspectivas de desarrollo productivo e industrial para los próximos años*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <https://www.industrias.gob.ec/15900-2/>

- Miranda, J., & Toirac, L. (abril-junio de 2010). Indicadores de productividad para la Industria Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, XXXV(2), 235-290. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/870/87014563005.pdf>
- Montoya Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. R. (julio-diciembre de 2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 20(2), 1-20. Recuperado el 28 de marzo de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Morillo, M. (enero-junio de 2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contable Faces*, 4(4), 35-48. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700404>
- Nova Molano, Y. P., & Rincón Carranza, Y. A. (13 de 09 de 2017). *Alianza del Pacífico al Este de Asia. Un encadenamiento productivo agroindustrial*. Universidad de la Salle, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Bogotá D.C.: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Recuperado el 19 de abril de 2019, de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21761/63121061\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21761/63121061_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pino Arriagada, O. (2004). Análisis de encadenamientos productivos para la economía regional, base 1996. *Theoria*, 13, 71-82. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de <http://www.ubiobio.cl/theoria/v/v13/6.pdf>
- Porter, M. (marzo-abril de 1990). The Competitive Advantages of Nations. *Harvard Business Review*, 21. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de [http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter\\_1990\\_-\\_the\\_competitive\\_advantage\\_of\\_nations.pdf](http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf)
- Quallenberg Menkes, I. (julio-diciembre de 2012). La diferencia entre tecnología y ciencia. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, VII(14), 231-255. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873008.pdf>
- Quero, L. (2008). Estrategias competitivas: factor clave de desarrollo. *Negotium Revista Científica Electrónica Ciencias Gerenciales*, 10(4), 36-49. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/html/782/78241004/>

- Ramírez Díaz, L. F. (diciembre de 2006). La competitividad...¿a qué se refiere? *Ensayos de Economía*, 107-117. Recuperado el 10 de marzo de 2019, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/viewFile/24712/25275>
- Ramírez Hernández, V. (Marzo de 1996). Tipos de investigación y manejo de hipótesis. *Ciencia Ergo Sum*, 3(1), 104-108. Recuperado el 10 de julio de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5139927.pdf>
- Ramírez, A. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. *Anales de la Facultad de Medicina*, 70(3), 217-224. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37912410011>
- Red Nacional de Grupos Gestores. (s.f.). *Encadenamientos Productivos*. Recuperado el 15 de febrero de 2019, de <http://www.gruposgestores.org.gt/encadenamiento.htm>
- Rincón de Parra , H. (enero-junio de 2001). Calidad, Productividad y Costos: Análisis de Relaciones entre estos Tres Conceptos. *Actualidad Contable Faces*, 4(4), 49-61. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/257/25700405.pdf>
- Rojas Cairampoma, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14. Recuperado el 10 de julio de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>
- Rubio, L., & Baz, V. (agosto de 2004). El Poder de la Competitividad. *Centro de Investigación para el Desarrollo*, 83. Recuperado el 10 de marzo de 2019, de [http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad\\_FINAL-Agosto\\_2004.pdf](http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto_2004.pdf)
- Sánchez Segura, A. (enero-marzo de 1994). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. *Revista española de financiación y contabilidad*, XXIV(78), 159-179. Recuperado el 05 de abril de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/44122.pdf>
- Sandoval Bustos, E., & Díaz Vicuña, S. (octubre-diciembre de 2016). Procesos de toma de decisiones y adaptación al cambio climático. *Ambiente & Sociedade*, XIX(4), 175-194. Recuperado el 05 de abril de 2019, de [http://www.scielo.br/pdf/asoc/v19n4/es\\_1809-4422-asoc-19-04-00215.pdf](http://www.scielo.br/pdf/asoc/v19n4/es_1809-4422-asoc-19-04-00215.pdf)

- Tinto Arandes , J. A. (29 de enero-junio de 2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. *Provincia*(29), 135-173. Recuperado el 7 de abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>
- Vilcacundo Córdova, A. G. (2014). *La innovación tecnológica como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del cantón Ambato*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato: Facultad de Contabilidad y Auditoría. Recuperado el 09 de abril de 2019, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20852/1/T2779i.pdf>
- Villamil, J., & Hernández, G. (22 de marzo de 2016). Encadenamientos, clústeres y flujos de trabajo en la economía colombiana. *Ensayos sobre Política Económica*, 34(79), 51-65. doi:10.1016/j.espe.2016.01.003

# ANEXOS

## Anexo A. Cuestionario



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
 ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS  
 TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL POPULAR EL SALTO DEL  
 CANTÓN LATACUNGA



**Objetivo:** Diagnosticar la relación entre los encadenamientos productivos y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del sector textil que comercializan su producción en el CCP El Salto del cantón Latacunga.

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente las preguntas y conteste con la mayor sinceridad
- Marque con una X la respuesta o respuestas que más se ajusta a la realidad

- A) Género: M:  F:  B) Edad: \_\_\_\_\_ (años)
- C) Instrucción: EGB  Bachill.  Sup. Inco  Sup. Comp  Postg.
- D) No. de personas que laboran en el negocio \_\_\_\_\_ E) No. Empleados \_\_\_\_\_
- F) Sus proveedores son: Locales  Nacionales  Internacionales
- G) Sus consumidores son: Locales  Nacionales  Internacionales
- H) Años del negocio \_\_\_\_\_ I) No. de locales \_\_\_\_\_

Nº	ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO	N (1)	RV (2)	AV (3)	CS (4)	S (5)
1	¿Realiza importación de materias primas para la elaboración de productos textiles?					
2	¿Utiliza usted materias primas nacionales para la elaboración de productos textiles?					
3	¿Produce usted materias primas para la elaboración de productos textiles?					
4	¿Realiza usted un estudio de costos y calidad, previo a la adquisición de insumos para el giro de negocio?					
5	¿Adicionalmente a la elaboración de productos textiles usted, adquiere productos elaborados para su comercialización?					
6	¿Utiliza usted maquinaria para la producción?					
7	¿Evalúa usted el óptimo funcionamiento de la maquinaria que emplea para la producción?					
8	¿Recorre usted a implementos tecnológicos de terceros para el giro de su negocio?					
9	¿Recibe asistencia técnica y stock de repuestos por parte del proveedor de su maquinaria empleada?					
10	¿Sus colaboradores poseen conocimiento y experiencia para la operación de la maquinaria empleada para la producción?					
11	¿Evalúa usted el nivel de productividad de la maquinaria que posee?					
12	¿El nivel de ingresos obtenidos en los últimos cinco años satisface sus expectativas económicas?					
13	¿Su nivel de producción se basa en un estudio de mercado previo?					
14	¿La producción ofertada satisface las necesidades de sus demandantes?					
15	¿Su producción está basada en estándares de calidad?					
16	¿Mantiene usted convenios con proveedores fijos?					
17	¿Distribuye sus productos entre empresas comercializadoras?					
18	¿Además de comprar insumos o productos terminados, compra usted tintes para la coloración de su producción?					
19	¿Cuenta con proveedores que le proveen de detergentes para la limpieza de su producción textil?					
20	¿Posee proveedores de fundas plásticas para la distribución de sus productos al consumidor final?					

21	¿Utiliza transporte de terceros para la movilización de su mercadería?					
22	¿Cuenta con capital humano para el empaque, estibaje y embarque de la mercadería?					
23	¿Realiza publicidad de sus productos?					
24	¿En el lugar de abasto de sus productos cuenta el apoyo de seguridad especializada?					
25	¿Mantiene algún contrato con empresas de aseo y limpieza?					
26	¿Se capacita usted en temas de nuevas tecnologías para la producción?					
27	¿Utiliza redes sociales para la publicidad de sus productos y contacto de nuevos proveedores?					
28	¿Cuenta usted con un sistema contable que le ayude con la Contabilidad de su negocio?					
29	¿Accede a maquinaria automatizada para la elaboración de sus productos?					

<b>CRITERIO DE CALIDAD DEL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO</b>		M	R	B	MB	E
x	En base a las respuestas anteriores, el nivel de relación con sus proveedores, clientes y comerciantes, a su criterio es:					

<b>COMPETITIVIDAD</b>		<b>MED (1)</b>	<b>ED (2)</b>	<b>IND (3)</b>	<b>DA (4)</b>	<b>MDA (5)</b>
1	Los costos de producción de la empresa son menores en relación con la competencia...					
2	El producto que se oferta cuenta con características que lo diferencian de sus competidores (calidad, diseño, durabilidad) ...					
3	La producción está dirigida a un sector o segmento de mercado específico...					
4	La empresa tiene definida su misión, visión y cuenta con una planificación a futuro...					
5	La empresa aplica estrategias publicitarias o de marketing...					
6	El personal se encuentra calificado para el desempeño de sus funciones...					
7	Se realizan inversiones destinadas a la capacitación continua del personal...					
8	La empresa se destaca por tener productos de mayor calidad que la competencia...					
9	La empresa es reconocida por sus precios bajos...					
10	La empresa ha realizado mejoras en los productos en los últimos años...					
11	Se han mejorado los procesos productivos los últimos años...					
12	Se cuenta con la maquinaria y equipo necesarios para atender la producción...					
13	La empresa cuenta con demasiada competencia en su sector...					
14	La empresa es suficientemente conocida en el mercado en que opera...					
15	Los productos son ofertados en mercados internacionales...					
16	La legislación actual ha favorecido a la empresa y su sector...					
17	La empresa posee buenas relaciones con sus clientes y proveedores...					

<b>CRITERIO DE CALIDAD DE COMPETITIVIDAD</b>		M	R	B	MB	E
x	En base a las respuestas anteriores, el nivel de competitividad, a su criterio es:					

<b>INDICADORES DE COMPETITIVIDAD</b>		Han disminuido	Se han mantenido	Han incrementado
x	En su opinión, los últimos tres años sus utilidades...			
x	En los últimos tres años sus niveles de producción...			

**Fuente:** Vilcacundo Córdova (2014)

**Gracias por su colaboración.**