

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



**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA DE LA  
REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**TEMA:**

---

“La Productividad de las PYMES en el sector calzado y su relación con el  
crecimiento económico del Cantón Ambato”

---

**Autora:** María Fernanda Carrera Valle

**Tutora:** Eco. Mery Ruiz

**AMBATO-ECUADOR**

**2015**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, **MERY ESPERANZA RUIZ GUAJALA**, en mi calidad de Tutor del trabajo de Graduación sobre el tema: **“LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR CALZADO Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL CANTÓN AMBATO”** desarrollado por **MARÍA FERNANDA CARRERA VALLE** estudiante de la carrera de Economía de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos mínimos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato.

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 de Contabilidad y Auditoría.

Ambato, Mayo del 2015

EL TUTOR (A)



.....  
Eco. Mery Esperanza Ruiz Guajala

## AUTORÍA DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

Yo, **MARÍA FERNANDA CARRERA VALLE**, con cédula de ciudadanía # 180358546-0, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de graduación: **“LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR CALZADO Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL CANTÓN AMBATO”**”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de investigación y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, Mayo del 2015

AUTOR (A)




María Fernanda Carrera Valle

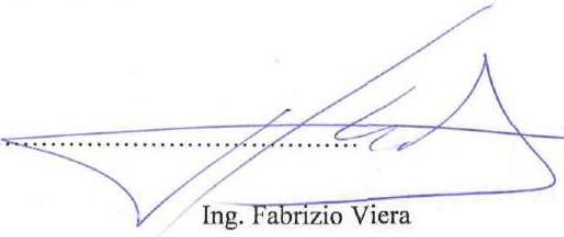
## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “**LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR CALZADO Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL CANTÓN AMBATO**”. La Srta. **MARÍA FERNANDA CARRERA VALLE**, estudiante de la Facultad 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, Mayo del 2015

Para constancia firma:

  
Dr. Julio Villa  
PROFESOR CALIFICADOR

  
Ing. Fabrizio Viera  
PROFESOR CALIFICADOR

  
Eco. Diego Proaño

## **DEDICATORIA**

A mis padres y hermanos por brindarme su mano amiga, su paciencia y comprensión en momentos de tristeza y que gracias a sus consejos me han enseñado que permanecer en la lucha siempre es la mejor opción, que cumplir mis sueños, anhelos y promesas me ayudaran a ser mejor persona, por su inmenso cariño y amor sin pedirme nada a cambio más que mi propia felicidad junto a quienes me aman y amo, pero sobre todo de manera muy especial a Papito Dios quien guía mi camino y cuida de mi persona.

Fernanda Carrera

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente agradezco a Papito Dios por brindarme sabiduría y fortaleza, por ser mi inspiración para continuar el camino y enseñarme las bondades de la vida.

De manera muy especial a mi Tutora Eco. Mery Ruiz por el apoyo brindado en base a sus conocimientos para la elaboración del presente trabajo investigativo, así como también a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Fernanda Carrera

# INDICE DE CONTENIDO

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	ii
<b>AUTORÍA DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN</b> .....	iii
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	VI
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	XII
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

<b>1.1. Tema</b> .....	2
<b>1.2. Planteamiento del problema</b> .....	2
<b>1.2.1. Contextualización</b> .....	2
<b>1.2.2. Análisis Crítico</b> .....	16
<b>1.2.3. Prognosis</b> .....	17
<b>1.2.4. Formulación del problema</b> .....	18
<b>1.2.5. Interrogantes (Subproblemas)</b> .....	18
<b>1.2.6. Delimitación del objeto de investigación</b> .....	18
<b>1.3. Justificación</b> .....	19
<b>1.4. Objetivos</b> .....	20
<b>1.4.1. General</b> .....	20
<b>1.4.2. Específico</b> .....	20

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

<b>2.1. Antecedentes Investigativos</b> .....	21
<b>2.2. Fundamentación Filosófica</b> .....	24
<b>2.2.1. Fundamentación Epistemológica</b> .....	24
<b>2.2.2. Fundamentación Ontológica</b> .....	25
<b>2.2.3. Fundamentación Axiológica</b> .....	25
<b>2.2.4. Fundamentación Económica</b> .....	26

2.3. Fundamentación Legal .....	26
2.4. Categorías Fundamentales .....	29
2.4.1. Descripción conceptual de la Variable Independiente.....	32
2.4.2. Descripción conceptual de la Variable Dependiente .....	39
2.5. Hipótesis.....	47
2.6. Señalamiento de Variables .....	47
2.6.1. Variable Independiente.....	47
2.6.2. Variable Dependiente.....	47

**CAPÍTULO III  
METODOLOGÍA**

3.1. Enfoque de la Investigación.....	48
3.2. Modalidad Básica de la Investigación.....	49
3.3. Nivel o tipo de Investigación.....	49
3.4. Población y Muestra .....	50
3.4.1. Población.....	50
3.4.2. Muestra .....	50
3.5. Operacionalización de Variables.....	52
3.6. Plan de Recolección de Información .....	55
3.7. Plan de Procesamiento de la información.....	56
CAPÍTULO IV .....	58
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	58
4.1. Análisis e Interpretación de resultados.....	58
4.2. VERIFICACION DE HIPÓTESIS .....	86
4.2.1. Planteo de hipótesis .....	86
4.2.2. Regla de decisión .....	87
4.2.3. Calculo T-student:.....	89

**CAPÍTULO V  
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. Conclusiones .....	91
5.2. Recomendaciones .....	92

**CAPÍTULO VI  
PROPUESTA**

6.1. DATOS INFORMATIVOS .....	93
-------------------------------	----



6.1.1. Tema de la propuesta .....	93
6.1.2. Institución Ejecutora.....	93
6.1.3. Beneficiarios.....	93
6.1.4. Ubicación.....	93
6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución .....	93
6.1.6. Equipo técnico responsable.....	93
6.1.7. Costo.....	94
<b>6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>94</b>
<b>6.3. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>95</b>
<b>6.4. OBJETIVOS.....</b>	<b>95</b>
6.4.1. Objetivo General .....	95
6.4.2. Objetivos Específicos.....	95
<b>6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....</b>	<b>96</b>
6.5.1. Estudio de Mercado.....	96
6.5.2. Estudio Técnico .....	96
6.5.3. Estudio Operativo .....	97
6.5.4. Estudio económico-financiero .....	97
6.5.5. Estudio Legal.....	97
6.5.6. Equidad de género.....	97
6.5.7. Estudio ambiental.....	97
<b>6.6. FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>98</b>
<b>6.7 METODOLOGÍA.MODELO OPERATIVO .....</b>	<b>98</b>
6.7.1. Fases de la Propuesta .....	98
<b>6.8. Administración .....</b>	<b>122</b>
6.8.1. Organigrama Estructural.....	122
6.8.2. Organigrama Funcional.....	123
<b>6.9. Previsión de la Evaluación.....</b>	<b>125</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>127</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>134</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Países Líderes en la Industria de la fabricación de calzado .....	3
<b>Tabla 2.</b> Niveles de producción de Calzado en el Ecuador.....	6
<b>Tabla 3.</b> PIB Industria Manufacturera .....	7
<b>Tabla 4.</b> Niveles de producción de calzado Tungurahua .....	11
<b>Tabla 5.</b> Demanda de calzado-Tungurahua.....	11
<b>Tabla 6.</b> Ventas netas-Fabricación de calzado Tungurahua.....	12
<b>Tabla 7.</b> Demanda de calzado-Ambato.....	15
<b>Tabla 8.</b> Ventas netas-Fabricación de calzado Ambato.....	16
<b>Tabla 9.</b> Operacionalización de la Variable Independiente .....	53
<b>Tabla 10.</b> Operacionalización de la Variable Dependiente.....	54
<b>Tabla 11.</b> Proceso de recolección de información .....	56
<b>Tabla 12.</b> Segmentación de mercado .....	59
<b>Tabla 13.</b> Tiempo en el mercado .....	60
<b>Tabla 14.</b> Normas de calidad.....	61
<b>Tabla 15.</b> Trabajadores de la empresa .....	62
<b>Tabla 16.</b> Promedio de edad de las personas contratadas .....	63
<b>Tabla 17.</b> Trabajadores productivos .....	65
<b>Tabla 18.</b> Capacitación al personal.....	66
<b>Tabla 19.</b> Gastos al personal .....	67
<b>Tabla 20.</b> Tiempo-Fabricación un par de zapatos .....	68
<b>Tabla 21.</b> Cadena de suministro-Innovación.....	69
<b>Tabla 22.</b> Costos-Materia prima-Mano de obra .....	70
<b>Tabla 23.</b> Manuales-Fabricación del calzado.....	72
<b>Tabla 24.</b> Competitividad.....	73
<b>Tabla 25.</b> Desafíos-Fabricación del producto .....	74
<b>Tabla 26.</b> Desempeño del negocio-Productividad.....	76
<b>Tabla 27.</b> Tipo de maquinaria .....	77
<b>Tabla 28.</b> Inversión en maquinaria .....	79
<b>Tabla 29.</b> Inversión –Fabricación del producto.....	80
<b>Tabla 30.</b> Ventas.....	81
<b>Tabla 31.</b> Producción-Aporte a la economía.....	82
<b>Tabla 32.</b> Programas-CALTU .....	84
<b>Tabla 33.</b> Generación de empleo .....	85
<b>Tabla 34.</b> Fases de la Propuesta.....	99
<b>Tabla 35.</b> Productividad de la empresa .....	105
<b>Tabla 36.</b> Perfil de Competitividad.....	108
<b>Tabla 37.</b> Cronograma de Actividades .....	118
<b>Tabla 38.</b> Proyección de producción para el año 2015 .....	119
<b>Tabla 39.</b> Productividad de la empresa .....	120
<b>Tabla 40.</b> Previsión de la evaluación .....	126

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Productores de Calzado en Ecuador y Tipo de Calzado .....	4
<b>Gráfico 2.</b> Participación en los sectores económicos en el PIB .....	5
<b>Gráfico 3.</b> Producción Nacional de Calzado .....	6
<b>Gráfico 4.</b> Exportaciones de Calzado de Cuero .....	7
<b>Gráfico 5.</b> Principales destinos de las exportaciones del Sector Textil, Cuero y Calzado .....	8
<b>Gráfico 6.</b> Empresas nacionales por tamaño .....	13
<b>Gráfico 7.</b> Actividad productiva y participación en el mercado.....	14
<b>Gráfico 8.</b> Ingreso por venta de las principales industrias manufactureras en el Cantón Ambato..	15
<b>Gráfico 9.</b> Árbol de Problemas.....	16
<b>Gráfico 10.</b> Importancia de la Competitividad.....	23
<b>Gráfico 11.</b> Red de Inclusiones Conceptuales.....	29
<b>Gráfico 12.</b> Constelación de ideas variable independiente .....	30
<b>Gráfico 13.</b> Constelación de ideas variable dependiente .....	31
<b>Gráfico 14.</b> Segmentación del mercado .....	59
<b>Gráfico 15.</b> Tiempo en el mercado .....	60
<b>Gráfico 16.</b> Normas de calidad.....	61
<b>Gráfico 17.</b> Trabajadores de la empresa .....	62
<b>Gráfico 18.</b> Promedio de edad de las personas contratadas .....	64
<b>Gráfico 19.</b> Trabajadores productivos .....	65
<b>Gráfico 20.</b> Capacitación al personal.....	66
<b>Gráfico 21.</b> Gastos al personal .....	67
<b>Gráfico 22.</b> Tiempo-Fabricación de un par de zapatos.....	68
<b>Gráfico 23.</b> Cadena de suministro-Innovación.....	69
<b>Gráfico 24.</b> Costos-Materia prima-Mano de obra .....	71
<b>Gráfico 25.</b> Manuales-Fabricación del calzado .....	72
<b>Gráfico 26.</b> Competitividad.....	73
<b>Gráfico 27.</b> Desafíos-Fabricación del producto .....	75
<b>Gráfico 28.</b> Desempeño del negocio-Productividad laboral .....	76
<b>Gráfico 29.</b> Tipo de maquinaria .....	78
<b>Gráfico 30.</b> Inversión en maquinaria .....	79
<b>Gráfico 31.</b> Inversión –Fabricación del producto.....	80
<b>Gráfico 32.</b> Ventas .....	81
<b>Gráfico 33.</b> Producción-Aporte a la economía.....	83
<b>Gráfico 34.</b> Programas-CALTU .....	84
<b>Gráfico 35.</b> Generación de empleo .....	85

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> T-Student.....	88
<b>Figura 2.</b> T-Student.....	90
<b>Figura 3.</b> Modelo de Competitividad.....	102
<b>Figura 4.</b> FODA.....	104
<b>Figura 5.</b> Clúster.....	113

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el Ecuador el sector productivo del calzado conforma uno de los sectores que más productividad han generado al país, acompañado del incremento de empleo y el aumento del PIB en la industria de la manufactura, de igual manera en la provincia de Tungurahua y en el Cantón Ambato existen pequeñas y medianas empresas que cubren la demanda brindando a sus clientes un producto de calidad de acuerdo a las exigencias y preferencias del consumidor.

Cabe destacar también que la producción del calzado se vio afectada por las importaciones especialmente de China quienes vendían en el país su producto a un bajo precio por lo cual era imposible competir, pero gracias al gobierno se implementaron políticas comerciales para reducir las importaciones.

Las pequeñas y medianas empresas constituyen una fuente de desarrollo e innovación en el Cantón Ambato especialmente la del sector en estudio con la generación de empleo, productividad y e incrementos en la economía del Cantón, en donde el presente proyecto de investigación pretende analizar cuáles son los factores internos y externos de las empresas de calzado que afecta su competitividad para la implementación de nuevas y mejores estrategias como propuesta de solución a las falencias en el proceso productivo.

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo investigativo realiza un estudio sobre la productividad de las PYMES en el sector calzado y su relación con el crecimiento económico del Cantón Ambato. Investigación que se encuentra estructurada de la siguiente manera:

En el capítulo I- EL PROBLEMA: contiene la parte de la contextualización del problema de estudio en los niveles macro, meso y micro; el análisis crítico, la prognosis, justificación y objetivos. Aspectos fundamentales que orientan la investigación y determinan el propósito del mismo.

En el capítulo II-MARCO TEÓRICO: contiene antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación epistemológica, fundamentación ontológica, fundamentación axiológica, fundamentación económica, fundamentación legal, categorías fundamentales, descripción conceptual de la variable independiente, descripción conceptual de la variable dependiente, hipótesis, señalamiento de variables.

En el capítulo III- METODOLOGÍA: contiene el enfoque de la investigación, la modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de investigación, población y muestra, operacionalización de la variable independiente, operacionalización de la variable dependiente, plan de recolección de información y el plan de procesamiento de la información.

En el capítulo IV-ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS: contiene análisis e interpretación de resultados, verificación de hipótesis, planteo de hipótesis, regla de decisión, preguntas para comprobar la hipótesis, conclusión.

En el capítulo V-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: contiene las conclusiones y recomendaciones.

En el capítulo VI-PROPUESTA: contiene: datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación, metodología-modelo operativo, previsión de la evaluación.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1. Tema

La Productividad de las PYMES en el sector calzado y su relación con el crecimiento económico del Cantón Ambato.

### 1.2. Planteamiento del problema

#### 1.2.1. Contextualización

##### *Macro*

A nivel global, la industria de calzado es una de las actividades económicas más competitivas debido a que las barreras para entrar no son muy altas; a la vez, siendo esta intensa en mano de obra, en donde países en vías de desarrollo cuentan con esta ventaja comparativa, estas han logrado posicionarse en los mercados internacionales, tal es el caso de China y Vietnam.(Martha Olivia, 2011).

Es importante también mencionar que para el logro de un incremento económico a nivel internacional y al determinar las condiciones socioeconómicas que afectan su desarrollo, cada país focalice su visión a través de un cambio de su estructura económica, política y por qué no productiva, logrando competitividad.

Así como lo menciona el análisis realizado por las Perspectivas Económicas para América Latina (2014, pág. 22) menciona que “El cambio estructural es por tanto un elemento central para avanzar en la reducción de la brecha de productividad con el mundo desarrollado, y una condición indispensable para establecer las bases de un crecimiento más inclusivo”.

A continuación se destacan a los tres principales líderes en la industria del calzado y el valor de las exportaciones obtenidas para el año 2010; aunque cabe recalcar que la industria del calzado a nivel mundial perdió competitividad en el mercado

por efecto de las importaciones de China en donde el producto tenía bajo costo y por esto era casi imposible competir.

Países Líderes en la Industria de Calzado	Exportaciones 2010
<b>Latino América</b>	\$ 1.6 miles de millones
<b>Panamá</b>	\$ 936 millones
<b>México</b>	Crecimiento del 26%

**Tabla 1.** Países Líderes en la Industria de la fabricación de calzado  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

Las actividades de Manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2% a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir; el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% restante a otras actividades de manufactura. Mientras que en las actividades de Servicios se registran 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedican a la Reparación de calzado y artículos de cuero, y el 44% restante se dedica al Lavado y limpieza de productos textiles y de pie. (INFOECONOMÍA, 2012).

La industria de calzado en Ecuador ha tenido gran apoyo por parte del gobierno, el mismo que implemento políticas comerciales para reducir las importaciones principalmente de China (país que destruyo la economía a nivel mundial con las importaciones de calzado a bajo costo), con el objetivo de que el sector cuero y calzado mantenga un nivel de competitividad tanto nacional como internacionalmente, así como también se han aplicado programas de capacitación, fortalecimiento y desempeño del sector y de igual manera se implementaron planes de inversión, acceso a créditos, importación de materia prima, aumentos en las exportaciones de calzado con el fin de medir el grado de competencia para que garantice la calidad del producto, así como se menciona en el siguiente párrafo:

La industria del calzado en nuestro país ha tenido un importante apoyo gubernamental, dentro de este tipo de ayudas estatales se encuentran políticas comerciales y productivas impulsadas por el Ministerio de Coordinación de Productividad, Empleo y Competitividad, y el Ministerio de Industrias y Productividad. El sector nacional de producción de calzado se vio muy afectado

por las importaciones, especialmente de la China, durante los años 2008 y 2009. Como respuesta a este choque externo de aumento de las importaciones de zapatos, y en conjunto con el considerable aumento del déficit comercial que estaba sufriendo la economía nacional, el gobierno implementó una serie de salvaguardas comerciales que tuvieron como resultados una disminución de las importaciones, y más importante, un estímulo a la producción nacional de calzado. (Naranjo & Burgos, 2010, pág. 5).

La implementación de salvaguardias a la importación de calzado en el año 2009 tuvo como propósito mantener un equilibrio en la balanza comercial e incrementar la producción nacional y obtener como resultado ser competitivo en el mercado local, y de igual manera que las pequeñas y medianas empresas logren un desarrollo eficiente y utilizar alta tecnología. Las provincias con mayor porcentaje de participación en la producción del calzado como se puede observar en el Gráfico N° 2 son Tungurahua con el 50%, Guayas con el 18%, Pichincha con el 15% y Azuay con el 12%. Mientras que el calzado que se produce a nivel nacional se lo fabrica con la principal materia prima que son el Cuero que representa el 45%, Inyectan 25%, Deportivo 15% y Plástico con el 15%. Y que según datos del Censo Económico 2010, en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos.



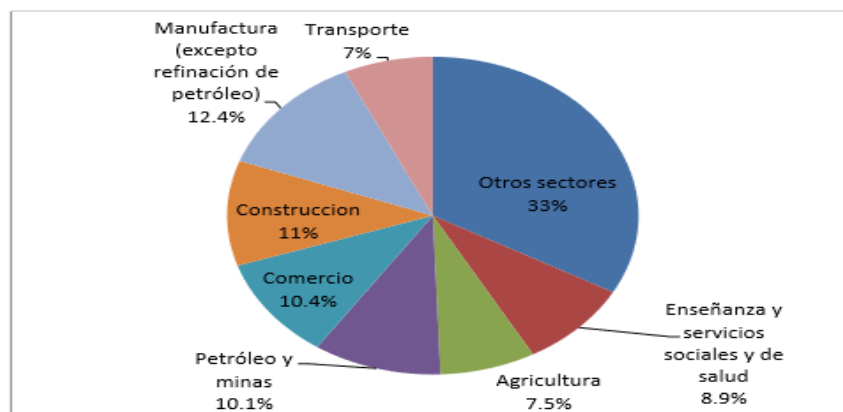
**Gráfico 1.** Productores de Calzado en Ecuador y Tipo de Calzado  
**Fuente:** Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU)



Las industrias más representativas atienden la demanda nacional de los productores de calzado principalmente, ya que el 97% de las curtiembres dependen totalmente de la demanda de la industria del calzado nacional, con excepción de la curtiembre Renaciente, que está ubicada en la ciudad de Cuenca, cuya producción está destinada a la exportación (para muebles, confección, etc.). Estas empresas abastecen con aproximadamente un 73% del mercado nacional de cuero para capellada de calzado, exceptuando a la curtiembre Renaciente cuya producción va dirigida a otras categorías de producción diferente al calzado, adicionalmente estas empresas producen cerca del 75% de pieles terminadas en el país. (Cámara de Industria de Tungurahua, pág. 46)

El sector del calzado tiende a ser representativa para la economía ecuatoriana, su aporte al PIB es significativa y en nuestro país se han generado muchas fuentes de empleo gracias a dicha actividad, contribuyen al crecimiento económico por el volumen de producción y más que nada por las exportaciones del producto, como se observa en el gráfico N° 3 : La participación de la Industria Manufacturera en el Ecuador aportó al PIB un monto de USD 5.479 millones lo que representa el 12.4% a Junio del 2013.

**PARTICIPACIÓN DE LOS SECTORES ECONÓMICOS EN EL PIB (PERÍODO ENERO-JUNIO 2013)**



**Gráfico 2.** Participación en los sectores económicos en el PIB  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador

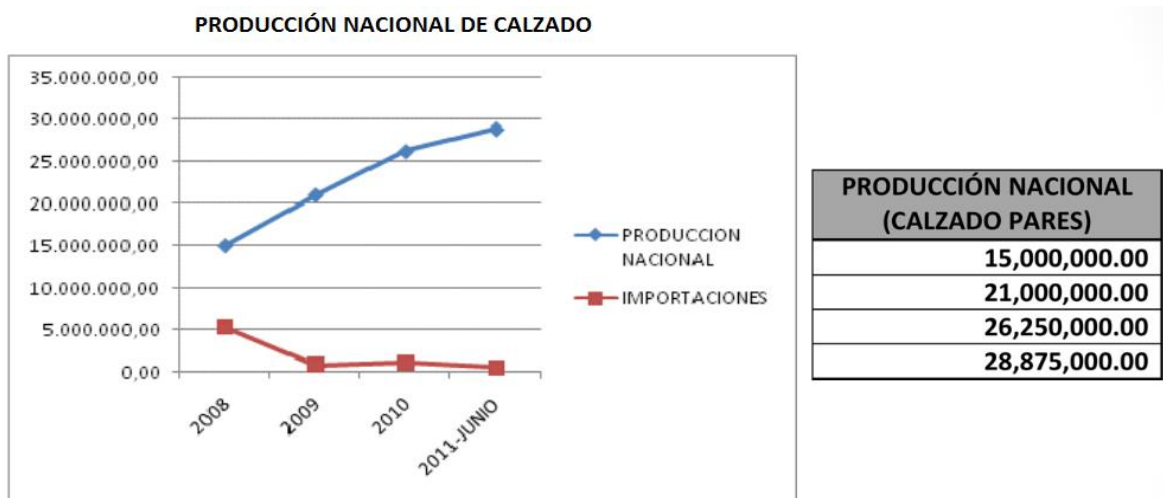
En la Tabla N° 2: la producción nacional de pares de calzado según la Cámara de Calzado de Tungurahua en el periodo comprendido entre el 2008-2011 tiene una tendencia creciente con una producción de 28, 875,000.00 para Junio del 2011, y

que según las fuentes trimestrales del Banco Central del Ecuador la producción en el año 2012 fue de 22,781,250 y para el 2013 de 24,726,563; mientras que el nivel de importaciones de materia prima para el mismo año son de 507,485.64 y de esta manera la oferta total de pares de zapatos llegó a 29,382,485.64.

NIVELES DE PRODUCCIÓN DE CALZADO EN EL ECUADOR				
ITEM	2008	2009	2010	2011-Junio
<b>PRODUCCIÓN NACIONAL (calzado pares)</b>	15,000,000.00	21,000,000.00	26,250,000.00	28,875,000.00
<b>IMPORTACIONES (calzado pares)</b>	5,269,183.18	788,026.73	1,050,873.04	507,485.64
<b>OFERTA TOTAL (calzado pares)</b>	<b>20,269,183.18</b>	<b>21,788,026.73</b>	<b>27,300,873.04</b>	<b>29,382,485.64</b>

**Tabla 2.** Niveles de producción de Calzado en el Ecuador  
**Fuente:** Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU)  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

La producción nacional del calzado logra alcanzar un incremento del 93% desde el año 2008 a Junio del 2011 con una producción de 28'875.000.00 de pares de zapatos producidos superando así la producción para el 2008 que fue de 15'000.000.00 de pares de zapatos; mientras que las importaciones de calzado tienden a disminuir considerablemente para el mismo año.



**Gráfico 3.** Producción Nacional de Calzado  
**Fuente:** Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU)

El aporte de la Industria Manufacturera al PIB en donde se encuentra nuestro sector de estudio que es el calzado para el año 2011 tuvo un valor de 9.156.889,00 miles de dólares lo que representa el 4,8% del PIB, mientras que para el año 2013 este representa un aporte del 3.5% al PIB.

PIB-INDUSTRIA MANUFACTURERA (PRECIOS CORRIENTES)		
AÑOS	MILES DE DÓLARES	PORCENTAJE
2007	6.077.119,00	4.10%
2008	7.447.386,00	9.20%
2009	7.446.143,00	0.40%
2010	8.059.005,00	3.20%
2011	9.156.889,00	4.80%
2012	7.491.868,00	5.60%
2013	8.038.476,00	3.50%

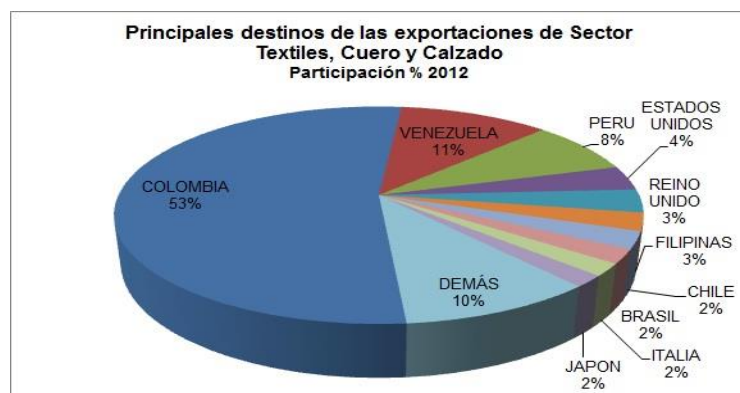
**Tabla 3.** PIB Industria Manufacturera  
**Fuente:** Fuentes Nacionales Trimestrales del Banco Central 2013

Debido a que la producción del calzado en nuestro país es aceptado nacional e internacionalmente las exportaciones del producto han alcanzado niveles óptimos en el año 2010 con un valor de 1,147.87 miles de dólares y en el año 2011 con un valor de 1,118.26 miles de dólares; mientras en el período comprendido entre Enero-Mayo del 2012 las exportaciones cayeron al 150.72 miles de dólares.



**Gráfico 4.** Exportaciones de Calzado de Cuero  
**Fuente:** Banco Central de Ecuador  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

Como se puede apreciar en el Gráfico N° 6: el principal destino de exportación del Sector, Cuero y Calzado para el año 2012 fue principalmente para Colombia con el 53%; Venezuela con 11%, Perú y Estados Unidos con el 8% y 4% respectivamente.



**Gráfico 5.** Principales destinos de las exportaciones del Sector Textil, Cuero y Calzado  
**Fuente:** Banco Central de Ecuador

## COLOMBIA

La producción del calzado en Colombia también fue afectada por las importaciones de China y según datos de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado (ACICAM) el 26% de estas ingresan al país por debajo del precio nacional y el consumo per cápita de calzado es del 2,2 pares de calzado al año. Los países que adquieren el calzado colombiano son Venezuela, Estados Unidos, México, Chile y Perú.

De acuerdo a una investigación realizada sobre la medición de la productividad y competitividad del sector de la industria del calzado en la ciudad de Bogotá en el año 2013 y en base a los indicadores de productividad del sector calzado aplicado a 31 empresas del sector mediante el muestreo realizado existe un nivel salarial de \$2.573.739; la productividad laboral fue de \$ 168.301 lo que representa que la participación del trabajo sea del 16.42%; considerando que es importante que haya más apoyo de financiamiento en cuanto a capacitaciones al personal, infraestructura, tecnología y más que nada conseguir que el país logre ser competitivo en el mercado.

Según el Banco de la República de Colombia la Industria Manufacturera en donde se encuentra el sector calzado tiene un aporte al PIB del 13.6% para el año 2011 y del 13.0% para el año 2012. Las exportaciones del sector calzado y sus partes fueron para el 2013 de 23,8 millones de dólares y del calzado terminado fue de 15.4 millones de dólares. Sus principales destinos de exportación son Ecuador, Venezuela, Panamá y México.

## CHINA

China es considerada uno de los principales países en la producción de calzado, produce 10 billones de pares de zapatos al año y que en el 2007 según la Asociación de la Industria del cuero en China (CLIA), el 52% del calzado mundial fue fabricado en este país, las empresas que se dedican a esta actividad productiva producen alrededor de 70,000 pares de zapatos y genera empleo a más de 300 personas. Sus principales proveedores son Estados Unidos, Italia, Argentina, Uruguay y Brasil. Pakistán e India.

El cuero terminado en el sistema arancelario chino se ha registrado con el código 410.792.00.90 y la actual tasa arancelaria para la importación es de 50%, adicionalmente de un 17% del IVA.(PROECUADOR, Boletín de Comercio Exterior, 2014, pág. 29)

	VALOR DE IMPORTACIÓN DE CUERO			
	2011	2012	2013	2014 (Enero-Abril)
	Valor (USD)	Valor (USD)	Valor (USD)	Valor (USD)
<b>4107920090</b> <b>Cueros preparados después del curtido y del secado</b>	1,230'929,909	1,267'916,088	1,369'733,30	141,889,257

**Fuente:** Página Oficial de la Aduana China, customs-info

**Elaboración:** OCE Shanghai

## *Meso*

La industria del calzado en Tungurahua ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias, debido a que en la provincia de Tungurahua se concentra la producción de calzado. (Mena López, 2013, pág. 2)

La provincia de Tungurahua cuenta con una línea amplia de personas dedicadas a la producción y fabricación de calzado, es decir esta rama abarca el 44% de empresas, fábricas y talleres dedicados a la industria de la manufactura especialmente el sector cuero y calzado lo que representa el 1,09% del Producto Interno Bruto del Ecuador. Por lo que la Ministra Verónica Sión, menciona que Tungurahua es la provincia con más desarrollado en la producción del sector cuero y calzado logrando incentivar el consumo y por ende incremento de las ventas así es que para el año 2007 logro un valor de 45 millones de dólares y en la actualidad se han conseguido ventas por más de 151 millones.

La producción Bruta en la Provincia tiende a ser creciente para el período 2004-2007, logrando llegar a \$1.187.070, y es así que de acuerdo al Censo económico (2010), se determinó que existen en la Provincia de Tungurahua 23.869 establecimientos, y se estimó una demanda del 1, 362,374 pares de zapatos las mismas que ayudan al crecimiento de la economía a nivel provincial. Para efecto del presente estudio se encontró que la producción de cuero es la cuarta actividad industrial no sólo en la generación de empleo, sino también en el aumento de la productividad.

Los niveles de producción en la provincia de Tungurahua tienden a ser crecientes con el pasar de los años, como se puede observar en la Tabla N° 4 en la cual se muestra que para Junio del 2011 la producción de calzado fue de 12,127,500.00 pares de zapatos para cubrir la demanda provincial.

**NIVELES DE PRODUCCIÓN DE CALZADO  
TUNGURAHIA**

<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCIÓN PROVINCIAL (CALZADO PARES)</b>
<b>2008</b>	6.600.000,00
<b>2009</b>	9.240.000,00
<b>2010</b>	11.550.000,00
<b>2011-Junio</b>	12.127.500,00

**Tabla 4.** Niveles de producción de calzado Tungurahua

**Fuente:** CALTU

**Elaborado por:** Carrera. F, (2014)

Según la Presidenta de la Cámara de Calzado de Tungurahua, Dra. Lilia Villavicencio, citado por Bayas & Cisneros (2013, pág. 44)“el margen en la venta de calzado está entre el 30% y 40% para los productores y este rango depende de varios factores como tipo de calzado, lugar de comercialización, calidad de la materia prima, entre otros”.

A medida que aumenta el número de habitantes en la provincia aumenta la demanda del mismo, de esta manera existe una demanda promedio de consumo de 2.6 pares de zapatos por habitante por cada año, como se puede observar en la Tabla N° 5.

<b>DEMANDA DE CALZADO-TUNGURAHUA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>HABITANTES</b>	<b>PIB PER CÁPITA (PARES)</b>	<b>DEMANDA (PARES)</b>
<b>2008</b>	441.034,00	2.30	1.014.378,20
<b>2009</b>	441.034,00	2.40	1.058.481,60
<b>2010</b>	504.583,00	2.40	1.210.999,20
<b>2011</b>	504.583,00	2.60	1.311.915,80
<b>2012</b>	504.583,00	2.70	1.362.374,10

**Tabla 5.** Demanda de calzado-Tungurahua

**Fuente:** INEC, CALTU

**Elaborado por:** Carrera. F, (2014)

Entre el periodo 2008-2012 las ventas totales en la fabricación del calzado mantiene un alto crecimiento, para el año 2011 las ventas fueron de \$ 39.087.314,22, esto se consiguió gracias a las mejoras en la infraestructura,

inversión en maquinaria, capacitación a empresarios-trabajadores, utilización de materia prima de calidad, lo que permitió q la provincia entre en un nivel de competitividad altamente eficiente y cada vez aumente el nivel de nuevas empresas con esta idea de negocio, fomentando la producción y el consumo nacional. A continuación se presenta la Tabla N° 6 en donde se indican las ventas efectuadas en el periodo antes mencionado.

<b>VENTAS NETAS-FABRICACIÓN DE CALZADO TUNGURAHUA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VENTAS</b>
<b>2008</b>	\$ 19.242.402,99
<b>2009</b>	\$ 28.263.497,97
<b>2010</b>	\$ 35.011.995,04
<b>2011</b>	\$ 39.087.314,22
<b>2012</b>	\$ 19.508.080,06

**Tabla 6.** Ventas netas-Fabricación de calzado Tungurahua

**Fuente:** SRI

**Elaborado por:** Carrera. F, (2014)

### ***Micro***

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes(Ekos, 2013, pág. 35).

El análisis de la investigación está enfocado en el desarrollo de las Pymes del Cantón Ambato especialmente de la Industria Manufacturera (Sector Calzado), que según el Censo Económico realizado en el 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPyMES. Es decir que estas pequeñas empresas son entes que impulsan el desarrollo del Cantón y por ende el fortalecimiento de la economía, al cubrir mercados altamente competitivos y satisfacer necesidades de los clientes.



De acuerdo al Censo Económico del 2010 en el Cantón Ambato en la Industria Manufacturera existieron 2.099 establecimientos lo que representó el 11,30%; es así que las micro, pequeñas y medianas empresas son consideradas entes productivos y generadores de empleo pues cuentan con apoyo gubernamental y de igual manera cuentan con la ayuda de Cámaras Artesanales en donde se realizan ferias nacionales e internacionales y se brindan capacitaciones a los artesanos del sector para el mejoramiento de su actividad productiva a través de nuevos y mejores procesos en la producción del calzado para ser competitivo en el mercado, en el Gráfico N° 7 el 95,4% representa el mercado de la microempresa, seguido del 3.8% de la pequeña empresa.



**Gráfico 6.** Empresas nacionales por tamaño

**Fuente:** Instituto Nacional de estadística y censos (INEC) Manufactura y Minería 2010

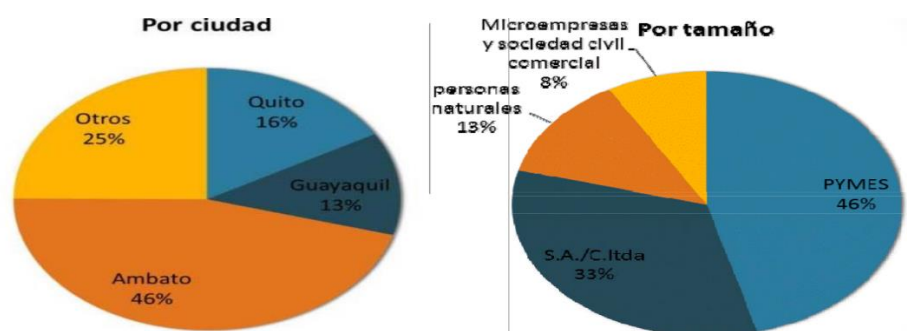
**Elaborado por:** Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar

Según Araque. W,(2012) “La maximización en el uso de la capacidad productiva que tienen instaladas las Pymes sobre todo de aquellas dedicadas a actividades manufactureras, es un desafío importante que se debe atacar con el objetivo de contribuir al proceso de transformación de la estructura de la matriz productiva nacional”.

Las Pymes en el Cantón Ambato son beneficiadas con diversos programas e instrumentos que se impulsan para fortalecer la productividad y competitividad, se focaliza también la presentación de la diversidad de productos en ferias que realiza el Ministerio de Industrias y Productividad al igual que la Cámara de Calzado de Tungurahua para que de esta manera oferten sus productos y consigan acceder a mercados internacionales. El apoyo financiero hacia estas empresas

ayudan al diseño de mejoras en la innovación, creatividad de nuevas estrategias de desarrollo productivo, de igual manera se brindan capacitaciones a empresarios para desenvolverse adecuadamente en un entorno que es cada vez más fuerte debido a las tendencias del mercado.

El impacto que tienen las Pymes en el Cantón es grande pues son entes emprendedores, generadoras de empleo, tienen una perspectiva de crecer en el mercado con productos y/o servicios de alta calidad acorde a las necesidades de la demanda, conectan sus esfuerzos a su productividad y fuerza laboral. En el Gráfico N° 8 el sector cuero y calzado en la ciudad de Ambato abarca el 46% de esta actividad productiva y las empresas que se dedican a la producción y comercialización del calzado son PYMES.



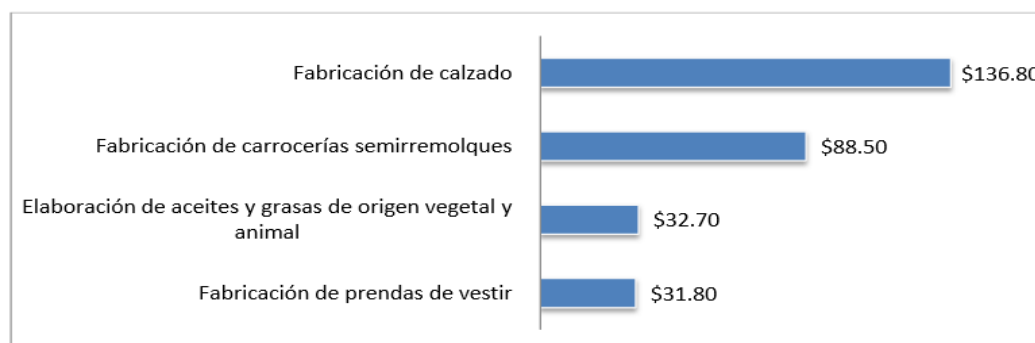
**Gráfico 7.** Actividad productiva y participación en el mercado  
**Fuente:** Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU)

En cuanto al sector de estudio existe una amplia gama de productores, micro, medianos y pequeños productores que tienen talleres o fábricas de calzado en parroquias del Cantón Ambato como: Ambatillo, Atahualpa, Huachi, Izamba, Martínez, Picaihua, Quisapincha y Totoras.

El principal ingreso de la Industria Manufacturera en el Cantón Ambato al año 2011 es la fabricación del calzado con \$136.80, como se muestra en el Gráfico N° 9 y a pesar de que nuestro Cantón no cuenta con la infraestructura necesaria para la comercialización de calzado se continúan planificando nuevos enfoques para que dicha actividad abarque más mercado. Considerando a la actividad comercial del calzado como la tercera actividad económica del Cantón.

## Ingreso por venta de bienes de las Principales industrias manufactureras en el cantón Ambato

(MILLONES DE DÓLARES) (2011)



**Gráfico 8.** Ingreso por venta de las principales industrias manufactureras en el Cantón Ambato

**Fuente:** INEN 2011

**Elaborado por:** Patricia Guerrero

Si se da un vistazo al aporte de las empresas, según su tamaño, a la generación de ingresos vía venta de bienes y/o servicios que producen, se observa que son las pequeñas y medianas las que en mayor grado aportan; al dinamismo de la economía, aproximadamente, por cada USD 100 generados en el tejido empresarial ecuatoriano, USD 39 son aportados por aquellas empresas clasificadas dentro de la categoría de Pymes. (Ekos, 2013).

La demanda del calzado en el Cantón mantiene una demanda promedio de consumo de 2,6 pares de zapatos por habitante durante un año, y como se presenta en la Tabla N° 7 durante el periodo 2008-2012 la demanda tiende a crecer.

DEMANDA DE CALZADO-AMBATO			
AÑOS	HABITANTES	PIB PER CÁPITA (PARES)	DEMANDA (PARES)
2008	287.282,00	2.30	660.748,60
2009	287.282,00	2.40	689.476,80
2010	329.856,00	2.40	791.654,40
2011	329.856,00	2.60	857.625,60
2012	329.856,00	2.70	890.611,20

**Tabla 7.** Demanda de calzado-Ambato

**Fuente:** INEC, CALTU

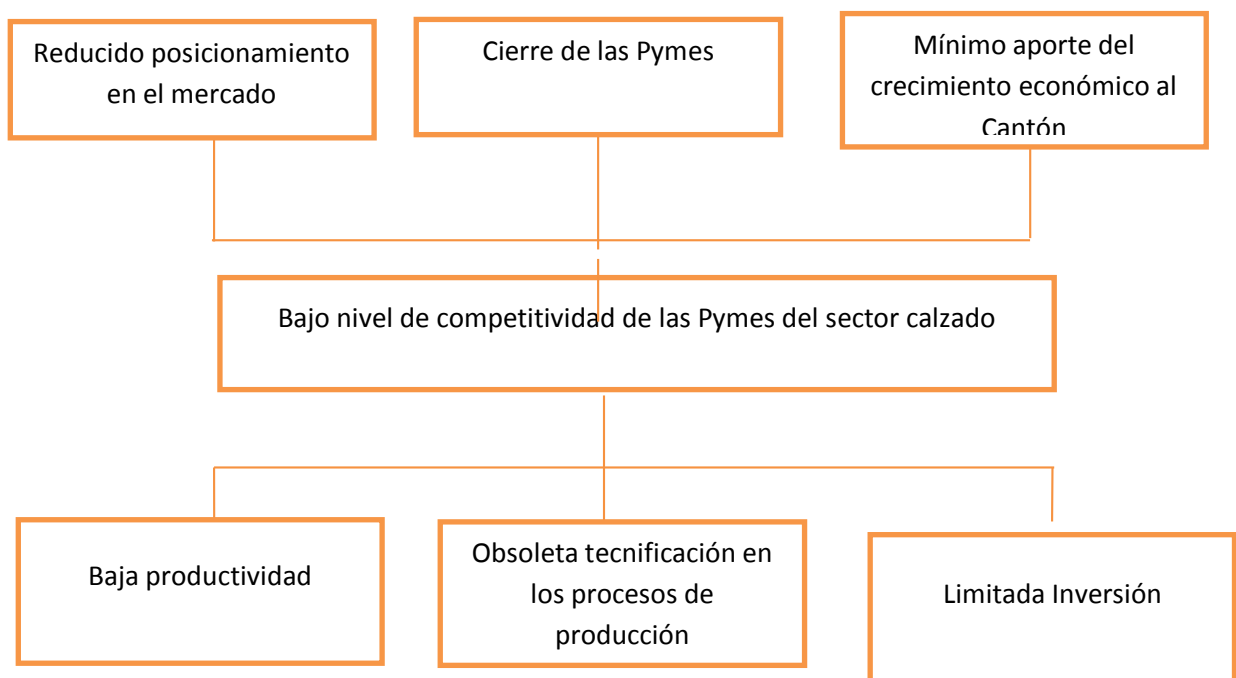
**Elaborado por:** Carrera. F, (2014)

En lo que se refiere a las ventas de la fabricación de calzado en la ciudad de Ambato para el periodo comprendido entre el 2008-2012 se presentan niveles altos de ingresos por ventas siendo el año 2011 el que más ingresos genero con un valor de \$ 33.374.915,66.

VENTAS NETAS-FABRICACIÓN DE CALZADO AMBATO	
AÑOS	VENTAS
2008	\$ 17.183.455,12
2009	\$ 25.042.780,61
2010	\$ 30.011.855,15
2011	\$ 33.374.915,66
2012	\$ 17.289.926,79

**Tabla 8.** Ventas netas-Fabricación de calzado Ambato  
**Fuente:** SRI  
**Elaborado por:** Carrera. F, (2014)

### 1.2.2. Análisis Crítico



**Gráfico 9.** Árbol de Problemas  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

La productividad conforma parte esencial dentro de la actividad económica en una organización y más que nada es generadora de ingresos, por lo cual si no se utilizan de la mejor manera los factores de producción provocaría que la variable disminuya, y exista una baja rentabilidad dentro de las Pymes lo que conllevaría a no ser competitivas en el mercado, al no contar con un diseño de toma de decisiones óptimo, uso adecuado de estrategias, y la eficiente utilización de sus recursos enfocados en su actividad productiva.

La obsoleta tecnificación en los procesos de producción de las PYMES conlleva a una deficiencia en la actividad productiva al no contar con maquinaria y equipos que genere valor productivo, siendo los principales la falta de innovación y desarrollo, por ende no llegan a ser competitivas en el mercado, y como resultado de esto puede salir del mercado.

Al ser las Pymes consideradas como empresas pequeñas y al no contar con recursos altamente sofisticados, sino que invierten en aquellos recursos que ayudara a que su rentabilidad aumente, uno de los causales fundamentales que impulsa la baja rentabilidad de las Pymes es el desperdicio de los factores de producción como la fuerza laboral, el capital, maquinaria y equipo que contrastan retrasos en los procesos de producción y más que nada en la ventaja competitiva de las Pymes, lo que puede provocar que los productos que ofertan sean de baja calidad y corran el riesgo de salir del mercado, provocando a largo plazo entes no competitivos y no podrán aportar al crecimiento económico del Cantón.

### **1.2.3. Prognosis**

Las Pymes al ser empresas pequeñas y al no contar con herramientas y equipos necesarios para su actividad productiva generan en las mismas un efecto negativo, es decir no logran ser 100% competitivas en un mercado que es altamente sofisticado y cambiante. Se consideran distintas causas como el no aplicar gestión de calidad en los productos que puede darse porque existe un alto costo en la materia prima, no contar con niveles óptimos de inversión e innovación de tecnologías y una buena distribución de los recursos. Esto puede darse ya que este

tipo de empresas no disponen del capital necesario o no cuentan con un plan de financiamiento para el mejoramiento y desarrollo de su actividad productiva.

Si el problema persiste y no es solucionado, la creación de empresas pequeñas será cada vez menor, se reducirá el empleo y la productividad. Lo que se pretende es que el sector del calzado existente en el Cantón incremente su productividad como consecuencia de la implementación de nuevas tecnologías, maquinaria y equipos que aceleren su producción y por ende fortalezcan a la economía nacional.

Las Pymes en el Cantón Ambato tienden a ser proveedoras de emprendimientos que ayudan a la participación de la ciudadanía al desarrollo de intelecto y al desarrollo de nuevas actividades que generan valor agregado al mismo.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿Qué impacto tiene la productividad de las Pymes del sector calzado en el crecimiento económico del Cantón Ambato?

#### **1.2.5. Interrogantes (Subproblemas)**

1. ¿Las pequeñas y medianas empresas aplican factores de producción idóneos?
2. ¿Cuál es el crecimiento económico promedio del sector calzado de las PYMES del Cantón Ambato?
3. ¿Cuál alternativa de solución es la más idónea para mejorar la productividad y competitividad de las Pymes para generar crecimiento económico en el Cantón de Ambato?

#### **1.2.6. Delimitación del objeto de investigación**

**CAMPO:** Economía

**ÁREA:** Microeconomía

**ASPECTO:** Productividad y Crecimiento Económico

**ESPACIAL:** El presente proyecto de investigación se llevará a cabo en el Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua, República del Ecuador.

**TEMPORAL:** La presente investigación se llevará a cabo en el período comprendido entre 2010-2015

**POBLACIONAL:** PYMES del Cantón Ambato

### **1.3. Justificación**

El presente proyecto de investigación pretende contribuir al eficiente desempeño de las PYMES mediante la óptima utilización de factores de producción, lo que se busca es determinar los componentes que ocasionan que las PYMES no sean competitivas en el mercado, ya que la subsistencia de las mismas basa su crecimiento en una eficiente toma de decisiones al contar con recursos y herramientas necesarias para el desarrollo de su actividad económica, siempre y cuando cuenten con un sistema de gestión de responsabilidades enfocados al logro de sus objetivos. La problemática está relacionada también con la dificultad que tienen las PYMES para obtener herramientas y equipos de alta tecnología, al igual no contar con una cultura y estructura idónea para su desenvolvimiento, lo cual impide que su personal no sea eficiente en el desempeño de su trabajo, y se pierda credibilidad y confianza.

Se busca también desarrollar políticas y estrategias que permitan contribuir al crecimiento de la productividad, y contar con instrumentos de capacitación acorde a los cambios del entorno, y de acuerdo a las necesidades de la sociedad que contribuyan a la generación de empleo y por ende al incremento del crecimiento económico del Cantón Ambato. De igual manera conocer exactamente cuáles son las principales causas para que exista una baja competitividad de las Pymes en el sector calzado, mediante un análisis minucioso de cómo ha sido el crecimiento económico del Cantón en los últimos años, información que será proporcionada mediante el Censo Económico realizado por el INEC en el 2010, la Cámara de

Industrias y Productividad así como también de la Cámara Nacional de Calzado (CALTU) y finalmente de la Superintendencia de Compañías y Valores.

El aporte de la investigación está directamente relacionado con las Pymes del Cantón Ambato del sector calzado, y el beneficio es incrementar la productividad y competitividad de estas empresas mediante la obtención de procesos productivos eficientes que se relaciona de manera directa con el crecimiento del Cantón y el posicionamiento y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. General**

Determinar el impacto que tiene la productividad de las Pymes del sector calzado en el crecimiento económico del Cantón Ambato para el mejoramiento de la competitividad en el mercado.

##### **1.4.2. Específico**

- Analizar los factores determinantes de la productividad de las PYMES del sector calzado de Ambato que afectan a su competitividad.
- Diagnosticar el nivel de crecimiento económico en los últimos años que ha tenido el Cantón Ambato.
- Proponer un modelo de competitividad para fortalecer la participación de la pymes en el crecimiento económico del cantón Ambato.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos

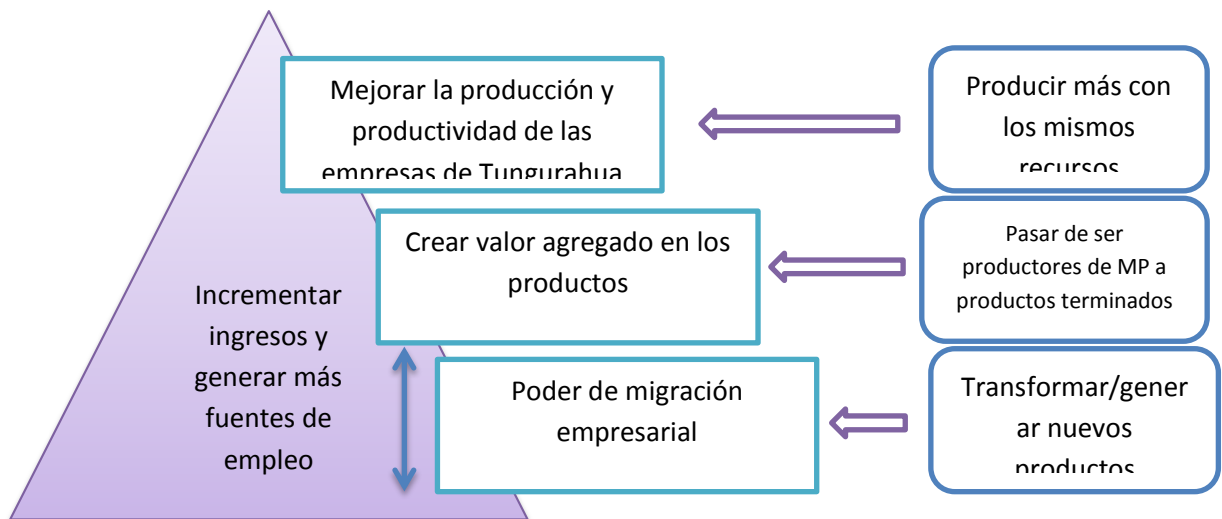
En el trabajo investigativo de Pineda. M, (2013) denominado “Análisis de la productividad y sus determinantes en el sector de la construcción del Ecuador en base al censo económico”, se planteó como objetivos: a) “Identificar en una economía emergente como la ecuatoriana, los factores que influyen en la productividad (asumiendo que existen) y que a su vez permiten el aumento de la productividad en las empresas del sector de la construcción”; b) “Verificar si factores como el tamaño de la empresa, antigüedad, inversión, capacitación y desarrollo, entre otros inciden en la productividad de las empresas”; c) “Constatar si el factor tecnológico, como el acceso a tecnologías de información como es el internet o la inversión de las empresas en investigación y desarrollo, influyen en la productividad, tal como lo menciona la teoría económica”. Con esta información el autor llegó, entre otras, a las siguientes conclusiones: a) “Uno de los principales limitantes encontrados a lo largo de la investigación, y particularmente a la hora de aplicar la metodología, fueron los datos obtenidos del Censo Nacional Económico del 2009, ya que por la inconsistencia de algunos datos y la gran dispersión de los mismos, no ha permitido utilizar otras herramientas de análisis cuantitativo para dar solución al problema planteado”; b) “También es necesario señalar que precisamente por la falta de información de corte histórico no se ha podido realizar un análisis continuo de la ptf como tradicionalmente se lo ha hecho en otros estudios de investigación de la productividad, que precisamente por poseer datos de panel a lo largo de muchos años, se puede proceder de diferente manera con el cálculo de la ptf a través de la función de producción y así mismo con el procesamiento de los datos a través de un análisis econométrico continuo”; c) “Los resultados muestran que los determinantes de la productividad de las empresas del sector de la construcción en el Ecuador son tres (tamaño, inversión y acceso a la información a través del internet), sin dejar totalmente descartadas las otras variables, ya que la escasa información que se posee, representa un

importante limitante a la hora de definir adecuadamente cuales pueden ser los determinantes de la productividad en el sector de la construcción”.

Tomando en consideración el trabajo investigativo de Brito. Steve, (2010) denominado “Productividad y Crecimiento Económico: El Caso de Guatemala 1970-2008” se planteó como principales objetivos a) “Contribuir a la literatura de crecimiento económico al examinar cuales variables determinan la productividad total de los factores (PTF) para una economía pequeña y en vías de desarrollo”; b) “entender qué factores y políticas económicas pueden generar un crecimiento de la productividad en el largo plazo, que ayude a combatir la pobreza y fomentar el desarrollo del país”. Con esta información la autora llevo, entre otras, a las siguientes conclusiones: a) “Esta investigación ha tenido como objetivo determinar los factores que han afectado la productividad total de los factores para la economía guatemalteca en el período de 1970 a 2008. El crecimiento real del PIB ha sido cercano a un promedio de 3.6% para las últimas cuatro décadas. El desarrollo de la PTF ha sido deficiente, contribuyendo al crecimiento del PIB en solo 0.36%. . Esto significa que la PTF solo representa un 10% del crecimiento económico del país en los últimos 40 años. Ante esto, el crecimiento económico fue impulsado principalmente por la acumulación de factores. La década de los 90’s fue el período de mayor crecimiento de la PTF, teniendo en promedio un 1.56% de crecimiento anual. Es alarmante ver que para los 2000’s la PTF no creció. A continuación se presentan los posibles factores que hicieron que PTF se comportará de forma tan diferente en el tiempo”; b) “Se observa que el país tiene un atraso importante en los años de escolaridad y formación de capital humano a nivel agregado. Con respecto a la Latinoamérica el país tiene un 42% menos años de escolaridad de la población mayor de 15 años para el año 2010. De las estimaciones se puede afirmar que la formación de capital humano puede ser un canal decrecimiento que impulse el desarrollo económico y social del país en el largo plazo. Ante un aumento de 1% en los años de escolaridad se estima que el PIB crece entre un 0.19% a 0.27%. La razón por la que se tiene un rango del efecto es que se estimó dos métodos para encontrar una relación de largo plazo. Estos resultados son cercanos a los estimado por Loening et al (2010), que encuentra que ante un aumento de 1% en los años de escolaridad el PIB crece 0.33% para el

caso de Guatemala”; c) “En el tema de apertura comercial, para Guatemala no se encontró algún estudio que indicará su efecto en el crecimiento. Los resultados indican que ante un aumento de la apertura comercial en 1% (medido como la razón comercio exterior a PIB) se tiene un crecimiento del PIB que se encuentra entre un 0.08% a 0.147%”.

Según Naranjo. F, (2010, pág. 9) “Las teorías del crecimiento económico y de competitividad han evolucionado desde la teoría de las ventajas comparativas hasta las modernas teorías que definen a la competitividad en función del incremento de la productividad, la innovación y la tecnología como las bases del crecimiento endógeno hacia la productividad, la clave radica en producir con alto valor agregado, en donde la provincia tiene iniciativas sostenidas aunque limitadas y no solo basándose en la explotación de recursos naturales, como en gran medida Tungurahua lo ha venido haciendo en las últimas décadas”.



**Gráfico 10.** Importancia de la Competitividad  
**Elaborado por:** Naranjo, F. (2010)

Es así, que un factor de crecimiento económico es la productividad, es decir que ayuda a las Pymes a ser competitivas y a subsistir en el mercado; es decir son las mismas empresas las que expanden ventajas competitivas de acuerdo a los recursos que emplean, y por consiguiente permite mejorar la calidad de vida de la sociedad.

## **2.2. Fundamentación Filosófica**

En palabras de Martin (1992), citado por Barberousse. P, (2007, pág. 109) “Los paradigmas tienen un sentido generativo y organizacional. En virtud de este sentido generativo y organizacional el paradigma orienta, gobierna y controla los pensamientos de los individuos y el sistema de ideas y teorías. Los paradigmas son, siguiendo a Holton, ideas-fuerza obsesivas que determinan una concepción de mundo”.

La presente investigación se realizará mediante un paradigma crítico propositivo ya que esta investigación se llevará a cabo mediante una amplia investigación sobre los factores que inducen a que las Pymes no logren ser competitivas en el mercado, conocer el nivel de productividad saber cuáles son las principales causales para que estas no aporten significativamente al crecimiento económico del Cantón, dicho enfoque se lo define de la siguiente manera:

Aguilar. M, (2011) “El enfoque crítico propositivo se caracteriza no sólo por el hecho de indagar, obtener datos y comprender la realidad en la que se inserta la investigación, sino por provocar transformaciones sociales, en los contextos en los que se interviene”.

Melero Aguilar(2011) menciona también que el paradigma crítico propositivo “Se caracteriza por ser emancipador, ya que invita al sujeto a un proceso de reflexión y análisis sobre la sociedad en la que se encuentra implicado y la posibilidad de cambios que el mismo es capaz de generar”.

### **2.2.1. Fundamentación Epistemológica**

Para Ceberio y Watzlawick (1998), citado por Jaramillo. E, (2003) "El término epistemología deriva del griego episteme que significa conocimiento, y es una rama de la filosofía que se ocupa de todos los elementos que procuran la adquisición de conocimiento e investiga los fundamentos, límites, métodos y validez del mismo".

La dimensión epistemológica en palabras de Parra. E, (2005) citado por Lenk, “La epistemología es una disciplina filosófica básica que investiga los métodos de formación y aplicación, de corroboración y evaluación de teorías y conceptos científicos, y a su vez intenta fundamentarlos y evaluarlos”

La investigación se realizara mediante una exhaustiva investigación sobre el crecimiento de la productividad de las pymes del sector calzado y conocer el aporte al PIB de la industria manufacturera de acuerdo al conocimiento de factores, causas y demás que incurren en el problema antes mencionado.

### **2.2.2. Fundamentación Ontológica**

En el pensamiento de Aristóteles, citado por Salgado. G, (2012, pág. 25) “La ontología es, en tanto que estudio del ser de un modo universal, investigando las propiedades y los principios más generales que rigen lo real, la ciencia fundamental y primera en la que pondría las bases de las demás”.

De acuerdo al pensamiento de Guarino. N,(1998) “En el sentido filosófico, podemos referirnos a una ontología como un sistema particular de categorías, representa una cierta visión del mundo”.

El objetivo de la investigación es dar una solución al problema de estudio relacionando las variables Productividad del sector calzado y Crecimiento económico, en donde se determina las causales principales del porque las Pymes de Ambato no alcanzan a ser competitivas en el mercado.

### **2.2.3. Fundamentación Axiológica**

La base primordial de esta fundamentación es determinar el pensar de los involucrados en la investigación en cuanto a la problemática se refiere, a través de valores específicos. Para el presente proyecto de investigación se tomara en consideración diversidad de valores como lo son la honestidad, responsabilidad, seriedad, transparencia entre otros, los mismos que ayudaran a plasmar un trabajo que aporte a la solución del problema antes mencionado, el mismo que tendrá apoyo de otras fuentes de investigación sobre la misma problemática.

#### **2.2.4. Fundamentación Económica**

El pensamiento económico en el cual se apoya este trabajo de investigación es de Adam Smith quien aborda un análisis crítico sobre el crecimiento económico y temas relacionados como la distribución, el valor, el comercio internacional.

Para Krugman, citado por Pineda. M, (2013)“El crecimiento sostenido sólo se logra incrementando lo que los economistas llaman Factor Total de Productividad (FTP), índice que toma en consideración la productividad de la mano de obra y la del capital.”

#### **2.3. Fundamentación Legal**

De acuerdo a las normativas legales en las cuales se basará nuestra investigación principalmente se lo hace en base a lo que establece la **Constitución del Ecuador (2008)** en su Capítulo cuarto, sección primera,

**Art. 284**, establece como uno de los objetivos de la política económica del país: Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividades sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 89).

En el Capítulo sexto-Trabajo y producción, Sección primera-Formas de organización de la producción y su gestión, se presentan los siguientes artículos que hacen mención a las formas de producción:

**Art. 319.-**Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda Interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.**-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

De acuerdo al **Plan Nacional del Buen Vivir**, se presentan los siguientes objetivos que van acorde al proceso de investigación:

**Objetivo 11:** Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

**Política 11.1.** Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.

**Política 11.2.** Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

En cuanto a la Agenda para la Transformación Productiva (ATP), se presentan los principales objetivos específicos:

- Mejorar la productividad, calidad y seguridad de la producción, a través de potencializar el acceso a tecnología, innovación, capacitación y asistencia técnica.
- Contribuir al cambio estructural que permita reducir las brechas de productividad intersectorial y entre los diversos actores productivos, a través de una política de fomento productivo con especial atención a MIPYMES.
- Apoyar a la generación de competitividad y productividad sistémica a través de maximizar la inversión en infraestructura para la producción, reducir costos de transacción en la operación de las empresas a través de eliminar tramitología y promover una cultura pública de servicio de

calidad y gobierno electrónico, y de trabajar con el gabinete social para tener educación y salud de calidad para todos los ecuatorianos.

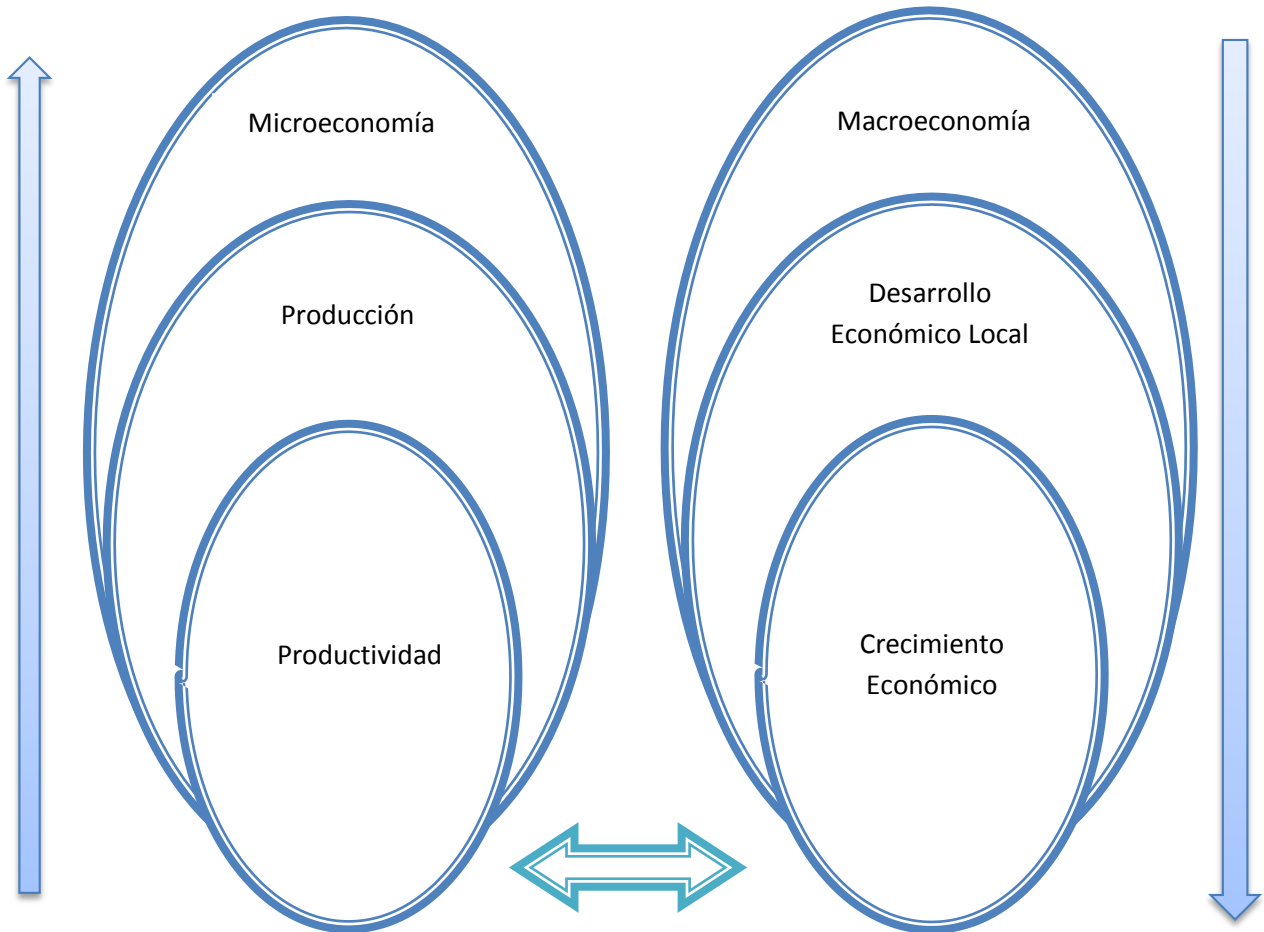
**El Código Orgánico de la Producción (COP)**, cuyo propósito de este Código es regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

**Art.4. Fines.**-La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

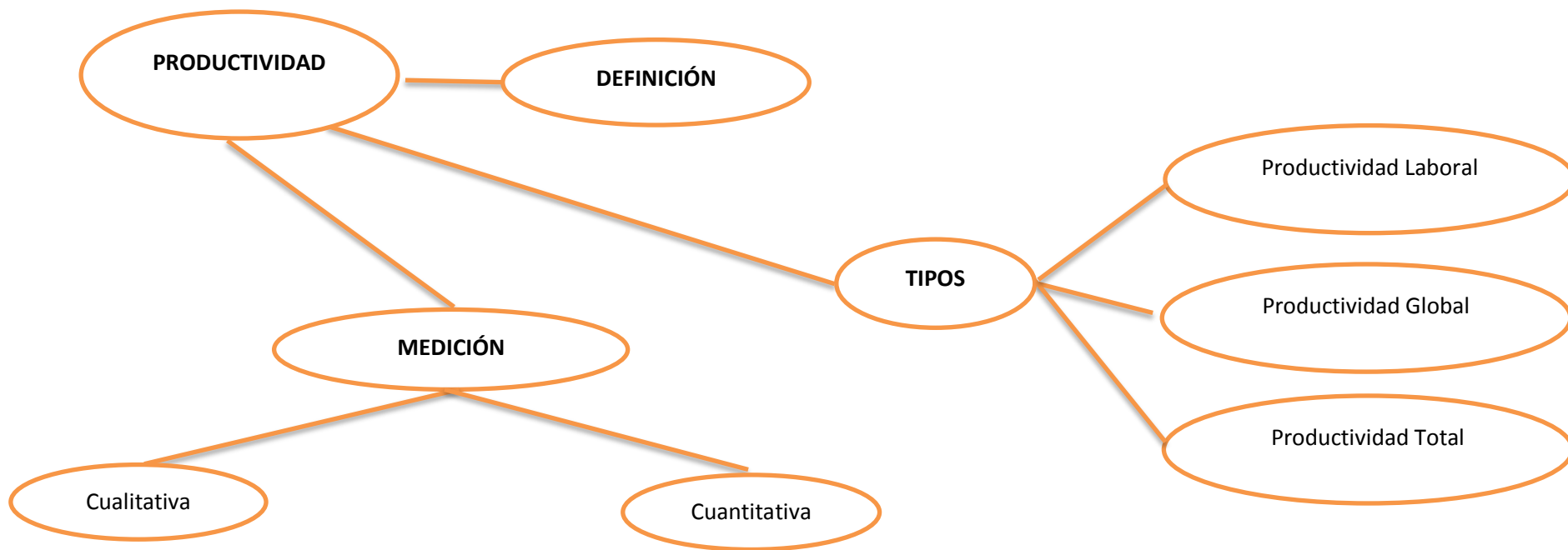
- Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria.
- Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.
- Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y den cumplimiento a los derechos laborales
- Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.



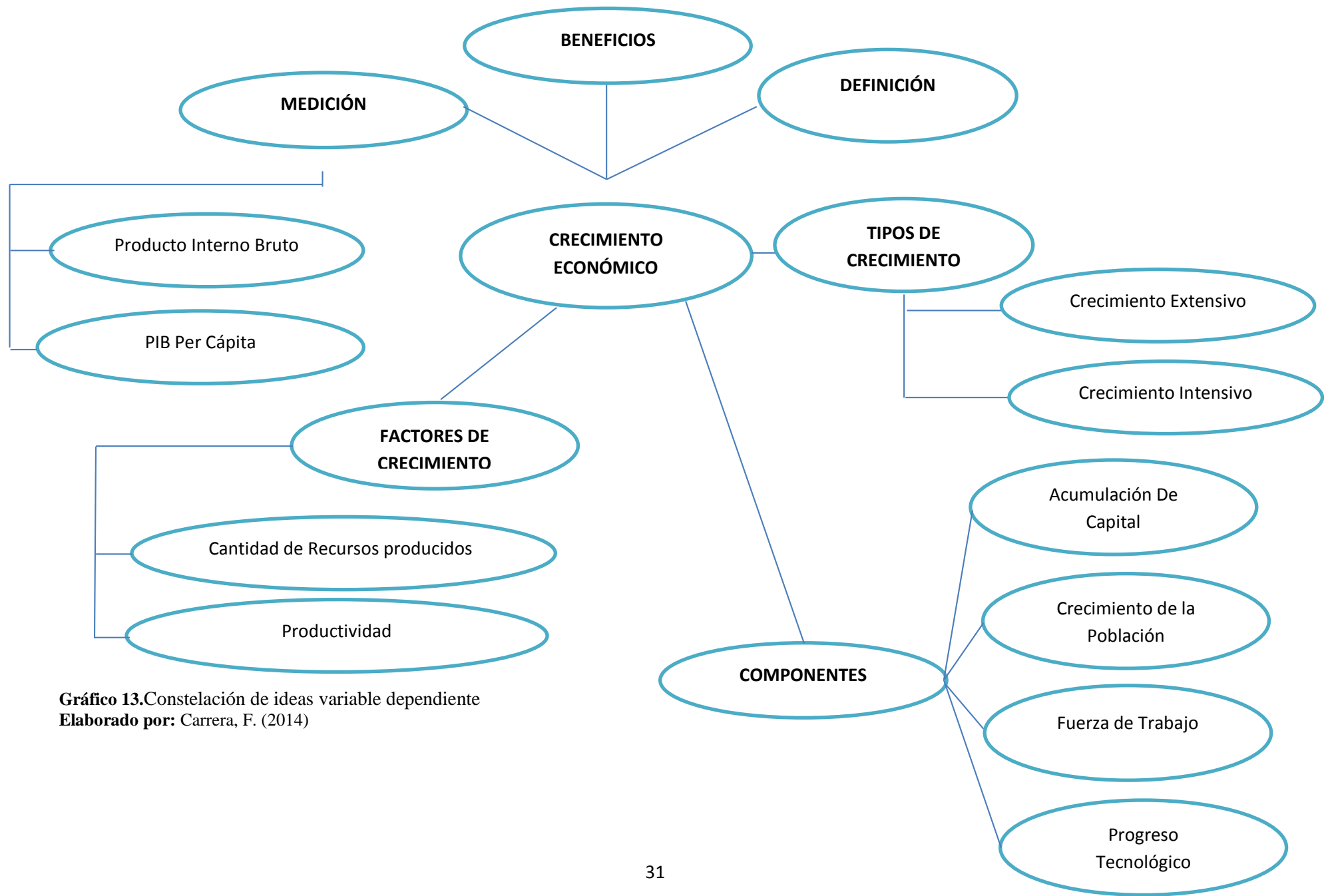
## 2.4. Categorías Fundamentales



**Gráfico 11.** Red de Inclusiones Conceptuales  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)



**Gráfico 12.** Constelación de ideas variable independiente  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)



**Gráfico 13.** Constelación de ideas variable dependiente  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

### 2.4.1. Descripción conceptual de la Variable Independiente

#### Microeconomía

Según Capó (2004, pág. 10), define a la microeconomía como “El estudio de la realidad económica en el que se considera prioritariamente el comportamiento económico de los sujetos individuales: un consumidor, una empresa, un sector o un mercado. La microeconomía se centra en determinar la cantidad y el precio que se intercambia en un mercado o la cantidad producida y el precio que establece una empresa”.

En el libro de Parkin & Loría(2006), definen a la microeconomía como “El estudio de las elecciones que hacen los individuos y las empresas, la manera en que dichas elecciones interactúan en los mercados y la influencia que los gobiernos ejercen sobre ellas”.

La microeconomía toma importancia ya que intenta explicar el cómo y porqué las unidades individuales que estudia (empresas, hogares e individuos) toman decisiones económicas y como estas se relacionan unas con otras, además de buscar respuesta a su comportamiento antes factores externos. Tiene como objetivo:

- Estudiar los mecanismos del mercado (precios de bienes y/o servicios)
- Mercados existentes en función de la oferta y demanda

#### **Sus herramientas son:**

- 1) **Teoría del Consumidor:** Parte de sus gustos y preferencias ante bienes y/o servicios que le son ofertados de acuerdo a su disponibilidad económica.
- 2) **Teoría de la Demanda:** Hace referencia a la cantidad de bienes y/o servicios expuestos en el mercado.
- 3) **Teoría del Productor:** Estudia el comportamiento del productor, es decir se analiza cómo se organizan las empresas, cuánto producen, que

mecanismos utilizan para producir, y como varían sus costos de producción.

- 4) **Teoría del Equilibrio General:** Explica el comportamiento de la oferta, demanda, y el precio en una economía en el cual interactúan varios mercados.
- 5) **Teoría de los mercados de los activos financieros:** Dentro de los mercados se encuentran los siguientes: Monopolio, Oligopolio, Competencia monopolística, Competencia perfecta e Indicadores microeconómicos.

**Indicadores Microeconómicos:** Son aquellos que miden la relación del ingreso, costo y el beneficio de la actividad productiva de una empresa, entre los cuales se destacan:

- Tasa de Interés
- Precios
- Índices de precios al consumidor
- Índices de precios al productor
- Salario
- Tasa de desempleo, etc.

### **Producción**

La producción es la creación de bienes y servicios que con ayuda de factores productivos calificados garantizan la satisfacción del cliente, así como se menciona en el siguiente párrafo:

En el lugar donde se ejecuta la transformación de la materia prima en productos terminados, utilizando para ello una serie de operaciones estandarizadas en cada uno de los procesos requeridos, personal calificado, maquinaria y equipo distribuido apropiadamente dentro de un ambiente físico que mantiene condiciones normales para el trabajo. Según Prompyme (2005. p 103), citado por Paredes. E, (2010, pág. 13).

## **Factores de Producción**

### **Tierra**

Parfraseando a (PASHOAL José, 2008, p.64), citado por Pineda. M, (2013) la tierra comprende todos los recursos naturales los mismos que son utilizados por el hombre para la producción de nuevos productos.

El primer factor de la producción es la tierra o elementos naturales y está representada por todos los recursos, la tierra es la fuente de toda materia prima gracias a ella un país puede satisfacer sus necesidades económicas en forma más o menos satisfactoria. Según las condiciones de este recurso y las posibilidades para explotarlo (ZORRILLA Santiago, 2007, p.87), citado por Pineda. M, (2013).

### **Capital**

Parfraseando a (KRUGMAN Paul, 2007, p.192), citado por Pineda. M, (2013) el capital es un factor de la producción que se utiliza para producir bienes y servicios posee dos características principales que son: 1) Su creación involucra un costo y 2) y su inversión en los procesos productivos provoca un aumento del trabajo y la tierra.

### **Trabajo**

Es una acción realizadas por seres humanos que supone un determinado gasto de energía, encaminado de algún fin material o inmaterial conscientemente deseado y que tiene su origen y motivación en la insatisfacción ya la existencia de una privación o de una necesidad por parte de quien lo realiza.(HOLM Kohler , 2007, p.6), citado por Pineda. M, (2013).

Los factores de producción son la combinación de herramientas y procesos que son utilizados para la creación de bienes y/o servicios mediante estrategias distintivas que son destinados a satisfacer a clientes altamente exigentes, son importantes porque forman parte de la actividad económica de cada una de las empresas lo que dará a conocer la magnitud de eficiencia y efectividad.

## Productividad

Según Medina. J, (2010, pág. 112) La productividad se puede definir como “la forma de utilización de los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad”

De acuerdo a Miranda & Toirac(2010, pág. 248). “La productividad es 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”.

Miranda & Toirac presentan la siguiente fórmula de productividad:

$$\text{PRODUCTIVIDAD} = \frac{\text{Producción}}{\text{Insumos}}$$

Parfraseando a Miranda & Toirac(2010, pág. 249) en su análisis sobre la fórmula de productividad afirman que esta relación debe de ser mayor o igual a la unidad; es decir que existe un aumento de la producción cuando son utilizados los mismos o menos de los insumos manteniendo de esta manera el nivel de producción y provocando el mejoramiento continuo de la actividad productiva.

Siguiendo con su explicación dicen que se puede medir productividad con relación a un factor de producción, lo que dará como resultado un indicador parcial de productividad, los más importantes son:

- ✓ La productividad del trabajo.
- ✓ La productividad del capital.
- ✓ La productividad del uso de los materiales.

En palabras de Krugman (1990), citado por Pineda. M, (2013) señala que la productividad es un factor fundamental para el crecimiento económico, sostiene que: “la productividad es un condicionante fundamental de la salud económica de un país”

Khei Gashi, fundador del Japan Productivity Center (1985), citado por Tristán. M, (2005, pág. 24) dijo que "la productividad es un concepto que implica un progreso continuo, tanto material como espiritual".

Para José González en su libro *Administrar para producir*, citado por Arenas, Trujillo & Calderón, (2001, pág. 21) "La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados".

Parafraseando lo dicho por el Centro de Productividad Japonés (1983), citado por Tristán. M, (2005, pág. 23). La productividad es la aplicación de nuevas y mejores técnicas y procesos, aumento del talento humano, adaptación al entorno y a las condiciones cambiantes (económica, política y social) y más que nada es el mejoramiento de la actividad productiva enfocada a la excelencia.

En términos generales, la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios. Podemos definirla como una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos humanos, capital, tierra, etc. son usados para producir bienes y servicios en el mercado. Según Felsinger & Runza (2002)

La excelente utilización de los factores de producción dentro de una organización conlleva a que existan niveles óptimos de productividad de esta manera esta variable depende principalmente del apoyo de herramientas y equipos que favorezcan a la fabricación del producto. Otro punto importante es la inversión en tecnología y en la fuerza laboral pues forman parte de la innovación y el estándar de calidad del producto y/o servicio a ofertar.

Para el proyecto de investigación lo que se pretende es la mejora de la competitividad de las Pymes en el sector calzado del Cantón Ambato para lo cual se debe conocer cuáles son los factores que inciden en un rendimiento no óptimo de la utilización de los recursos lo que provoca que la productividad de la empresa no sea favorable para la misma y no aporte al crecimiento económico del cantón.



## **Medición**

### **Medición Cualitativa**

Según la definición de Arenas, Trujillo & Calderón, (2001, págs. 60-61)“Es una herramienta utilizada por los evaluadores, para conocer el impacto de los programas de capacitación en el personal”.

Los métodos comunes para realizar medición cualitativa son:

1. Observación participativa
2. Observación directa
3. Entrevista
4. Encuesta

### **Medición Cuantitativa**

Según la definición de Arenas, Trujillo & Calderón, (2001, págs. 60-61)“La medición cuantitativa está basada en información numérica que permite ser manipulada y analizada para definir conclusiones sobre los resultados arrojados”. Paraphrasing Trujillo & Calderón one time that it is identified that it is investigated and its objectives are made the selection of the statistical method (correlation, linear regression, normal distribution, t-student, etc); the same that would facilitate the obtaining of results that will be interpreted in a qualitative way.

### **Tipos:**

#### **Productividad Laboral**

INEGI, (2012, pág. 1) “La productividad laboral, denominada también productividad del trabajo, se mide a través de la relación entre la producción obtenida o vendida y la cantidad de trabajo incorporado en el proceso productivo en un periodo determinado”.

Sumanth (1979) “Es la proporción que viene del resultado de una clase de insumos”.

Sánchez, García, & López(2009, pág. 12) “La productividad laboral es una medida de factor simple que establece la relación entre medidas de output productivo y el personal ocupado”.

La productividad laboral relaciona la producción con el trabajo realizado en un tiempo determinado en el cual se mide el nivel de productividad y el desempeño del trabajo por parte de los empleados de las empresas con el propósito de incrementar su producción y por ende su nivel de competitividad. A continuación se presentan las siguientes fórmulas mediante la cual se puede medir la productividad laboral:

El método más común es aquel que relaciona la cantidad de producto obtenido o vendido con el número de horas trabajadas durante un periodo determinado, ya sea en una unidad productiva, en un sector de actividad económica o en un país.(INEGI, 2012, pág. 1)

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{\text{Producción}}{\text{Horas Trabajadas}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Horas Trabajadas}}$$

INEGI, (2012, pág. 1) “La productividad laboral también puede medirse a través de la relación entre la cantidad producida o vendida y el número de trabajadores ocupados”.

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{\text{Producción}}{\text{Número de Trabajadores}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Número de Trabajadores}}$$

Estas fórmulas ayudan a la empresa a conocer si el rendimiento de los trabajadores es óptimo (es decir si los recursos se están utilizando de la mejor

manera optimizando tiempo) incrementando sus niveles de venta y la capacidad productiva.

**Productividad Total:** Sumanth (1979) “Es la proporción entre el resultado total y la suma de todos los factores de insumos”.

En palabras de Carro & Gonzáles (pág. 3) “La productividad total involucra, en cambio, a todos los recursos (entradas) utilizados por el sistema; es decir, el cociente entre la salida y el agregado del conjunto de entradas”.

### **PRODUCTIVIDAD TOTAL**

$$= \frac{\text{Bienes y Servicios producidos}}{\text{Mano de obra + Capital + Materias Primas + Otros}}$$

Es así, que la productividad total relaciona el impacto de los insumos en la producción.

**Productividad Global:** tiene como fin mejorar la productividad de las empresas mediante el análisis del cambio en la operación, a través de los factores y elementos que intervienen en ella. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{PRODUCTIVIDAD GLOBAL} = \frac{\text{Valor de la producción obtenida}}{\text{Valor de los factores empleados}}$$

#### **2.4.2. Descripción conceptual de la Variable Dependiente**

##### **Macroeconomía**

Según Capó (2004, pág. 10) “Estudia las relaciones entre los grandes agregados económicos de un país o región. La macroeconomía intenta contestar a las cuestiones relativas a distintas magnitudes: empleo y desempleo, inflación, producción nacional, crecimiento de la producción, déficit público, etc.”

La macroeconomía puede ser utilizada para analizar cuál es la mejor manera de influir en objetivos políticos como por ejemplo hacer crecer la economía, conseguir la estabilidad de precios, fomentar el empleo y la obtención de una sustentable y equilibrada balanza de pagos (KRUGMAN Paul, 2007, p.192), citado por Días. M, (2013, pág. 8).

Dicho de otra forma la macroeconomía estudia de manera global a diversos fenómenos a nivel nacional o regional, cuyo principal objetivo es el análisis de los sistemas económicos y de esta manera saber cómo distribuir los recursos escasos y establecer políticas económicas que tiendan al crecimiento de la economía conociendo la situación actual y proyectar mejoras al futuro.

### **Variables Macroeconómicas:**

- **Crecimiento Económico:** es determinado por el crecimiento de indicadores como la producción, el consumo, el ahorro, la inversión, en un determinado tiempo el mismo que genera un nivel de calidad de vida óptimo y satisfactorio. Considerando que las principales causas para un incremento en la economía son: aumentos en el capital, progreso tecnológico y capital humano.
- **Producto Nacional Bruto:** hace referencia a la producción de bienes y/o servicios de un país en el cual se incluye la producción nacional del extranjero y se excluye la producción extranjera que labora en el país.
- **Inflación:** es una medida económica que indica el incremento desmedido de los precios de bienes y/o servicios lo que provoca la pérdida del poder adquisitivo.
- **Desempleo:** variable que determina el nivel de personas desocupadas, es decir que a pesar de contar con las capacidades necesarias y se encuentran en busca de empleo no cuentan con un espacio para ejercer sus labores.

### **Desarrollo Económico Local**

En palabras de (Alburquerque, 2004 y Vásquez-Barquero 2000), citado por Rodríguez. L, Bernal. M, & Cuervo. L, (2011) “El Desarrollo Económico Local (DEL) es definido como el proceso de crecimiento y cambio estructural de la economía y la sociedad que tiene lugar en un territorio determinado”.

De acuerdo a (Cuervo, 2006). Citado por Rodríguez. L, Bernal. M, & Cuervo. L, (2011) “En términos de desarrollo social, el DEL hace referencia a la capacidad

de una sociedad local para formularse metas de interés colectivo y movilizar los recursos necesarios para alcanzar esas metas”.

El desarrollo económico local, analizado como un proceso inducido, se considera como un proceso en el cual se organizan el gobierno local, los empresarios y la sociedad civil para promover el crecimiento económico de un área geográfica específica con el objetivo de incrementar el nivel de vida de la población. Sin embargo, no se deja de lado la relevancia que mantienen los agentes y factores externos al territorio en el proceso de desarrollo local. (Brugué y Goma, 1998: 131), citado por M. Fuentes, C & Arón. N, (2004).

El desarrollo económico local se lo puede definir como un proceso de desarrollo que con la participación de diversos agentes sean estos públicos o privados se formulan acuerdos que llevan a la elaboración de estrategias para la mejora de un territorio en particular, está directamente vinculado con el desarrollo económico, el desarrollo humano, el desarrollo social, y el desarrollo ambiental que constituyen la base primordial para la generación del bienestar de la sociedad.

### **Crecimiento Económico**

De acuerdo a Larroultel & Mochón (1995, pág. 591) “El crecimiento económico es un proceso sostenido a lo largo del tiempo en el que los niveles de actividad económica aumentan constantemente”.

En palabras de Parkin. M, (2009, pág. 554) “El crecimiento económico es la expansión sostenida de las posibilidades de producción medida como el aumento del PIB real durante un periodo determinado”.

Según Becker. F, (pág. 28) citado por L. Walras, entiende el crecimiento económico “como un progreso de carácter gradual y sostenido en el tiempo, gracias a las mejoras técnicas que se producen”.

En palabras de Krugman, citado por Pineda. M, (2013, pág. 3) “El crecimiento sostenido sólo se logra incrementando lo que los economistas llaman Factor Total de Productividad (FTP), índice que toma en consideración la productividad de la mano de obra y la del capital. Usar sólo una de ellas, no proporciona información

100% confiable, por lo que la medición de la economía es incompleta. Krugman, mantiene que el FTP es el mejor índice para medir la eficiencia de la economía y se logra aumentarlo, organizando mejor la fuerza laboral y haciendo mejoras tecnológicas e innovaciones”. (Arosemena, 2007:4).

Según Cárdenas (2007, págs. 66-77), citado por Marín. A, & Hurtado. Á, (2007, pág. 71)“El crecimiento económico se debe a:1) aumentos en el capital con respecto al PIB total. 2) Aumentos del capital humano por trabajador y, 3) aumentos en la productividad. Donde los determinantes del crecimiento económico son de tipo próximo y fundamental”

El crecimiento económico es la variable más importante dentro un país o región tiende a medir incrementos en indicadores como la productividad, el ahorro, la inversión, el consumo entre otras, cuyo objetivo principal es mantener un nivel de vida óptimo para los habitantes, el mismo que está relacionado directamente con el PIB en que los niveles de actividad económica presentan aumentos.

**Beneficios según Larroultel & Mochón(1995, pág. 601)**

- El crecimiento suele ser clave para lograr un nivel de vida más elevado.
- Cuando el ingreso nacional aumenta en términos reales, aumenta también la recaudación tributaria
- Otro elemento positivo del crecimiento económico es el aumento del empleo

## **TIPOS DE CRECIMIENTO**

### **Crecimiento Extensivo**

Gregory. P, (2002, pág. 161)“Es el crecimiento económico que resulta de la expansión de los insumos de factores.”

Pérez. J, (pág. 4)“El crecimiento extensivo es un crecimiento del PIB (global o sectorial), que es extensivo con relación a la fuerza de trabajo necesaria para producir ese producto”.

## **Crecimiento Intensivo**

Gregory. P, (2002, pág. 161) “Es el crecimiento que resulta de los aumentos en la producción por unidad de insumos de factores.”

Pérez. J, (pág. 4) “En este caso, el crecimiento de la fuerza de trabajo necesaria para producir el PIB disminuye. Se trata de un proceso en el cual el crecimiento del producto es menor que el crecimiento de la productividad del trabajo”.

## **MEDICIÓN DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO**

### **Producto Interno Bruto (PIB)**

Larraín & Sachs(2002, pág. 24) El producto interno bruto “Es el valor total de la producción corriente de bienes y servicios finales dentro de un territorio nacional, durante un período dado, normalmente un trimestre o un año”.

Según el Banco Central del Ecuador citado por Pineda. M, (2013, pág. 9), el PIB “es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período determinado, normalmente un año”.

El principal indicador macroeconómico para medir el crecimiento y actividad general de una economía. El PIB se mide en términos reales o nominales, el PIB nominal no toma en cuenta la variación de precios (o inflación), mientras que el PIB real mantiene precios constantes basados en un año en particular. (SERCOP, 2014).

La fórmula para calcular el PIB es la siguiente:

$$\text{PIB} = C + I + G + X - M$$

$$\text{PIB} = \text{Consumo} + \text{Inversión} + \text{Gasto Público} + \text{Exportaciones} - \text{Importaciones}$$

### **COMPONENTES DEL PIB**

- **Consumo:** Graue.A,(2009, pág. 268) “El gasto en el consumo es el que realizan los individuos de una sociedad (integrados en familias) para adquirir los satisfactores que requieren”

Corresponde a los bienes y/o servicios que se producen en un país y son destinados al consumo de los residentes del mismo durante un periodo determinado.

- **Inversión:** Graue.A,(2009, pág. 268) “Se utiliza estrictamente para definir el gasto que se destina para adquirir nuevos bienes de capital necesarios para el proceso productivo.”

Permite a la empresa orientar capital hacia nuevos y mejores equipos, maquinaria, tecnología entre otros para obtener beneficios altamente competitivos.

**Gasto Público:** Graue.A,(2009, pág. 268) “Las compras que realiza el Gobierno como bienes y servicios incluyendo construcción e infraestructura (obra pública en general), se conoce como gasto de gobierno”. Representa aquel dinero que el Gobierno gasta al cumplir sus funciones para satisfacer las necesidades de la sociedad.

- **Exportaciones:** Aquellos bienes y/servicios que son vendidos al extranjero
- **Importaciones:** Aquellos bienes y/servicios que son comprados al extranjero

### **FACTORES DEL PIB**

- **PIB Real:** Es la producción de bienes y/o servicios que se dan a precios corrientes
- **PIB Nominal:** Es la producción de bienes y/o servicios que se dan a precios constantes

### **PIB Per Cápita**

Graue.A,(2009, pág. 274) “Es un indicador del bienestar económico, ya que mide lo que le tocaría a cada ciudadano de un país, si se dividiera el PIB entre cada uno de sus ciudadanos”.



Relación entre el valor total de todos los bienes y servicios finales generados durante un año por la economía de una nación o estado y el número de sus habitantes en ese año. Puede ser expresado a valores de mercado o a valores básicos. (México, 2009).

**Fórmula:**

$$\text{PIB PER CÁPITA} = \frac{\text{PIB}}{\text{Población}}$$

## **FACTORES CONDICIONANTES DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO**

- **Cantidad de recursos productivos**

Larroultel & Mochón(1995, pág. 593) “Los factores de producción están constituidos por el trabajo, capital y los recursos naturales, mientras mayor es la disponibilidad de estos recursos mayor será el potencial del crecimiento de un país”.

- **La productividad**

Larroultel & Mochón(1995, pág. 593) “Cuando el trabajador medio produce más en una hora, o lo que es igual, cuando aumenta la productividad media del trabajo, crece la producción total de la economía”.

### **PRODUCCIÓN TOTAL**

$$= \text{Horas de trabajo} \times \text{Productividad media de Trabajo}$$

## **COMPONENTES DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO**

### **Acumulación De Capital**

Debido a que la tierra y los recursos son fundamentalmente fijos por su naturaleza, los recursos productivos se expanden mediante el aumento de la cantidad y la calidad del trabajo y por el aumento de las existencias (las existencias de plantas, equipos e inventarios). (Gregory, 2002, pág. 159).

La acumulación de capital viene representada por la cantidad de inversión que se destina a la mejora de los recursos para la producción y por ende para la entidad misma generando riqueza.

### **Crecimiento de la Población**

El efecto más directo es el tamaño de la fuerza laboral: una población grande significa más trabajadores para producir bienes y servicios, así mismo la población significa más personal para producir bienes y servicios, entonces mientras más grande es la población mayor será la producción de bienes y servicios, aunque no necesariamente haya un mayor estándar de vida para el ciudadano típico, de hecho existen naciones grandes y chicas en todos los aspectos del desarrollo económico. (Mankiw, 2008).

### **Fuerza de Trabajo**

Se considera a la fuerza de trabajo como la capacidad que tienen los empleados para aportar su conocimiento y experiencia dentro de una entidad, para lo cual es necesario que se encuentren totalmente capacitados y con la predisposición de aportar positivamente al desarrollo de la empresa elevando la productividad al máximo.

### **Proceso Tecnológico**

En el análisis elaborado por Argüelles, V.& Benavides, G. (2008, pág. 67) mencionan que “La tecnología se define, en términos económicos, como un factor de producción formado por un conjunto de conocimientos que sirven para la fabricación de bienes y la prestación de servicios”.

Siguiendo con su explicación también añaden que, el cambio o progreso técnico consiste, por lo tanto, en la obtención y aplicación en el sistema productivo de avances en la tecnología, que se pueden manifestar en forma de nuevos procesos de producción, métodos de organización industrial más eficientes o en la aparición de nuevos productos, así como en la mejora de los ya existentes.(Argüelles Vélez & Benavides González, 2008, pág. 68)

La parte tecnológica es un aspecto fundamental en cuanto al proceso de producción se refiere aunque depende en gran magnitud de la inversión que las empresas le den al desarrollo de la tecnología, la misma que aporta a la mejora de calidad de productos y/o servicios que se ofertan a un mercado que es altamente cambiante y exigente, considerando como principal índole a la innovación tecnológica con lo cual toda empresa pretende incrementar su producción y por ende mejoras en los procesos productivos, para lo cual las mismas deberán adaptarse a dichos cambios y utilizarlos de manera eficiente con el propósito de conseguir ser competitivas y generar valor agregado.

## **2.5. Hipótesis**

La productividad influye significativamente en el crecimiento económico de las PYMES del sector calzado del Cantón Ambato.

## **2.6. Señalamiento de Variables**

**2.6.1. Variable Independiente:** Productividad

**2.6.2. Variable Dependiente:** Crecimiento Económico

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Enfoque de la Investigación

La presente investigación presenta una fundamentación cualitativo-cuantitativo, pues según Hurtado y Toro. (1998) "Dicen que la investigación Cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, que tenga definición, limitarlos y saber con exactitud donde se inicia el problema, también le es importante saber qué tipo de incidencia existe entre sus elementos".

De acuerdo al criterio de Hernández. R, Fernández. C, & Baptista. M, (2010, pág. 4) definen al enfoque cuantitativo como "Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías".

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos.(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 7).

La utilización de estos dos enfoques nos ayuda a obtener información útil, ya que trabajan conjuntamente, es así que el enfoque cuantitativo describe la relación existente entre variables mientras que el enfoque cualitativo comprende fenómenos los mismos que determinan suposiciones para exponer nuevas y específicas investigaciones u observaciones sobre la base de resultados.

### **3.2. Modalidad Básica de la Investigación**

El presente trabajo de investigación a desarrollarse tendrá una investigación bibliográfica ya que es necesario obtener información de libros, revistas, y documentos que aporten significativamente a las variables en estudio; también se aplicara una investigación de campo para conseguir información directamente en lugar de los hechos mediante encuestas y observaciones, es así que se definen a continuación cada una de las modalidades antes mencionadas:

La investigación bibliográfica en los trabajos cualitativos se ubica en la definición del problema y al aplicar ciertas técnicas cualitativas como la entrevista, que al capturarla y guardarla se convierte en un "documento" que contiene una cantidad de información que, en cierta forma, es similar a una gran biblioteca con libros sin catalogar. (Méndez Rodríguez & Astudillo Mora, 2008)

Según Martínez (2006): La investigación de campo es “El único indicado cuando el investigador no sólo quiere conocer una determinada realidad o un problema específico de un grupo, sino que desea también resolverlo”.

De igual manera siguiendo la explicación de Herrera. L, Medina. A, & Naranjo. G, (2004, págs. 103-105), la investigación de campo “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos”.

Se aplicará estas dos modalidades de investigación ya que se considera que el análisis que hacen dichos autores de la investigación antes mencionada ayudara de manera significativa al aporte de la investigación y nos indicara el impacto que tienen cada una de las variables que se analizan mediante la observación y la encuesta que se pretende realizar.

### **3.3. Nivel o tipo de Investigación**

El presente trabajo de investigación utilizara primordialmente un tipo de análisis descriptivo como lo menciona Bracho. M, (2006, pág. 83) en su investigación, en la cual menciona una definición del método descriptivo, al indicar lo expresado por Dankhe (1986), citado por Hernández et al (2003,p. 69), quienes afirman: "son

aquellos que buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”

De la misma manera siguiendo la explicación de Bracho. M, (2006, pág. 83), citado por Tamayo y Tamayo (2003) aseveran “que los estudios descriptivos son aquellos dirigidos a la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual de la categoría o fenómeno investigado”.

En palabras de Serrano (2004). “El método descriptivo que se orienta hacia el presente y actúa en los niveles de investigación aplicada y activa, intenta una observación sistemática, estudiando la realidad educativa tal y como se desarrolla”.

Con el tipo de investigación se pretende conocer las generalidades de la problemática en estudio con lo cual se determina el comportamiento de las variables estableciendo técnicas que ayuden a obtener información, recolección de datos y más que nada conocer cual el nivel de influencia que tiene la productividad del calzado en el crecimiento económico del Cantón Ambato.

### **3.4. Población y Muestra**

#### **3.4.1. Población**

Totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por construir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación. (Tamayo y Tamayo, 2003, pág. 176)

#### **3.4.2. Muestra**

La muestra descansa en el principio de que las partes representan el todo y por tanto refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo cual nos indica que es representativa. Es decir que para hacer una generalización exacta de una población es necesaria una muestra totalmente

representativa y, por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra. (Tamayo y Tamayo, 2003, pág. 176)

Para el proceso de la presente investigación se procede a tomar como población de estudio a las Pequeñas y Medianas Empresas del Cantón Ambato, que según el último censo económico del INEC (2010) existen 145 empresas que se dedican a la fabricación del calzado las mismas que aportarán información pertinente para la presente investigación.

**Fórmula:**

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

**En donde:**

**n**= Tamaño de la muestra

**Z**= Nivel de confianza

**p**= Probabilidad de Éxito

**q**= Probabilidad de Fracaso

**N**= Tamaño de la Población

**e**= Margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(145)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 145(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(36.25)}{(0.9604) + 0.3625}$$

$$n = \frac{139.258}{1.3229}$$

$$n = 105.27$$

La encuesta deberá realizarse a 105 empresas dedicadas a la fabricación de calzado en la ciudad de Ambato.

### **3. 5. Operacionalización de Variables**



## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES: Productividad

Tabla 9. Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA
La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados	Producción	Procesos Calidad Producto Áreas de trabajo Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Está de acuerdo en que deben existir manuales sobre el proceso y procedimiento de la fabricación del calzado?</li> <li>• ¿Su empresa posee normas de calidad?</li> <li>• ¿Capacita al personal de su empresa?</li> <li>• ¿Qué factores afectan al desempeño de su negocio y por ende a su productividad laboral?</li> </ul>	Encuesta
	Recursos Utilizados	Recurso Humano Recurso Tecnológico Recurso Económico Innovación Costos de producción Tiempo de fabricación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es el promedio de edad de las personas que son contratadas?</li> <li>• ¿Con qué tipo de maquinaria y/o equipo cuenta principalmente su empresa para llevar a cabo el proceso productivo?</li> <li>• ¿Han subido las ventas en los últimos 5 años?</li> <li>• ¿Cuánto invierte mensualmente en la fabricación de su producto?</li> <li>• ¿Qué parte de la cadena de suministro requiere mayor innovación?</li> <li>• ¿Los costos de la materia prima, y mano de obra son accesibles para el productor?</li> </ul>	

**OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES: Crecimiento Económico**

**Tabla 10.**Operacionalización de la Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA
<p>Progreso de carácter gradual y sostenido en el tiempo, gracias a las mejoras técnicas que se producen, en el que los niveles de actividad económica aumentan constantemente se mide como el aumento porcentual del producto interno bruto (PIB).</p>	<p>Producto Interno Bruto</p>	<p>Consumo Inversión Gasto Público Exportaciones Importaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la demanda promedio de consumo de pares de zapatos por habitante en el año?</li> <li>• ¿Cuál es el porcentaje del PIB en el sector calzado a nivel provincial?</li> <li>• ¿Cómo determina el nivel de inversión que se destina a la industria manufacturera?</li> <li>• ¿Cuál ha sido la tendencia de crecimiento de exportaciones del calzado a nivel provincial?</li> <li>• ¿Considera que la implementación de barreras arancelarias a la importación del calzado ayuda a la producción nacional?</li> </ul>	<p>Estudio Bibliográfico- Estadísticas</p>
	<p>Actividad económica</p>	<p>Manufactura Industrial Transporte Comercio Petróleo y Minas Agricultura Enseñanza y servicios sociales y de salud Otros sectores</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la participación de los sectores económicos en el PIB?</li> </ul>	

**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

### **3.6. Plan de Recolección de Información**

La recopilación de información necesaria está directamente relacionadas con las pequeñas y medianas empresas del Cantón Ambato, mediante una investigación cuantitativa la que permitirá conocer el número de empresas existentes que pertenecen al sector calzado. Se pretende también realizar encuestas para conocer el impacto que tiene la productividad hacia la economía del Cantón, es decir cuál es el aporte que dan las Pymes al sector.

En palabras de Calva. S, (2010, pág. 9) citado por Naresh Malhotra las encuestas “son entrevistas a numerosas personas utilizando un cuestionario diseñado en forma previa”.

“La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. Las encuestas pueden ser personales y no personales”. (Ildfonso Grande, 2005).

La información que se requiere será útil para conocer cuáles son los factores que inciden en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, mediante la formulación de una serie de preguntas orientadas a la mejora de aspectos importantes dentro de las empresas, para que ayuden al fortalecimiento de su posicionamiento en el mercado y por ende a un incremento en su productividad orientada al crecimiento económico mediante una excelente estructura productiva.

El proceso de recolección de información es el siguiente:

<b>PREGUNTAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>¿Para qué?</b>	Para determinar como la productividad influye significativamente en el crecimiento económico de las PYMES del sector calzado del Cantón Ambato
<b>¿A qué personas?</b>	Personal Administrativo y Operativo de las Pymes del sector calzado del Cantón Ambato
<b>¿Sobre qué aspectos?</b>	Productividad y Crecimiento Económico
<b>¿Quién?</b>	La Investigadora Fernanda Carrera
<b>¿Cuándo?</b>	El trabajo de investigación se desarrollará en el primer semestre del 2015
<b>¿Cuál es el lugar de recolección de la información?</b>	Pymes de Ambato dedicadas a la fabricación de calzado
<b>¿Cuántas veces?</b>	La técnica de recolección ha sido aplicada una sola vez en vista de que la investigación es de carácter transeccional o transversal
<b>¿Qué técnicas de recolección?</b>	Encuestas
<b>¿Con qué?</b>	Cuestionarios

**Tabla 11.** Proceso de recolección de información  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

### **3.7. Plan de Procesamiento de la información**

En palabras de Fernández (2004), manifiesta que: “después de la obtención de datos primarios o secundarios es necesario llevar a cabo un proceso de análisis de los mismos con el objeto de resolver el problema en la primera etapa y alcanzar los objetivos de la investigación”.

Es así que la información que será recolectada mediante el proceso de investigación ayudara de manera oportuna a la solución de la problemática antes mencionada.

El estudio será aplicado a 105 pequeñas y medianas empresas del Cantón Ambato, de manera individual, la misma que tendrá un análisis cuidadoso y responsable.

La tabulación de la información que se recolecte se hará mediante el programa Excel, de modo que nos proporcione un análisis eficiente y rápido sobre las preguntas establecidas en la encuesta, el mismo que tendrá gráficos estadísticos que nos ayude a distinguir de mejor manera el resultado obtenido, ya que se utilizarán gráficas porcentuales que nos permitan emitir un criterio apropiado sobre las distintas respuestas del encuestado, que será de mucha utilidad para aclarar varias de las interrogantes respecto a la problemática de la investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 Análisis e Interpretación de resultados**

El presente capítulo de la investigación tiene como énfasis presentar los resultados obtenidos a partir de la aplicación de encuestas la misma que fue dirigida al departamento de producción de cada una de las empresas, es importante mencionar que no todas proporcionaron la información necesaria para el cumplimiento del objetivo propuesto.

Para la tabulación de los datos se diseñó gráficos porcentuales (pasteles y barras) así como también una tabla que describe la alternativa, la frecuencia y por ende el porcentaje, cada uno comprende el detalle de las preguntas y finalmente se presenta el análisis y la interpretación a las cuales se llegó.

En lo posterior se procedió a la aplicación de la prueba de T-student con el objetivo de comprobar la hipótesis y conocer el grado de relación entre las variables. La encuesta fue aplicada a 21 empresas del sector calzado quienes colaboraron con la información requerida, en donde:

#### **Datos Informativos**

##### **Empresa Pequeña**

Corresponde al 62% de las empresas encuestadas

##### **Empresa Mediana**

Corresponde al 38% de las empresas encuestadas

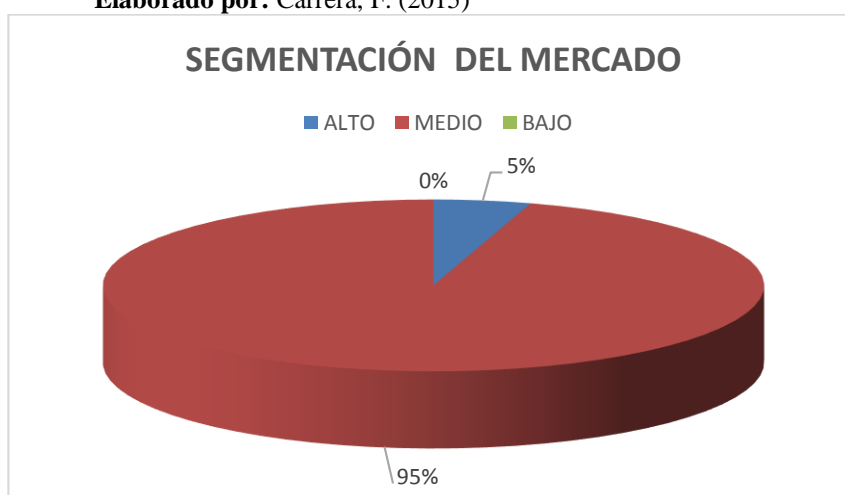
## PREGUNTA N° 1. ¿A QUÉ SEGMENTO CUBRE SU PRODUCTO?

**Tabla 12.**Segmentación de mercado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	1	4,76%
MEDIO	20	95,24%
BAJO	0	0,00%
TOTAL	21	100,00%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 14.** Segmentación del mercado

**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica consideran que la fabricación de su producto abarca el 95% del segmento a un nivel medio mientras que el 5% tienen un nivel alto en la segmentación de su producto.

## INTERPRETACIÓN

El sector calzado tiene gran participación en el mercado considerando las características del producto de acuerdo a las especificaciones del cliente, garantizando de esta manera su fidelidad y por ende satisfaciendo las necesidades del consumidor con lo que se ha logrado una expansión positiva.

## PREGUNTA N° 2. ¿QUÉ TIEMPO TIENE SU EMPRESA EN EL MERCADO?

Tabla 13. Tiempo en el mercado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1-3 años	1	4,76%
Entre 4-6 años	4	19,05%
Más de 6 años	16	76,19%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

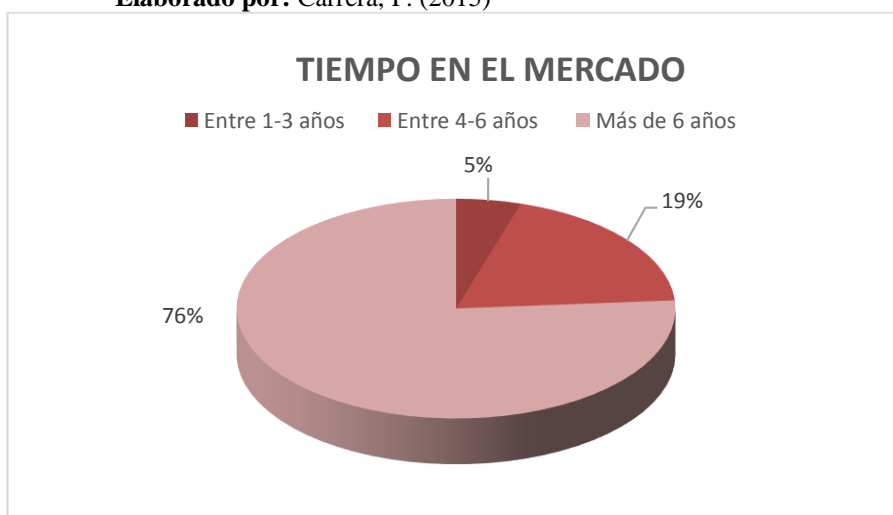


Gráfico 15. Tiempo en el mercado

Elaborado por: Carrera, F. (2015)

### ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 76% de todas las empresas están en el mercado más de 6 años, el 19% entre 4 a 6 años y el 5% de 1 a 3 años.

### INTERPRETACIÓN

El tiempo de subsistencia de una empresa se basa en el tiempo de constitución de la misma, por lo que los años que se encuentren en el mercado las ayuda a fortalecer su actividad productiva y por ende establecer estrategias que ayuden al mejoramiento continuo de su actividad económica.



### PREGUNTA N° 3. ¿SU EMPRESA POSEE NORMAS DE CALIDAD?

Tabla 14. Normas de calidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	12	57,14%
Casi Siempre	5	23,81%
En Ocasiones	3	14,29%
A veces	0	0,00%
Nunca	1	4,76%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

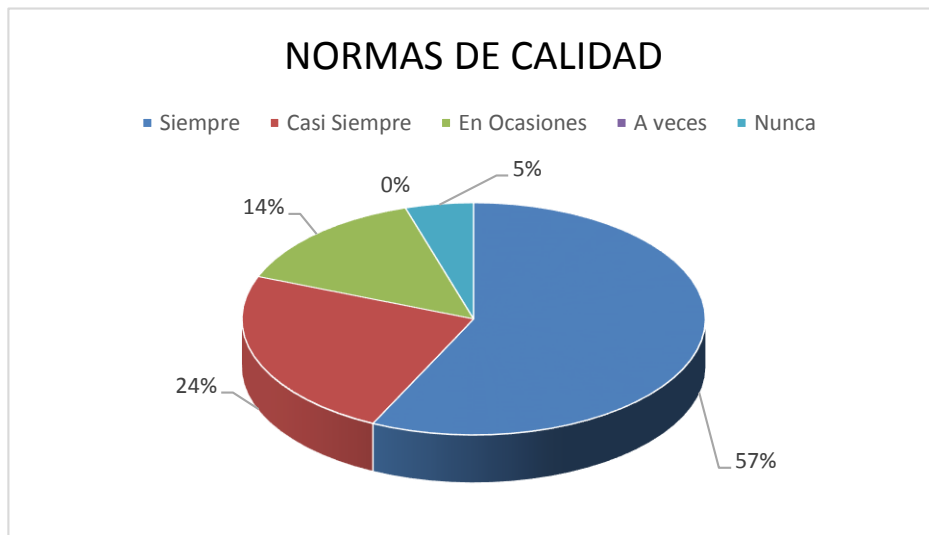


Gráfico 16. Normas de calidad  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

### ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica muestra que el total es decir el 57% % de estas empresas si poseen normas de calidad que certifica que el producto que sale al mercado cumple con los requerimientos de calidad, el 24% casi siempre, el 14% en ocasiones y el 5% % nunca.

## INTERPRETACIÓN

De cierta manera la aplicación de normas de calidad en los productos ayudan a que las empresas sean competitivas en el mercado y por ende garantice la cantidad de su demanda al cumplir con especificaciones y requerimientos que certifica y califica al producto para que este pueda competir y la empresa proporcione ventajas competitivas.

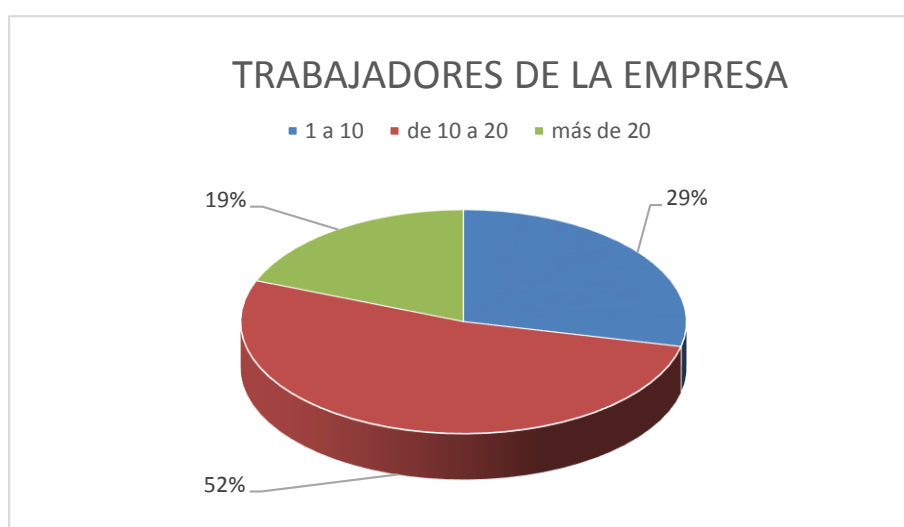
## PREGUNTA N° 4

### ¿CON CUÁNTOS TRABAJADORES CUENTA LA EMPRESA ACTUALMENTE?

**Tabla 15.** Trabajadores de la empresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 10	6	28,57%
de 10 a 20	11	52,38%
más de 20	4	19,05%
TOTAL	21	100,00%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 17.** Trabajadores de la empresa  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica se puede observar que el 52% cuentan con trabajadores entre 10 a 20 personas, mientras que el 29% cuenta con trabajadores de 1 a 10 y el 19% consideran que deben contar con más de 20 personas en su empresa.

## INTERPRETACIÓN

La cantidad de personas contratadas en una empresa depende en gran medida del tamaño de la misma, por lo que para empresas pequeñas se requiere de 1 a 49 trabajadores mientras que para empresas medianas se considera que se debe contar de 50 trabajadores en adelante.

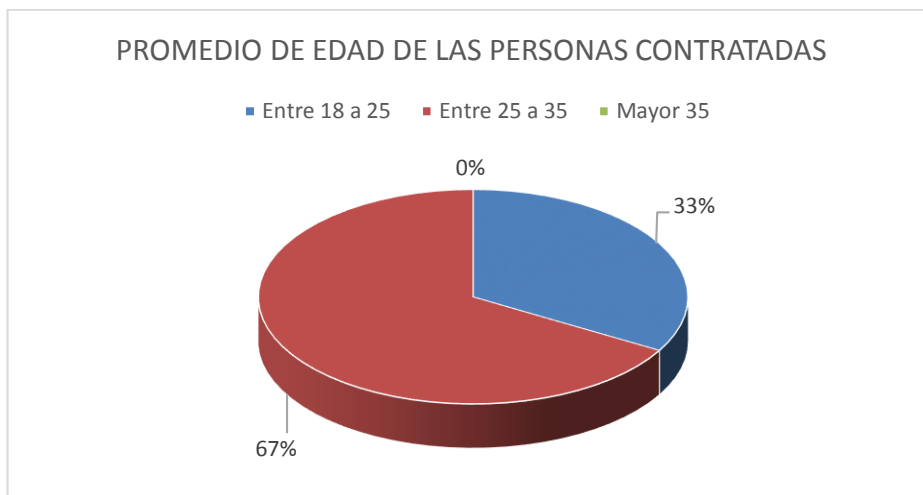
## PREGUNTA N° 5

**Tabla 16.** Promedio de edad de las personas contratadas

**¿CUÁL ES EL PROMEDIO DE EDAD DE LAS PERSONAS QUE SON CONTRATADAS?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 18 a 25	7	33,33%
Entre 25 a 35	14	66,67%
Mayor 35	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 18.** Promedio de edad de las personas contratadas  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica se puede observar que el 67% considera que se deben contratar a personas entre 25 a 35 años, mientras el 33% restante considera que se deben contratar a personas entre 18 a 25 años.

## INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la respuesta de las empresas ante la contratación de personal es importante que estas sean contratadas de acuerdo al nivel de preparación y la capacidad que las personas tengan, la mayoría de las empresas encuestadas afirman que es apropiado contratar a personal con edades que pasen de los 25 años ya que estas personas poseen mayor conocimiento y experiencia en la elaboración y fabricación del calzado por lo tanto son más productivas y eficientes.

## PREGUNTA N° 6

Tabla 17. Trabajadores productivos

¿De acuerdo a su criterio y según la edad, que trabajadores considera son los más productivos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 18 a 25	10	47,62%
Entre 25 a 35	11	52,38%
Mayor 35	0	0,00%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

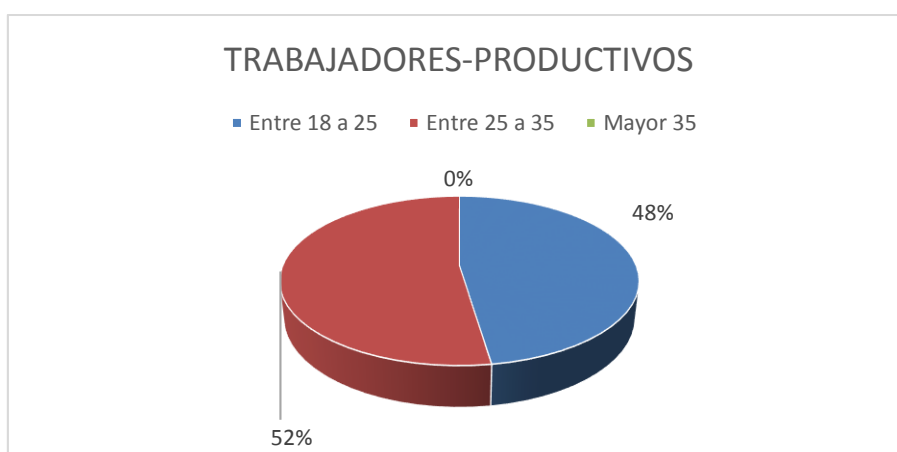


Gráfico 19. Trabajadores productivos  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 52% considera que los trabajadores entre 25 a 35 años son productivos y el 48% afirma que entre 18 a 25 años son medianamente productivos.

## INTERPRETACIÓN

Las empresas de calzado contratan al personal de acuerdo a la edad y la experiencia que estos tienen, de esta manera demuestran su nivel de productividad y aporte a la empresa para generar ingresos y aumento en la producción.

## PREGUNTA N° 7

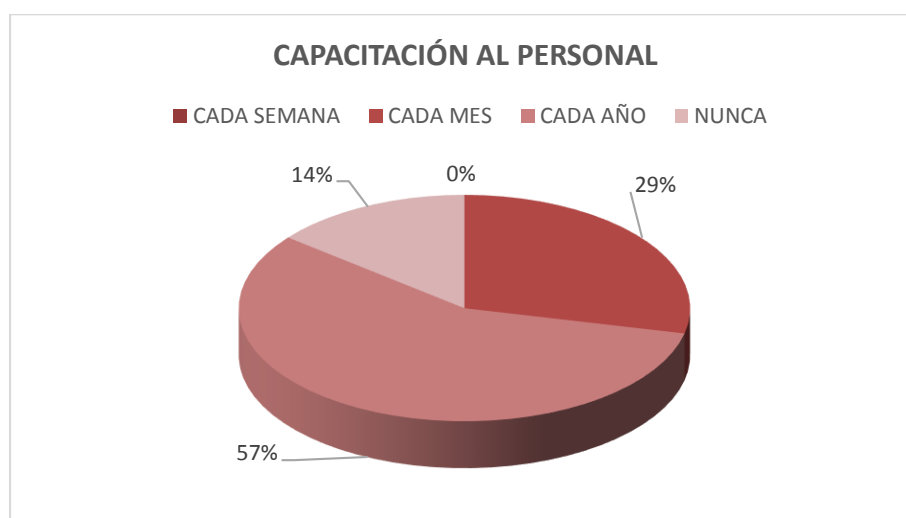
**Tabla 18.** Capacitación al personal

### ¿CAPACITA AL PERSONAL DE SU EMPRESA?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CADA SEMANA	0	0,00%
CADA MES	6	28,57%
CADA AÑO	12	57,14%
NUNCA	3	14,29%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 20.** Capacitación al personal

**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 57% capacita a su personal cada año, el 29% capacita a su personal cada mes y el 14% no lo hace.

## INTERPRETACIÓN

En base al resultado obtenido por parte de las empresas de calzado consideran que las capacitaciones al personal la mayoría las realizan cada año ya que los costos que implican estas son muy altos, pero están conscientes de que una capacitación

forma parte primordial ya que de esta manera la empresa contaría con personal capacitado y productivo, y de esta forma todos los trabajadores tendrían conocimientos de cómo realizar de manera correcta su desempeño laboral, y esta ganaría mayor rentabilidad, mayor productividad, mejor imagen, toma de decisiones oportunas, entre otras.

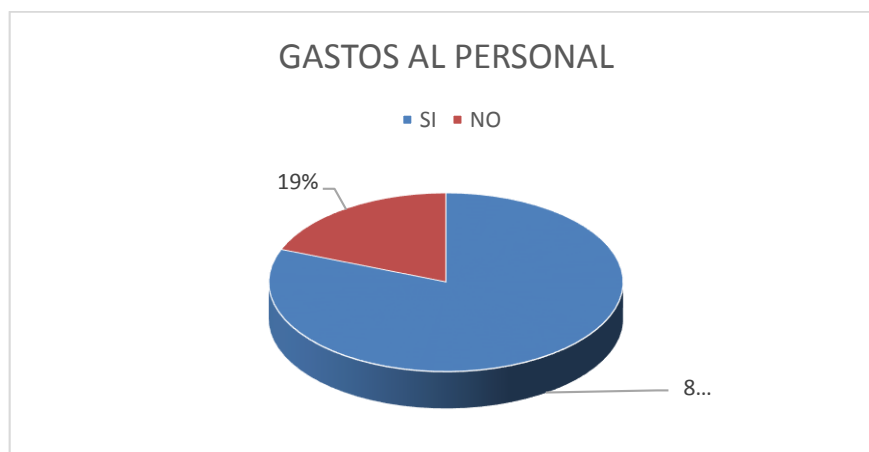
## PREGUNTA N° 8

**Tabla 19.** Gastos al personal

**¿DURANTE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS HA ASCENDIDO EL VALOR DE GASTOS AL PERSONAL?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	80,95%
NO	4	19,05%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 21.** Gastos al personal  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica se observa que el 81% de las empresas asumieron un incremento en los gastos de personal mientras que el otro 19% restante considera que no.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas del sector calzado asumen cada año incrementos en el gasto del personal lo que incurre en pago de sueldos y salarios así como también la aportación que hace la empresa a la seguridad social del cual cada empleado está obligado a recibir.

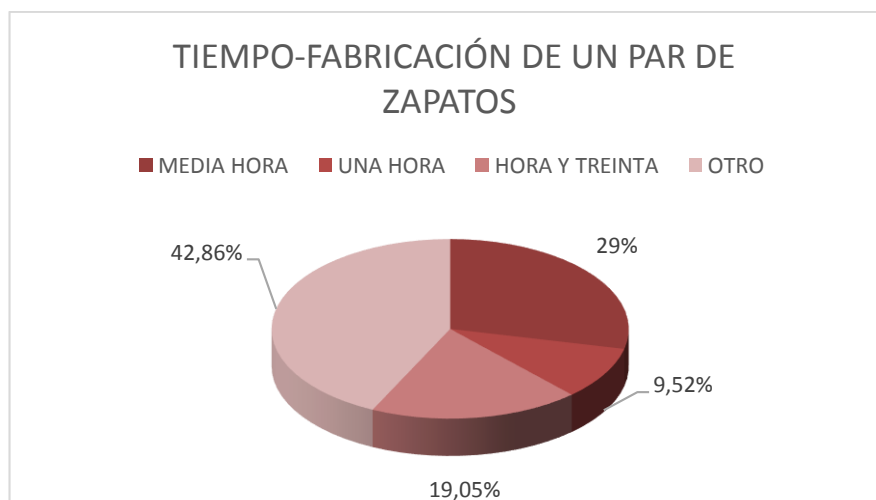
### PREGUNTA N° 9

**Tabla 20.** Tiempo-Fabricación un par de zapatos

**¿CUÁL ES EL TIEMPO QUE SE OCUPA EN LA FABRICACIÓN DE UN PAR DE ZAPATOS?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MEDIA HORA	6	29%
UNA HORA	2	9,52%
HORA Y TREINTA	4	19,05%
OTRO	9	42,86%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 22.** Tiempo-Fabricación de un par de zapatos  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)



## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 42,86 menciona que la fabricación de un par de zapatos depende del modelo y de las especificaciones por parte del cliente, el 29% menciona que se demora media hora, el 19% menciona que el tiempo de fabricación de un par de zapatos es de una hora y media, y el 9,52% afirma que la fabricación de un par de zapatos se demora una hora.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas de calzado asumen que el tiempo que toma la fabricación de un par de zapatos depende siempre del tipo de calzado (modelo) y según las especificaciones de cliente, con lo cual cumplen con los estándares establecidos y garantizan la fidelidad de su clientela.

## PREGUNTA N° 10

Tabla 21. Cadena de suministro-Innovación

### ¿QUÉ PARTE DE LA CADENA DE SUMINISTRO REQUIERE MAYOR INNOVACIÓN?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROVEEDORES	7	33,33%
PRODUCCIÓN	8	38,10%
COMERCIALIZACIÓN	5	23,81%
ADMINISTRATIVA	1	4,76%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

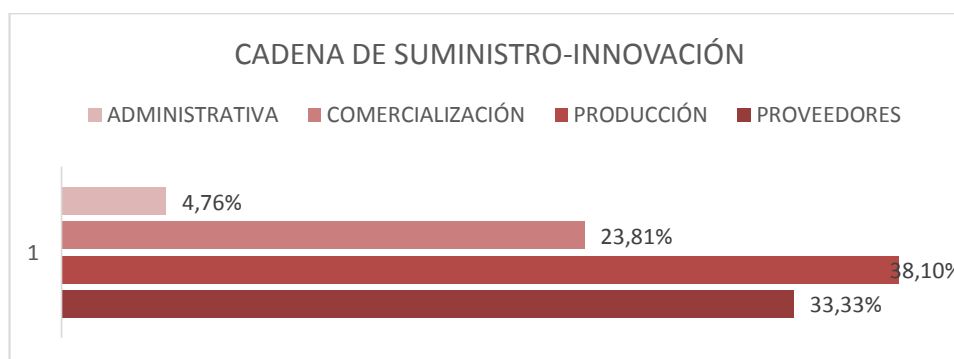


Gráfico 23. Cadena de suministro-Innovación  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 38% menciona que la parte de producción requiere mayor innovación; el 33% menciona los proveedores requieren innovación; el 23% menciona que la parte de comercialización requiere innovarse mientras que el 4% restante menciona que el ámbito administrativo requiere de innovación.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas de calzado asumen que innovar su cadena de suministro es uno de sus objetivos principales considerando que cada fase necesita un porcentaje de innovación, aunque el principal problema que tienen las empresas es con su producción al no contar con todos los recursos necesarios para incrementar su productividad lo que puede darse porque su personal no es frecuentemente capacitado, además por parte de sus proveedores porque algunas empresas traen sus insumos y materia prima fuera del país lo que conlleva un atraso en la entrega del mismo por la demora que este asume, y otras porque considera que sus proveedores deberían tener materia prima de calidad para que el resultado sea un producto excelente y que cumpla con los requisitos del departamento de producción y más que nada con las expectativas del consumidor final.

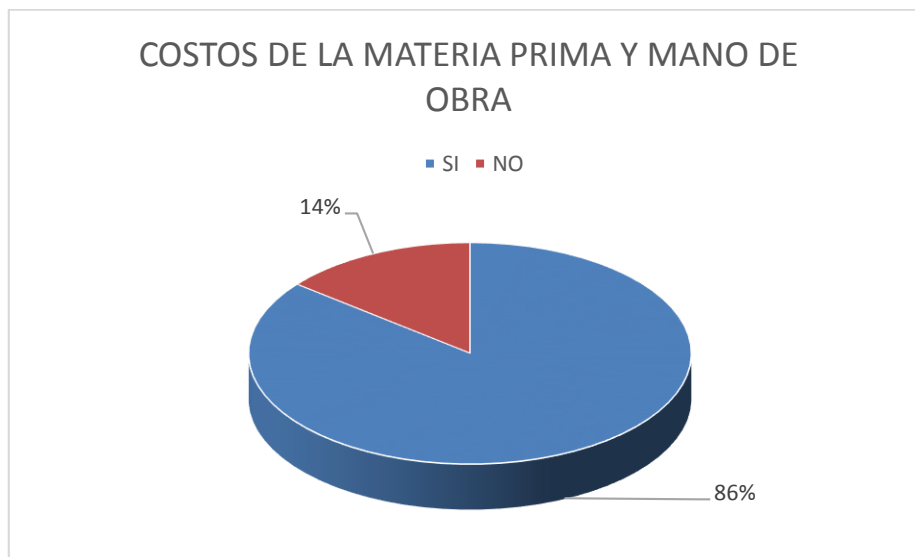
## PREGUNTA N° 11

**Tabla 22.** Costos-Materia prima-Mano de obra

### ¿LOS COSTOS DE MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA SON ACCESIBLES PARA EL PRODUCTOR?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	85,71%
NO	3	14,29%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 24.**Costos-Materia prima-Mano de obra  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2014)

## **ANÁLISIS**

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 86% menciona que los costos de la materia prima y mano de obra si son accesibles para el productor, mientras que el 14% restante afirman que no pueden adquirirlas porque el costo es muy alto.

## **INTERPRETACIÓN**

Con el resultado obtenido las empresas de calzado concuerdan que si no pueden acceder al costo de la materia prima y más que nada de la mano de obra simplemente no producirían y a pesar de que el costo representa valores altos buscan la manera para adquirirlos y poner en marcha su actividad.

## PREGUNTA N° 12

Tabla 23. Manuales-Fabricación del calzado

**¿ESTÁ DE ACUERDO EN QUE DEBEN EXISTIR MANUALES SOBRE EL PROCESO Y PROCEDIMIENTO DE LA FABRICACIÓN DEL CALZADO?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	21	100,00%
Casi Siempre	0	0,00%
En Ocasiones	0	0,00%
A veces	0	0,00%
Nunca	0	0,00%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

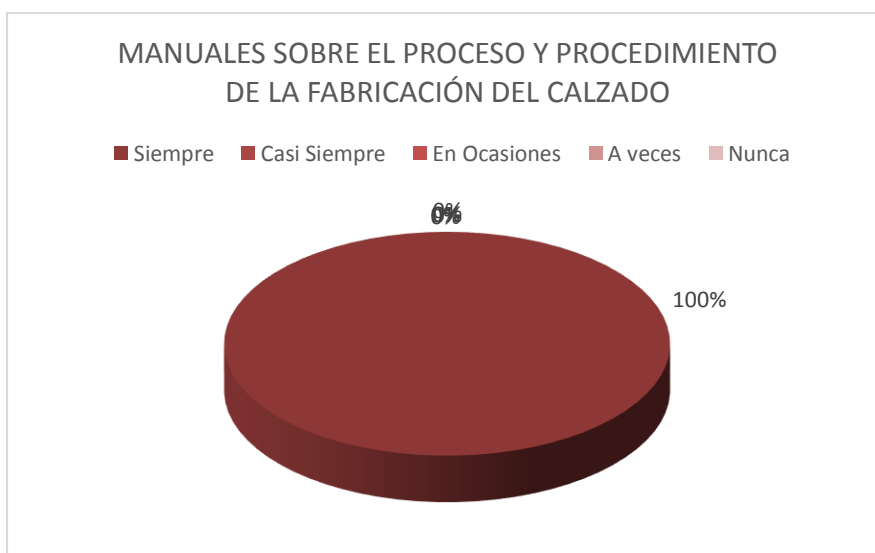


Gráfico 25. Manuales-Fabricación del calzado  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 100% está de acuerdo en que siempre debe existir un manual sobre el proceso y procedimiento en la fabricación del calzado.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas de calzado concuerdan que debe existir un manual sobre el proceso y el procedimiento de la fabricación del calzado lo que ayudaría de manera significativa a que se reduzca el tiempo en la elaboración del producto y más que nada que el personal de las empresas estén capacitadas para desempeñar de mejor manera sus funciones.

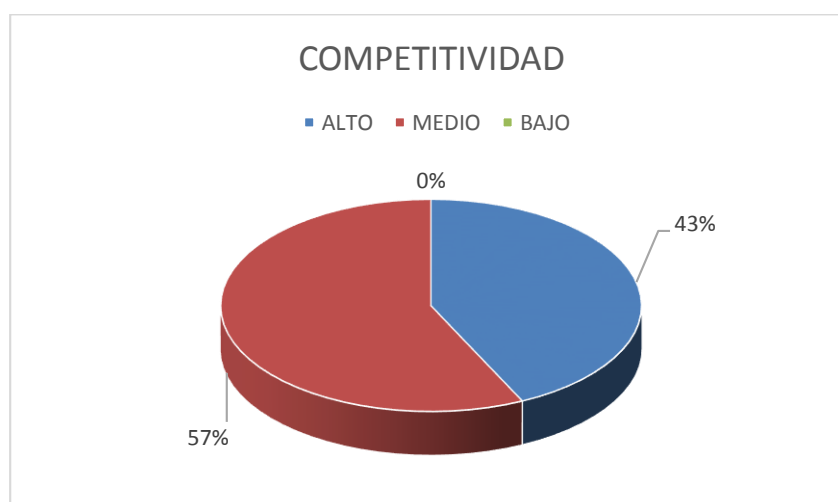
## PREGUNTA N° 13

**Tabla 24.** Competitividad

**¿CUÁL ES EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE SU EMPRESA?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	9	42,86%
MEDIO	12	57,14%
BAJO	0	0,00%
TOTAL	21	100,00%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 26.** Competitividad  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 57% consideran que su competitividad tiene un nivel medio, el 43% considera que su nivel de competitividad es alto.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas de calzado asumen que el nivel de competitividad al que se enfrentan día a día es una competencia desleal ya que muchos talleres ofrecen al mercado productos con bajos precios y con materiales de baja calidad lo que ocasiona que el consumidor opte por dicho producto considerando que el precio es menor, para lo cual debe existir un modelo de competitividad que ayude a que todas las empresas se manejen bajo los mismos estándares de calidad.

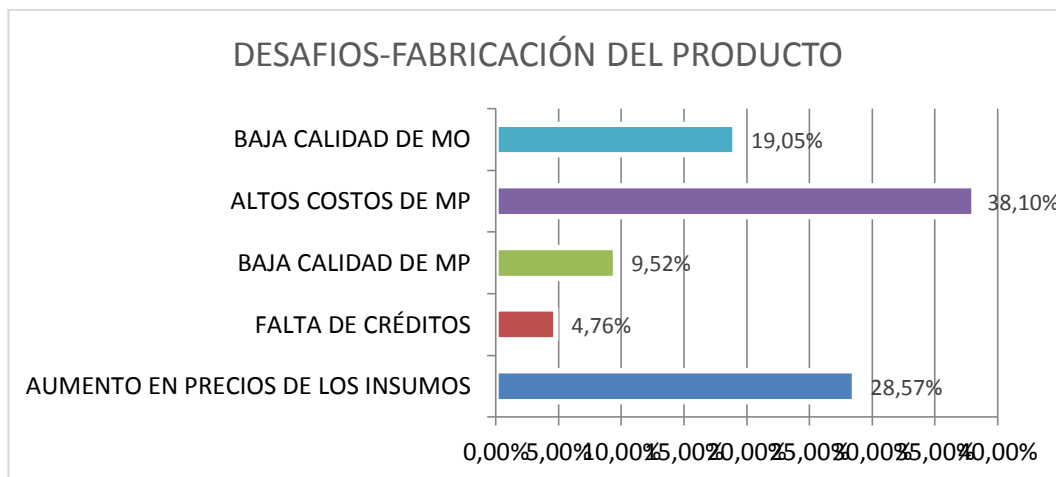
## PREGUNTA N° 14

**Tabla 25.**Desafíos-Fabricación del producto

### ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL DESAFÍO QUE ENFRENTA SU EMPRESA EN LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CALZADO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AUMENTO EN PRECIOS DE LOS INSUMOS	6	28,57%
FALTA DE CRÉDITOS	1	4,76%
BAJA CALIDAD DE MP	2	9,52%
ALTOS COSTOS DE MP	8	38,10%
BAJA CALIDAD DE MO	4	19,05%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 27.** Desafíos-Fabricación del producto  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 38% considera como principal desafío al que se enfrenta su empresa en la fabricación del calzado son los altos costos en la materia prima; el 28% menciona que es el aumento de precios en los insumos; el 19% menciona que es la baja calidad de la materia prima, otro 9% menciona que es la baja calidad en su mano de obra y el 5% restante menciona que la falta de créditos por parte de instituciones financieras afectan directamente al desenvolvimiento de su negocio.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas de calzado mencionan que los desafíos que enfrentan en la fabricación del calzado básicamente son los altos costos en la materia prima y el aumento de precios en los insumos porque la mayoría de ellos provienen fuera del país y por ende el precio llega a ser elevado lo que provoca que las empresas no puedan acceder fácilmente a la compra de estas.

## PREGUNTA N° 15

Tabla 26. Desempeño del negocio-Productividad

**¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ITEMS AFECTAN AL DESEMPEÑO DE SU NEGOCIO Y POR ENDE A SU PRODUCTIVIDAD LABORAL?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONTRATACIÓN DE PERSONAL POCO CALIFICADO	3	14,29%
UTILIZACIÓN DE MP DE BAJA CALIDAD	5	23,81%
ESCAZA SEGURIDAD EN LAS CONDICIONES DE TRABAJO	4	19,05%
RESTRICCIONES EN LAS HORAS DE TRABAJO	2	9,52%
ATRASO DE ENTREGA DE MP POR PARTE DE PROVEEDORES	7	33,33%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Carrera, F. (2015)

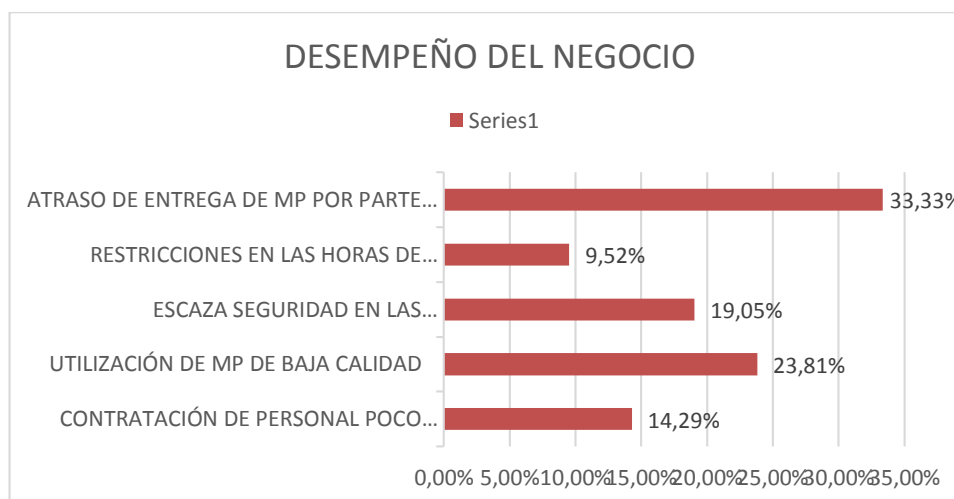


Gráfico 28. Desempeño del negocio-Productividad laboral

Elaborado por: Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 33,33% menciona que el atraso de entrega de materia prima por parte de los proveedores afecta al desempeño de su negocio y por ende a su productividad laboral; el 23,81% menciona que la utilización de materia prima de baja calidad afecta al desempeño de su negocio y por ende a su productividad laboral, 19,05% menciona que la escasa seguridad en las condiciones de trabajo



afecta al desempeño de su negocio y por ende a su productividad laboral; el 14,29% la contratación de personal poco calificado afecta al desempeño de su negocio y por ende a su productividad laboral y finalmente un 9,52% mencionan que las restricciones en las horas de trabajo afectan su negocio y por ende su productividad laboral.

## **INTERPRETACIÓN**

Con el resultado obtenido las empresas de calzado mencionan que la principal causa que afecta directamente afecta la productividad laboral y por ende el desempeño del negocio es el atraso de entrega de materia prima por parte de los proveedores puesto que los adquieren del exterior y su actividad productiva depende de este factor al ciento por ciento.

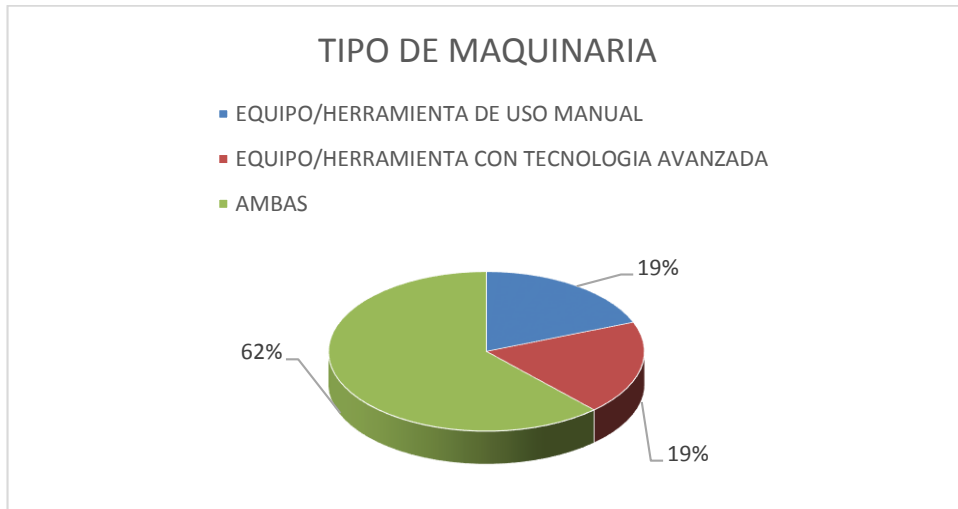
## **PREGUNTA N° 16**

**Tabla 27.** Tipo de maquinaria

**¿CON QUÉ TIPO DE MAQUINARIA Y/O EQUIPO CUENTA PRINCIPALMENTE SU EMPRESA PARA LLEVAR A CABO EL PROCESO PRODUCTIVO?**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>EQUIPO/HERRAMIENTA DE USO MANUAL</b>	4	19,05%
<b>EQUIPO/HERRAMIENTA CON TECNOLOGIA AVANZADA</b>	4	19,05%
<b>AMBAS</b>	13	61,90%
<b>TOTAL</b>	21	100,00%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 29.** Tipo de maquinaria  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 62% cuenta con equipos y herramientas de uso manual y cuentan con tecnología avanzada, el 19% menciona que solo posee equipos y herramientas de uso manual mientras que el otro 19% restante posee equipos y maquinarias con tecnología avanzada.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas de calzado mencionan que es necesario contar con herramientas de uso manual y herramientas tecnológicas ya que la fusión de ambas provoca un mejor desenvolvimiento en la producción, fabricación y comercialización del producto, es decir los procesos de producción son más cortos y de esta manera se optimizan tiempos.

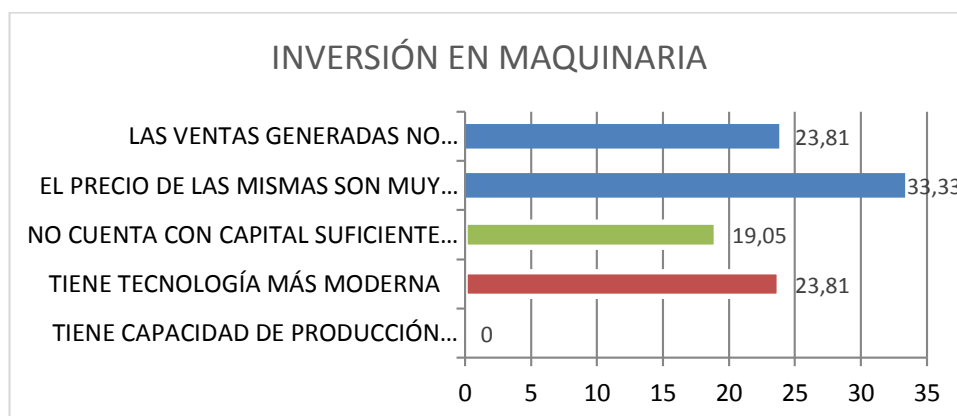
## PREGUNTA N° 17

**Tabla 28.**Inversión en maquinaria

**¿DE LAS SIGUIENTES OPCIONES CUAL CONSIDERA QUE AFECTA DIRECTAMENTE A LA INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y/O EQUIPOS EN CUANTO A SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TIENE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN EN EXCESO	0	0
TIENE TECNOLOGÍA MÁS MODERNA	5	23,81
NO CUENTA CON CAPITAL SUFICIENTE PARA COMPRARLA	4	19,05
EL PRECIO DE LAS MISMAS SON MUY ALTOS	7	33,33
LAS VENTAS GENERADAS NO JUSTIFICAN A DICHA INVERSIÓN	5	23,81
<b>TOTAL</b>	21	100,00

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 30.**Inversión en maquinaria  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 33,33% mencionan que directamente lo que afecta a la inversión en maquinaria y/o equipo es que el precio de las mismas son muy altos, el 23,81% cuentan ya con maquinaria de punta, el 23,81% mencionan que sus ventas generadas no justifican una inversión en maquinaria nueva y el 19,05% no cuenta con el capital suficiente para comprar nueva y mejor maquinaria.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido las empresas de calzado mencionan que para adquirir nueva maquinaria y/o equipo se requiere de un fuerte capital para adquirirlas y de esta manera cubrir el alto costo que representa invertir en su compra y mejorar el proceso productivo y por ende aumentar los niveles de productividad.

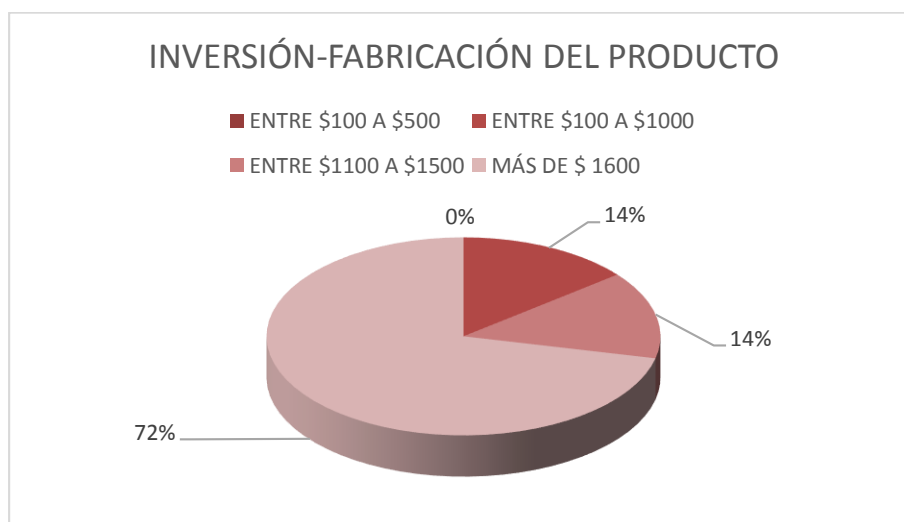
### PREGUNTA N° 18

**Tabla 29.** Inversión –Fabricación del producto

**¿CUÁNTO INVIERTE MENSUALMENTE EN LA FABRICACIÓN DE SU PRODUCTO?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ENTRE \$100 A \$500	0	0,00%
ENTRE \$600 A \$1000	3	14,29%
ENTRE \$1100 A \$1500	3	14,29%
MÁS DE \$ 1600	15	71,43%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 31.** Inversión –Fabricación del producto  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 72% invierte mensualmente en la fabricación de su producto más de \$ 1600, el 14% invierte entre \$600 a \$ 1000 y el otro 19 % invierte en su producto entre \$1100 a \$ 1500.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido se determina que las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización del calzado invierten mensualmente una cantidad acorde a los requerimientos del producto con lo cual buscan distinguir a su producto de la competencia dándole un valor agregado que genere captación del mercado y aceptación del producto logrando así un aumento de las ventas.

## PREGUNTA N° 19

Tabla 30. Ventas

¿HAN SUBIDO LAS VENTAS EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	71,43%
NO	6	28,57%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

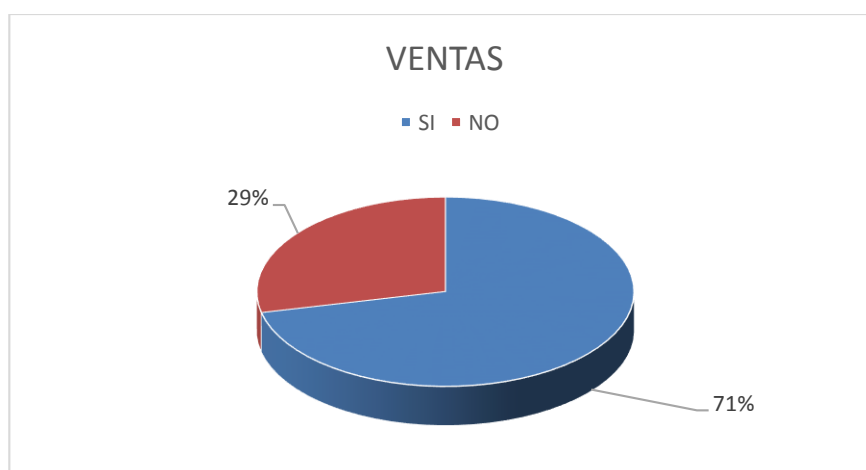


Gráfico 32. Ventas  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 71% afirman que si aumentaron las ventas mientras que el 29% restante afirma que no.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido se determina que las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización del calzado la mayoría de empresas afirman que existe un aumento en las ventas lo que confirma que a pesar de la competencia desleal existente en el mercado su producto cumple con los requerimientos y exigencias de la demanda al contar con estándares de calidad y valor agregado y como resultado se obtiene que estas empresas están posicionadas ya en el mercado y en la mente del consumidor, mientras que las empresas que afirman que no mencionan que han tenido estabilidad en sus ventas, es decir estas se han mantenido durante los últimos periodos.

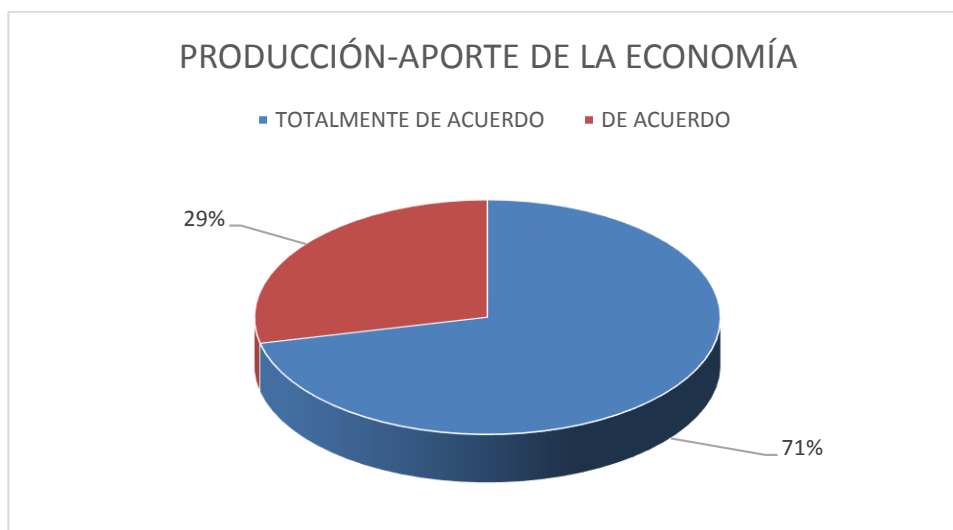
## PREGUNTA N° 20

**Tabla 31.** Producción-Aporte a la economía

**¿CONSIDERA QUE LA PRODUCCIÓN DEL CALZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO APORTA AL INCREMENTO DE LA ECONOMÍA?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	71,43%
NO	6	28,57%
<b>TOTAL</b>	21	100,00%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 33.** Producción-Aporte a la economía  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 71% mencionan que están totalmente de acuerdo de que la producción de calzado en la ciudad de Ambato aporta al incremento de la economía mientras que el 29% afirma que no existe un crecimiento en la economía del cantón en cuanto al sector calzado se refiere.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido se determina que la industria de la manufactura aporta al PIB un porcentaje considerable lo que provoca que las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización del calzado que se encuentran dentro de esta industria fomenten la producción y el consumo nacional generando incrementos en la economía del Cantón por medio del aumento de la productividad a través del empleo (con trabajadores que desempeñan correctamente sus labores y aplican estrategias de mejora continua para conseguir la eficiencia) y así ser considerada como la tercera actividad económica del Cantón.

## PREGUNTA N° 21

Tabla 32. Programas-CALTU

**¿CONSIDERA QUE LOS PROGRAMAS REALIZADOS POR LA CÁMARA DE CALZADO DE TUNGURAHUA (CALTU) HAN APORTADO AL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y POR ENDE A LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	28,57%
CASI SIEMPRE	7	33,33%
ALGUNAS VECES	4	19,05%
NUNCA	4	19,05%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

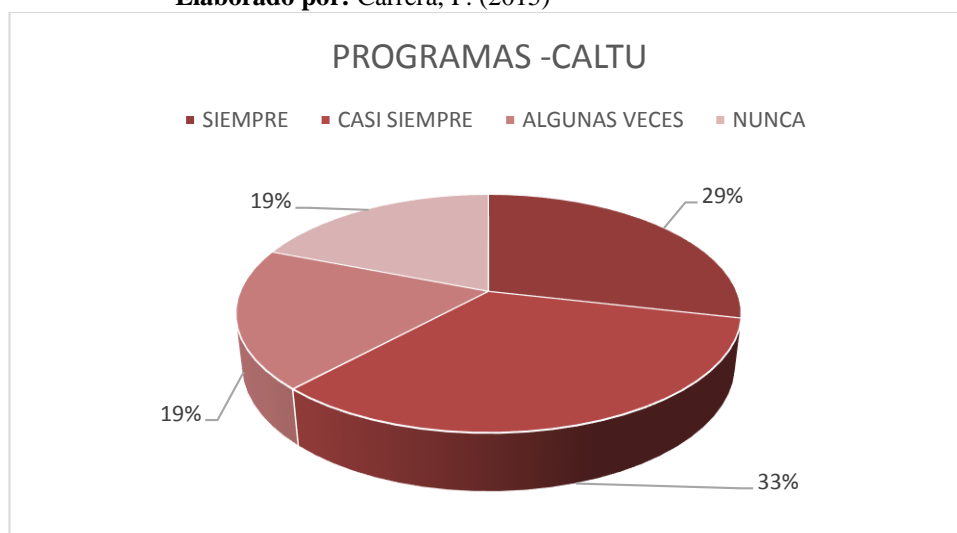


Gráfico 34. Programas-CALTU  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 33% está afirma que los programas realizados por la CALTU si aportan al incremento de la productividad y por ende a la competitividad, el 29% considera que casi siempre estos programas aportan un incremento en su productividad mientras que el 19% considera que algunas veces las ayuda y el 19% restante menciona que nunca les favorece estos programas de la CALTU.



## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido se determina que las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización del calzado han sido de cierta manera beneficiadas con los programas que realiza la Cámara de Calzado de Tungurahua cuyo objetivo es capacitar y brindar asistencia técnica a los empresarios y de esta manera conseguir mejorar su producto en cuanto a diseño, moda, innovación y estilo, focalizando estrategias de ventas, marketing, entre otras.

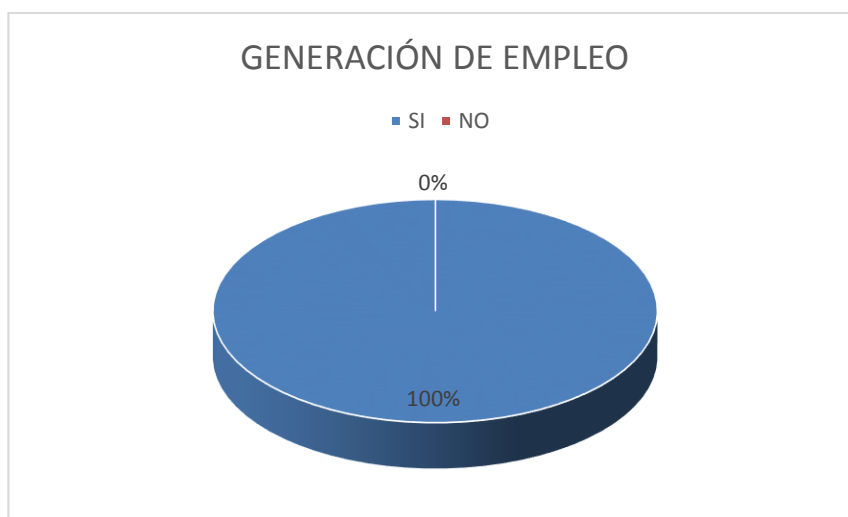
## PREGUNTA N° 22

**Tabla 33.** Generación de empleo

**¿SU EMPRESA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS GENERO EMPLEO EN EL CANTÓN?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	100,00%
NO	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	21	100,00%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)



**Gráfico 35.** Generación de empleo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## ANÁLISIS

De las 21 empresas de calzado encuestadas y de acuerdo a los datos de la tabla y la gráfica el 100% menciona que generó empleo en el Cantón.

## INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido se determina que las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización del calzado generan empleo en la ciudad de Ambato por lo que se considera que el sector del calzado ayuda de manera significativa al aporte de la economía al generar empleo y mantener estándares de productividad elevados.

### 4. 2. VERIFICACION DE HIPÓTESIS

Una vez que se aplicó la encuesta al Departamento de Producción de cada una de las empresas de calzado se procede a la verificación de hipótesis mediante el estadístico T-Student, porque la muestra es pequeña (21 datos), y determinara la relación entre las variables.

#### 4.2.1. Planteo de hipótesis

##### a) Modelo Lógico

**H<sub>0</sub>:** La productividad de las PYMES en el sector calzado no incide en el crecimiento económico del Cantón Ambato.

**H<sub>1</sub>:** La productividad de las PYMES en el sector calzado si incide en el crecimiento económico del Cantón Ambato.

##### b) Modelo Matemático

**H<sub>0</sub>:** P1 = P2

**H<sub>1</sub>:** P1 ≠ P2

##### c) Modelo Estadístico

$$t = \frac{P1 - P2}{\sqrt{(\hat{p} * \hat{q}) - \left(\frac{1}{n^1} + \frac{1}{n^2}\right)}}$$



Al 95% de confianza y con 40 grados de libertad, el valor de t-student está entre  $\pm 2,0211$ ; es decir que se acepta la hipótesis nula  $H_0$ , si t-student (calculado) es mayor que t-student (tabulado) se acepta la hipótesis  $H_1$ .



Figura 1.T-Student

Elaborado por: Carrera, F. (2015)

### Preguntas de selección para la verificación de la hipótesis

#### VARIABLE INDEPENDIENTE

#### PREGUNTA N° 15

Tabla 4.15. Desempeño del negocio-Productividad

**¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ITEMS AFECTAN AL DESEMPEÑO DE SU NEGOCIO Y POR ENDE A SU PRODUCTIVIDAD LABORAL?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONTRATACIÓN DE PERSONAL POCO CALIFICADO	3	14,29%
UTILIZACIÓN DE MP DE BAJA CALIDAD	5	23,81%
ESCAZA SEGURIDAD EN LAS CONDICIONES DE TRABAJO	4	19,05%
RESTRICCIONES EN LAS HORAS DE TRABAJO	2	9,52%
ATRASO DE ENTREGA DE MP POR PARTE DE PROVEEDORES	7	33,33%
TOTAL	21	100,00%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

## VARIABLE DEPENDIENTE

### PREGUNTA N° 20

**Tabla 4.20.** Producción-Aporte a la economía

**¿CONSIDERA QUE LA PRODUCCIÓN DEL CALZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO APORTA AL INCREMENTO DE LA ECONOMÍA?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	71,43%
NO	6	28,57%
TOTAL	21	100,00%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

#### 4.2.3. Calculo T-student:

$$P1=21/21= 1$$

$$P2=15/21= 0.71$$

$$\hat{p} = \frac{21+15}{42} = 0.85 \hat{q} = 1-0.85 = 0.15$$

$$t = \frac{1 - 0.71}{\sqrt{(0.85)(0.15)\left(\frac{1}{21} + \frac{1}{21}\right)}}$$

$$t = \frac{0.29}{\sqrt{(0.1275)(0.095238095)}}$$

$$t = \frac{0.29}{\sqrt{0.012142857}}$$

$$t = \frac{0.29}{0.110194632}$$

$$t = 2.6317(t\text{-calculada})$$

Si t-student calculada es de 2,6317 es mayor que t-student tabulada 2,0211 se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.



**Figura 2.** T-Student  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

### **Conclusión-Comprobación de hipótesis**

Como el valor de t-student calculada es de 2.6317 está fuera de la zona de aceptación comprendida entre los límites  $\pm 2,0211$ , en consecuencia se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, “La productividad de las PYMES en el sector calzado si incide en el crecimiento económico del Cantón Ambato”, comprobando de esta manera que existe la necesidad de plantear alternativas de solución al problema.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- ✓ Como el valor de t-student calculada es de 2.6317 está fuera de la zona de aceptación comprendida entre los límites  $\pm 2,0211$ , en consecuencia se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, “La productividad de las PYMES en el sector calzado si incide en el crecimiento económico del Cantón Ambato”, comprobando de esta manera que existe la necesidad de plantear alternativas de solución al problema.
  
- ✓ En el análisis que se realizó mediante las encuestas y en base a los factores que afectan directamente a la competitividad de las pymes del sector calzado del Cantón Ambato se concluyó que existe una competencia desleal ya que la creación desmedida de talleres de calzado ofrecen al mercado productos con bajos precios y con materiales de baja calidad lo que ocasiona que el consumidor opte por dicho producto considerando que el precio es menor, para lo cual debe existir un modelo de competitividad que ayude a que todas las empresas se manejen bajo los mismos estándares de calidad y la fijación de precios de acuerdo al producto final.
  
- ✓ Es importante mencionar que existe una relación directamente proporcional entre el crecimiento económico y la productividad de una empresa lo que quiere decir que en los últimos 5 años las empresas de calzado han aportado de manera positiva al crecimiento del Cantón con la generación de empleo.

## 5.2. Recomendaciones

- ✓ Es necesario aplicar un modelo de competitividad para fortalecer la participación de la pymes en el crecimiento económico del cantón Ambato con el fin de mejorar la productividad de las empresas y por ende incrementar las ventas mediante un esquema de mejora continua y procesos de toma de decisiones acertadas ante la aplicación de nuevas y mejores estrategias.
- ✓ Se recomienda realizar capacitaciones al personal de manera continua para que este adquiera nuevos y mejores conocimientos y se desempeñe de mejor manera en sus actividades, demostrando que puede tomar decisiones acertadas ante algún problema que se presente.
- ✓ Es recomendable también establecer un manual sobre el proceso y el procedimiento de la fabricación del calzado lo que ayudaría de manera significativa a que se reduzca el tiempo en la elaboración del producto y más que nada que el personal de las empresas tengan conocimiento en todas las áreas de producción.
- ✓ Así como también mantener registros de inventarios para tener un control sobre los insumos, materia prima y la mercadería que ingresa o sale de bodega.
- ✓ Finalmente es indispensable que las empresas implementen estrategias de acuerdo a las debilidades que poseen para fortalecer su actividad, pero más que nada que las cumplan, de igual manera hacer una planificación para la provisión de insumos y materia prima ya que dentro del país no existen en su totalidad y evitar atrasos en la entrega del mismo.



## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. DATOS INFORMATIVOS**

##### **6.1.1. Tema de la propuesta**

Modelo de competitividad para fortalecer la participación de la pymes del sector calzado en el crecimiento económico del cantón Ambato aplicado a la empresa JCH. Marcell

##### **6.1.2. Institución Ejecutora**

Las instituciones ejecutoras para este proyecto de investigación son: Las Pymes de calzado del Cantón Ambato en especial la empresa JCH. Marcell

##### **6.1.3. Beneficiarios**

Los beneficiarios de esta propuesta son: Las Pymes de calzado del Cantón Ambato, (empresarios, empleados, clientes), en especial la empresa JCH. Marcell.

##### **6.1.4. Ubicación**

Provincia de Tungurahua-Cantón Ambato

##### **6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución**

El tiempo estimado para la ejecución de esta propuesta será partir del mes de Julio del 2015 a Diciembre del 2015.

##### **6.1.6. Equipo técnico responsable**

Personal de la empresa JCH. Marcell, la Tutora del proyecto de investigación y mi persona.

### **6.1.7. Costo**

El costo estimado es de \$ 1500

## **6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

El análisis de la investigación evidencia que existe competencia desleal por parte las empresas de calzado al utilizar materia prima e insumos de baja calidad lo que provoca una reducción en el precio del producto y de esta manera no todas las empresas tienen el mismo nivel de apertura al mercado, por lo cual se recomienda la aplicación de un modelo de competitividad focalizando estrategias y políticas para el mejoramiento de este problema.

La mayoría de las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de calzado afirman también que existe un atraso en la adquisición de su materia prima puesto que gran parte de ella depende de la entrega puntual de proveedores del exterior, de igual manera mencionan que los gastos financieros por parte de estas empresas son muy altos lo que impide que se innove la mayor parte de la maquinaria con la que cuentan y se capacite al personal en las diferentes áreas de trabajo para un mejor desempeño laboral.

El diseño de un modelo de competitividad es un instrumento que servirá para fortalecer la participación de la pymes en el crecimiento económico del cantón Ambato, el modelo impulsara el diseño de productos de calidad mediante la correcta utilización de sus recursos y establecer estrategias que permitan formar alianzas entre empresas fortaleciendo sus ventajas competitivas e incrementando de esta manera su productividad, sus ingresos por ventas y la segmentación del mercado.

De acuerdo al análisis de Barquero (2003) citado por Saavedra. M,(2012, pág. 97) “se creía que la pyme contribuía al desarrollo económico solamente mediante la creación de empleo, una distribución más equitativa del ingreso y la expansión de actividades productivas y generadoras de ingreso en aquellas áreas alejadas de las grandes ciudades”.

De esta manera se puede mencionar que no solo captan pequeños porcentajes en la participación de mercado sino hoy en día fomentan gran expansión gracias a las iniciativas y estrategias aplicadas en el estudio de mercado, fomentando principios empresariales, son entes que también aportan al PIB de un Cantón de manera significativa gracias a incrementos de la productividad, generan empleo, pero que también presentan ciertos puntos negativos como no contar con suficiente capital para inversión en maquinarias, personal capacitado, infraestructura, innovación entre las más destacadas.

### **6.3. JUSTIFICACIÓN**

La aplicación de un modelo de competitividad permite visualizar el nivel de competencia empresarial de cada una de las empresas del sector calzado a través de un enfoque de calidad de los productos, el cual puede contribuir a mejorar sus estrategias porque constituye una guía directiva que fortalece el alcance de objetivos e impulsa al desarrollo de la empresa logrando un incremento de la productividad con una correcta utilización de recursos y el uso adecuado de ventajas competitivas. La realidad de las empresas de calzado es que no cuentan con este tipo de modelo por lo cual se lo desarrolla para que todas las empresas puedan responder de mejor manera las oportunidades y enfrente oportunamente los desafíos del entorno.

### **6.4. OBJETIVOS**

#### **6.4.1. Objetivo General**

Diseñar un modelo de competitividad para fortalecer la participación de las pymes del sector calzado en el crecimiento económico del cantón Ambato aplicado a la empresa JCH. Marcell.

#### **6.4.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación actual de las pymes del sector calzado en el Cantón Ambato e identificar las principales causas y plantear soluciones factibles.

- ✓ Aprovechar las ventajas competitivas de la empresa JCH. Marcell para superar sus desafíos ante el mercado.
- ✓ Promover técnicas de mejora en la productividad de calzado para obtener incrementos en el crecimiento económico a través de la competitividad.

## **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **6.5.1. Estudio de Mercado**

Es factible la propuesta puesto que existe gran participación de empresas de calzado en la ciudad de Ambato en donde ofertan su producto y los costos de materia prima y mano de obra son accesibles para el productor.

A través del modelo de competitividad se pretende que las empresas consigan ser más competitivas y productivas en el mercado y fortalecer la participación de las pymes de calzado en el crecimiento económico mediante un incremento en su productividad lo cual será factible si se cumplen con los requerimientos que presenta este modelo de acuerdo a las falencias que presente cada una de las empresas para que sean mejorados o puedan corregirse.

### **6.5.2. Estudio Técnico**

La propuesta planteada se enfoca en el diseño de un modelo de competitividad en donde las pymes de calzado aportan a esta iniciativa, para obtener resultados significativos es necesario que este proceso sea progresivo y a la vez continuo el mismo que debe ser aplicado directamente al área de producción y comercialización del calzado.

La aplicación del modelo de competitividad es un medio eficaz que impulsa el diseño de productos con excelencia en calidad a través de la correcta distribución de recursos y la capacidad de innovación que generen atracción por parte del cliente y por ende gane se fidelidad, en donde el principal alcance es ayudar a los empresarios a desarrollar modelos de negocio que generen valor a su s empresas.

### **6.5.3. Estudio Operativo**

Para la aplicación del modelo de competitividad es necesario que las empresas de calzado de la ciudad de Ambato se encuentren capacitadas para llevar a cabo el desarrollo de este modelo y en sí, considerar y aplicar esta propuesta, para la puesta en marcha de nuestra propuesta se cuenta con el apoyo de la empresa de calzado JCH. Marcell por lo cual la aplicación del proyecto de propuesta es factible operativamente.

### **6.5.4. Estudio económico-financiero**

El proyecto presentado debe demostrarse que es factible económicamente, por lo cual su subsistencia está enmarcado en el valor que destine la empresa JCH Marcel al modelo de competitividad puesto que este generara beneficios tanto para la parte administrativa así como para los trabajadores y clientes al mejorar puntos estratégicos mediante la propuesta de valor.

### **6.5.5. Estudio Legal**

El modelo de competitividad se fundamentara a través de la Ley Orgánica de Regulación y Control de poder de control de mercado cumpliendo con todos los requisitos.

### **6.5.6. Equidad de género**

La aplicación de esta propuesta representa también la equidad de género lo que implica que el derecho es un principio fundamental de esta manera hombres y mujeres podrán desempeñar cargos en las distintas áreas de la empresa JCH. Marcell y de esta manera generar confianza y oportunidad para desempeñar habilidades.

### **6.5.7. Estudio ambiental**

El presente proyecto investigativo también pretende reducir los niveles de desperdicio de materiales en la fabricación de calzado, el mismo que se

conseguirá al aplicar la propuesta antes mencionada, y logrando así protección del medio ambiente.

## **6.6. FUNDAMENTACIÓN**

En palabras de (Padilla, 2006) citado por Saavedra. M,(2012, pág. 99) “La competitividad está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse exitosamente en los mercados internacionales, entre otros”.

Solleiro y Castañón (2005) citado por Saavedra. M,(2012, pág. 101) señalan que la competitividad “es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales”.

Según Murillo (2009), citado por Zambrano, S. (2012, pág. 181)“la competitividad en las organizaciones implica procesos de transformación técnico-productivas orientadas hacia la gerencia del servicio, en donde el motor fundamental para realizar dichos cambios es la gestión del conocimiento”.

En base a las definiciones antes mencionadas se comprende que la competitividad de una empresa es el núcleo principal para que estas puedan posicionarse en el mercado a través de sus ventajas competitivas mediante la aplicación de métodos específicos para su producción garantizando niveles óptimos de productividad, rentabilidad, expansión, y porque no conseguir que sus productos puedan ser exportados.

## **6.7 METODOLOGÍA.MODELO OPERATIVO**

### **6.7.1. Fases de la Propuesta**

<b>FASE I</b>					
<b>ETAPA</b>					
Conocer la situación actual de las PYMES del sector calzado en la ciudad de Ambato					
<b>OBJETIVO</b>	<b>META</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS</b>
Determinar el impacto que tiene la productividad del sector calzado ante el crecimiento económico en la ciudad de Ambato	Identificar las causas que provocan una disminución en la productividad de las empresas de calzado	Recolección de información necesaria mediante la aplicación de encuestas	Investigadora	30 Días	Económicos Materiales Tecnológicos
<b>FASE II</b>					
<b>ETAPA</b>					
Elaborar un modelo de competitividad para las PYMES de calzado del Cantón Ambato					
<b>OBJETIVO</b>	<b>META</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS</b>
Mejorar la competitividad de las empresas de calzado fortaleciendo su productividad	Incrementar la competitividad y productividad de las empresas de calzado	Diseñar estrategias de competitividad	Investigadora	60 Días	Económicos Materiales Tecnológicos
<b>FASE III</b>					
<b>ETAPA</b>					
Ejecución del modelo de competitividad					
<b>OBJETIVO</b>	<b>META</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS</b>
Aplicar el modelo a la empresa JCH.Marcell	Comprobar si el modelo mejora la productividad de la empresa de calzado	Plan de mejora de la producción y calidad del producto Plan de mejora de innovación y desarrollo	Investigadora Empresas de Calzado	60 Días	Económicos Materiales Tecnológicos
<b>FASE IV</b>					
<b>ETAPA</b>					
Monitoreo y evaluación del modelo de competitividad					
<b>OBJETIVO</b>	<b>META</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS</b>
Comprobar los resultados obtenidos mediante la aplicación del modelo	Realizar evaluaciones cada semestre	Diagnosticar la implementación de estrategias Evaluar si existe un aumento de la productividad respecto a años anteriores	Empresas de calzado	Indefinido	Económicos Materiales Tecnológicos

**Tabla 34.** Fases de la Propuesta

## **FASE I**

**ETAPA:** Conocer la situación actual de las PYMES del sector calzado en la ciudad de Ambato.

**OBJETIVO:** Determinar el impacto que tiene la productividad del sector calzado ante el crecimiento económico en la ciudad de Ambato.

Para llevar a cabo la propuesta planteada como primer paso se procedió a la aplicación de una encuesta dirigida al departamento de producción de las empresas de calzado para conocer la situación actual de las mismas, en el estudio se pudo determinar que no todas estas empresas disponen de los recursos necesarios para llevar a cabo su actividad productiva entre las cuales están: capital para inversión en maquinaria y capacitaciones al personal, acceso a créditos, innovación y desarrollo en cuanto a procesos y diseño, de igual manera estas empresas mencionan que los principales desafíos que enfrentan en la fabricación del calzado básicamente son los altos costos en la materia prima, aumento de precios en los insumos, tecnología sofisticada e innovación de la cadena de suministro.

La materia prima e insumos que utilizan la mayoría de empresas de calzado proviene del exterior lo que provoca un atraso de entrega por parte de los proveedores y por ende esto afecta a su producción así mismo se determinó que no todas las empresas pueden acceder a la compra de las mismas por sus costos elevados. Lo que solicitan es que todas las empresas que se dedican a la fabricación de calzado adquieran materia prima e insumos de calidad de esta manera cumplir con estándares de calidad, confiabilidad, fijación de precios justos de esta manera podrá existir una competencia limpia.

Finalmente se puede mencionar que existe una relación directamente proporcional entre el crecimiento económico y la productividad de una empresa (hay crecimiento si existe un aumento en la capacidad productiva), lo que quiere decir que en los últimos 5 años las empresas de calzado han aportado de manera positiva al crecimiento del Cantón con la generación de empleo, aumento de la productividad, ingresos por venta.



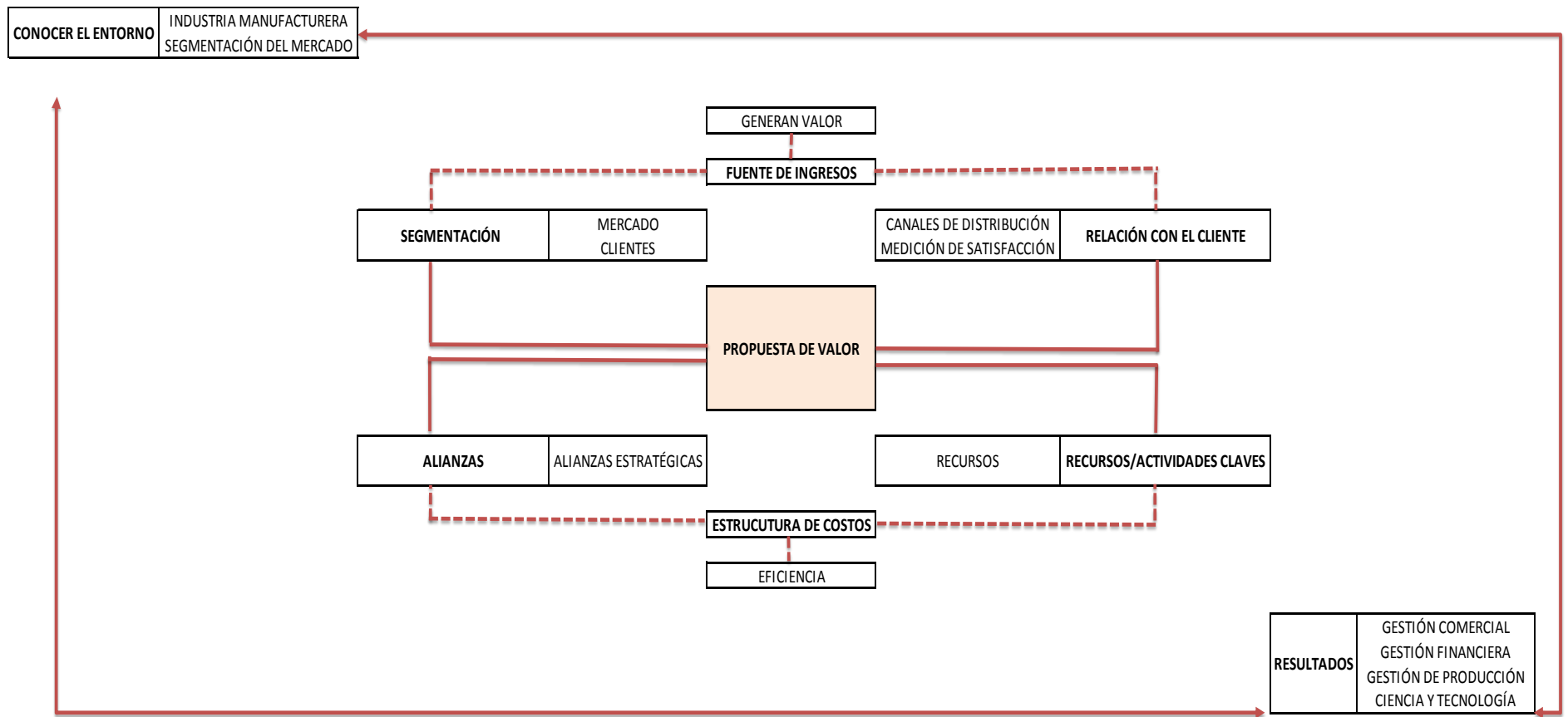
## **FASE II**

**ETAPA:** Elaborar un modelo de competitividad para las PYMES de calzado del Cantón Ambato.

**OBJETIVO:** Mejorar la competitividad de las empresas de calzado fortaleciendo su productividad.

Una vez que se conoce la situación actual de las empresas de calzado se han determinado cuáles son los factores que afectan su productividad, se procede a la elaboración de un modelo de competitividad cuyo objetivo principal es mejorar la competitividad de las empresas de calzado.

Esquema que se lo presenta a continuación:



**Figura 3. Modelo de Competitividad**  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

### **FASE III**

**ETAPA:** Ejecución del modelo de competitividad

**OBJETIVO:** Aplicar el modelo a la empresa JCH. Marcell

Una vez que se diseñó el modelo de competitividad se procede a la aplicación del mismo el cual está dirigido a la empresa de calzado JCH. Marcell.

#### **Diagnostico Competitivo de la Empresa JCH. Marcell**

##### **Visión**

Satisfacer las necesidades de los clientes, accionistas y trabajadores, a través de los productos y de la gestión de negocios, garantizando los más altos estándares de calidad, eficiencia y competitividad, con la mejor relación precio-valor, alta rentabilidad y crecimiento sostenido, contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y del desarrollo del país.

##### **Misión**

Ser una empresa líder en la producción y comercialización a nivel de la provincia para el año 2020. Estar orientados al mercado con una presencia predominante en el punto de venta con calidad y calidez, seleccionar y capacitar al personal con el fin de alcanzar los perfiles requeridos logrando su pleno compromiso con los valores de la empresa y ofrecer las mejores oportunidades de desarrollo.

##### **Políticas de la empresa**

Dentro de la aplicación de nuestro modelo es indispensable que la empresa se comprometa al cumplimiento de las políticas establecidas dentro de la misma, así como también debe ser compartida por todos los integrantes de la empresa puesto que es indispensable que cada uno conozca los lineamientos dentro de la organización.

## Análisis FODA

El análisis FODA de la empresa JCH. Marcell nos ayudara a determinar cuál es la situación de la misma y por ende fortalecer las falencias que esta tiene mediante la aplicación de nuevas y mejores estrategias.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✧ Maquinaria masiva</li><li>✧ Excelente ambiente de trabajo</li><li>✧ Trabajadores Capacitados</li><li>✧ Altos ingresos económicos</li><li>✧ Clientes fijos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✧ Alta demanda de calzado (sierra norte)</li><li>✧ Créditos para renovación de tecnología</li><li>✧ Nuevos proveedores</li><li>✧ Nueva tecnología</li><li>✧ Aceptación en el mercado nacional</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✧ Alta rotación de empleados</li><li>✧ Infraestructura pequeña</li><li>✧ Inseguridad para la fabrica</li><li>✧ Contratación de menores de edad</li><li>✧ Falta de implementos de seguridad para empleadores</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✧ Competencia agresiva</li><li>✧ Robos</li><li>✧ Fallo de maquinaria</li><li>✧ Elevación de precios de materia prima</li><li>✧ Inspectoría de trabajo</li><li>✧ Regulaciones de sueldos por el estado</li></ul>

**Figura 4.** FODA

**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

Para conocer la productividad de la empresa JCH. Marcell en el año 2014 se procedió a la aplicación de las fórmulas de productividad con la información proporcionada por la misma.

### PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA JCH. MARCELL

PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA			
AÑO	MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA	PRODUCCIÓN TOTAL
2014	86.400	57.600 (12trab)	221.184

Tabla 35. Productividad de la empresa

- **Productividad Total**

$$\text{PRODUCTIVIDAD TOTAL} = \frac{\text{Salidas}}{\text{Entradas}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD TOTAL} = \frac{221.184}{144.000} = 1.54$$

- **Productividad Parcial**

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{\text{Total producción}}{\text{Materia Prima}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{221.184}{86.400} = 2.5$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{\text{Total producción}}{\text{Mano de Obra}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{221.184}{57.600} = 3.8$$

- **Producción Laboral**

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{\text{Producción}}{\text{Número de Trabajadores}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{221.184}{12} = 17598.67$$

## **MODELO DE COMPETITIVIDAD PARA LA EMPRESA JCH. MARCELL**

Para el desarrollo del modelo de competitividad para fortalecer la participación de las pymes del sector calzado en el crecimiento económico del cantón Ambato principalmente se mencionan los principios con los que cuenta el modelo y posteriormente se detalla la estructura del modelo a seguir por las empresas de calzado especialmente en la empresa JCH. Marcell.

### **PRINCIPIOS**

#### **✓ Liderazgo Estratégico**

El papel del líder dentro de una empresa es anticipar pronósticos de acuerdo a la situación actual para conseguir un mejor desempeño mediante estrategias y propuestas de valor con el propósito de crear ventajas competitivas.

#### **✓ Enfoque al cliente**

Las empresas focalizan la elaboración de sus productos en base a los requerimientos de sus clientes por lo cual se caracterizan por cubrir sus necesidades generando confiabilidad mediante el valor agregado que añaden a sus productos.

#### **✓ Calidad total**

Las empresas competitivas sustentan su posicionamiento en base a los procesos de calidad los que garantizan la toma de decisiones acertadas que impulsan la mejora continua y la innovación de sus procesos y más que nada garantizan la compra y la fidelidad del cliente.

✓ **Innovación**

Las empresas competitivas enfatizan una cultura de innovación lo que implica que todos sus procesos, equipos, productos cuentan con nuevas y mejores ideas y prácticas lo que se refleja en el resultado obtenido (ganar imagen).

✓ **Alianzas Estratégicas**

Las alianzas estratégicas que aplican las empresas competitivas contribuyen valor mediante la potencialidad de capacidades, las mismas que pueden darse con clientes, proveedores, instituciones financieras y que mejor que con empresas del mismo sector productivo.

✓ **Responsabilidad empresarial**

Las empresas competitivas basan su crecimiento y desenvolvimiento respecto al alto desempeño por parte de todo el personal quienes dirigen su trabajo al cumplimiento de objetivos y metas y las empresas sustentan su comportamiento ante valores éticos que ayudan a su sustentabilidad económica, política y social.

## **BENEFICIOS**

Los beneficios que se ganarían al implantar el modelo de competitividad son los siguientes:

- Lograr ser competitivo en el mercado
- Aumentar la productividad de la empresa
- Mejorar la calidad del producto
- Mejorar la calidad del trabajo
- Incrementar los niveles de ingresos por ventas

**Diagnóstico de la empresa:**

PERFIL DE COMPETITIVIDAD				
FACTOR		NIVEL		
		1	2	3
GERENCIA	Entrenamiento del Personal			
	Planificación de Compra de Materia Prima			
	Conocimiento de las Funciones dentro de la Organización			
	Trabajar con base en Estrategias de Negocio			
MERCADO	Rapidez para Detectar Nuevas Tendencias en el Mercado			
	Reconocimiento de la Marca			
	Productos Diferenciados			
	Credibilidad en los Despachos			
	Alta Participación en el Mercado			
	Fijar Precios en Función del Costo			
CALIDAD	Implantación de Norma ISO			
	Materia Prima de Primera			
	Inspección Continua de Calidad del Producto Terminado			
	Empaque Adecuado para Proteger Calidad del Producto			
PRODUCTIVIDAD	Tecnología de Punta			
	Reducción Permanente de Costos de Operación			
	Mejoras en Productividad por Trabajador			
	Programa de Mantenimiento Preventivo			
AMBIENTE	Control de la Seguridad Sanitaria			
	Capacidad de Reducción de Desperdicios			
	Política Interna de Gestión Ambiental			

**Tabla 36.** Perfil de Competitividad

De acuerdo al perfil de competitividad de la empresa JCH. Marcell las debilidades que posee son:

- Trabajar con base en estrategias de negocio
- Reconocimiento de la marca
- Productos Diferenciado
- Tecnología de Punta
- Reducción permanente de costos de operación
- Mejoras en la productividad por trabajador
- Control de seguridad sanitaria
- Política interna de gestión ambiental



Por lo cual se presentan medidas que den solución a las falencias que presenta esta empresa y conseguir un mejoramiento en la actividad productiva del calzado y con esto incrementar la participación de mercado.

## **PROPUESTA DE VALOR**

Las empresas buscan segmentar el mercado mediante una propuesta de valor que lo único que pretende es garantizar la satisfacción y fidelidad del cliente, y más que nada busca posicionar a la empresa mediante sus productos. Es importante que las empresas mantengan en claro cuál es su propuesta de valor y como se diferencia de la competencia, determinar como la propuesta que implementan tiene como resultado aumento de la productividad y por ende crecimiento del negocio, a través de la innovación continua.

La propuesta de valor que genera la empresa JCH. Marcell está direccionada al cumplimiento de objetivos y el alcance de las metas propuestas, se basa en dos aspectos que son:

- **Oportunidad**

La empresa JCH. Marcell aprovecha las oportunidades del entorno captura nuevos mercados y de esta manera consigue clientes nuevos.

- **Confiabilidad**

La empresa JCH. Marcell exige que su personal sea eficiente y cumpla con sus funciones en el tiempo estimado para cada actividad.

Para detallar los componentes que complementan la propuesta de valor de la empresa se presentan principalmente los ítems que generan valor y son fuentes de ingresos:

1. **Segmentación del Mercado**

La empresa JCH. Marcell está segmentada en la parte Sierra Norte del país, la misma que se mantendrá durante la implementación de la propuesta, para lo cual se implantarán nuevas estrategias y se fortalecerán

las ya existentes para generar una propuesta de valor que llame la atención del cliente.

### **1.1 Estrategias-Mercado**

#### ✓ **Estrategia de penetración**

Se recomienda a la empresa fortalecer esta estrategia es decir ofertar el calzado ya existente (producto que se encuentra en stock) a un precio conveniente que el de la competencia a través de publicidad, promoción con el objetivo de:

- Persuadir a los clientes actuales a adquirir en mayor cantidad el producto
- Atraer a clientes de la competencia y,
- Persuadir a clientes no decididos a adquirir el producto y transformarlos en clientes frecuentes.

#### ✓ **Estrategia de desarrollo de mercado**

Esta estrategia está directamente enfocada a conquistar más clientes especialmente de segmentos de mercados a los que no se ha llegado aún.

#### ✓ **Estrategia de desarrollo del producto**

Innovar el diseño del calzado y garantizar comodidad y satisfacción al cliente.

### **1.2 Propuesta de Valor al Cliente**

Es indispensable definir la propuesta de valor al cliente, por lo cual se propone a la empresa JCH. Marcell determinar tres enfoques principales:

#### • **Liderazgo del Producto**

La empresa debe garantizar calidad y comodidad en el calzado que oferta al mercado.

#### • **Relación con el Cliente**

Generar vínculos con sus clientes para de esta manera ganar confianza y credibilidad conociendo gustos y preferencias.

- **Excelencia Operativa**

Proporcionar el producto a un precio cómodo y competitivo cubriendo los estándares de calidad del mismo.

Se presenta también la implementación de objetivos estratégicos:

- Incrementar la satisfacción del cliente
- Capacitar al personal de la empresa

## **2. Relación con los Clientes**

La fidelidad de un cliente se consigue mediante el trato, la comunicación, valores y principios que logran formar una relación amigable con el mismo e impulsa la lealtad, confianza y porque no la captación de nuevos clientes.

Se deben conocer las necesidades principales que demanda un cliente para poder cubrir con una demanda altamente exigente y cumplir al 100% con los requerimientos y expectativas del mismo, garantizando su lealtad mediante la calidad del producto e innovando al mismo cada vez que sea necesario.

### **2.1. Medición de la satisfacción del Cliente**

La satisfacción del cliente se mide principalmente por la calidad de atención (servicio al cliente) al momento de la compra y a través de la duración y calidad del producto.

Se propone a la empresa a implementar los siguientes puntos:

- Mantener interacción con el cliente antes durante y después del servicio, para garantizar su confiabilidad.
- Estrechar relaciones con las empresas que se mantiene relaciones comerciales y determinar cuántas de estas retornaron a adquirir el producto.

Esto permite a la empresa contar con un método de evaluación sobre sus clientes a través de las empresas que llevan directamente el producto al cliente final con el fin de diagnosticar como la propuesta de valor que brinda la empresa cubre las necesidades y satisfacción del cliente.

## **2.2.Canales de Distribución**

Los canales de distribución mediante el cual trabaja esta empresa es directamente con los puntos de venta con los cuales mantiene relaciones comerciales, y lo que se pretende es asumir que la entrega del producto llegue a su destino en el tiempo acordado, de igual manera que el mismo no presente falencias.

*Ahora se analizan los factores que generan costos para la empresa entre los que tenemos:*

## **3. Alianzas estratégicas**

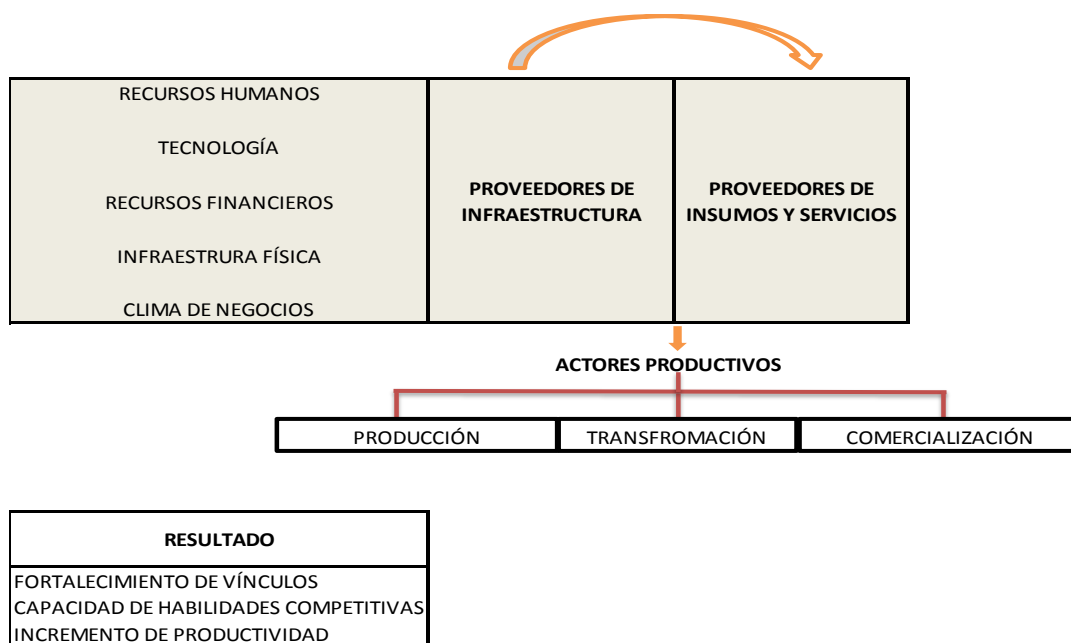
Es importante establecer alianzas estratégicas entre empresas del mismo del sector para determinar ventajas competitivas que no se logran conseguir individualmente.

Entre las cuales se menciona: el producto, el precio, la calidad, el diseño, el servicio; la empresa puede establecer alianzas con sus proveedores para que la entrega sea oportuna y los costos sean menores e incremente la calidad de los materiales.

Además de mantener convenios o alianzas con proveedores de insumos y materia prima para abaratar costos.

### **3.1.Clúster**

La agrupación de varias empresas que se asocian para mejorar de manera sinérgica su competitividad en busca de conseguir beneficios en común, por lo cual es necesario considerar el siguiente modelo:



**Figura 5.** Clúster  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

En donde la alianza con otra empresa del mismo sector productivo ayudaría a ser más fuerte frente a la competencia y cubrir las falencias que están poseen como diseño, innovación, procesos y potenciar el talento humano.

#### 4. Recursos/Actividades Claves

##### 4.1. Recursos

##### 4.1.1. Recurso Humano

Hace referencia al personal de la empresa y la motivación que reciban estos en el ambiente laboral.

Se recomienda que implementen programas de incentivos para el trabajador y de igual manera se implementen programas de capacitación.

##### 4.1.2. Recurso Físico

La empresa JCH. Marcell debe renovar sus equipos y maquinaria en el área de producción para optimizar tiempo y recursos en la fabricación del calzado.

#### **4.1.3. Recurso Material**

Comprar materia prima e insumos de alta calidad cumpliendo así con estándares de calidad del producto final.

#### **4.1.4. Recurso Económico**

La empresa JCH. Marcell debe acceder a créditos para la renovación de su maquinaria y para la compra de materiales e insumos necesarios para la fabricación de calzado.

A continuación se presentan las siguientes estrategias:

#### **Estrategia de Diferenciación**

Es importante implementar una estrategia de diferenciación, es decir brindar un producto con características diferente a su competencia, en donde su objetivo es ofrecer un servicio exclusivo, logrando estándares altos de calidad y confiabilidad de los clientes.

- La empresa aplicara esta estrategia al dotar de conocimiento y capacidades a los empleados al momento de la fabricación del producto utilizando materia prima de calidad.
- Implementar una página Web que permita fortalecer la publicidad del producto, la imagen de la empresa y por ende la calidad en el servicio.
- Utilización de maquinaria con tecnología sofisticada que ayude a la reducción del tiempo en la fabricación del calzado.
- Establecer precios mediante el nivel de competencia.

#### **Estrategia de Costos**

- Es importante reconocer la marca del producto y ajustar un precio de venta accesible al consumidor y cumplir con sus expectativas. Esta estrategia se basa en mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas pero para ello es impredecible la calidad, el servicio, la reducción de costos mediante una mayor experiencia.

## **4.2. Actividades**

### **4.2.1. Estrategias para el área de producción**

Se pudo determinar que el área de producción en JCH. Marcell requiere fortalecer la planificación y control en los procesos, por lo cual se presentan las siguientes estrategias que ayuden a cumplir y desempeñar de manera óptima los procesos de producción:

- Se debe realizar una revisión mensual sobre los procesos de producción para verificar su funcionamiento y de esta manera evitar retrasos, estancamientos y pérdida de tiempo por medio de la comprobación de falencias tanto a maquinaria como al personal de la empresa.
- Mantener una revisión minuciosa del producto final para detectar a tiempo posibles fallas antes de la salida del producto.
- Llevar un control de inventario de ingresos y egresos con el fin de controlar la cantidad de insumos y materia prima que ingresa a la empresa y la cantidad de mercadería que egresa de la bodega. (Ver Anexos).

### **4.2.2. Proceso de Contratación de Personal**

Es importante dentro de JCH. Marcell definir y describir las responsabilidades que cada puesto de trabajo tiene dentro del área laboral, de esta manera se tendrá en claro cuál es el perfil de la persona designada a ocupar el cargo disponible, en donde se analizara conocimientos, habilidades, destrezas y experiencia laboral, así determinar la remuneración y los beneficios acorde a las funciones establecidas.

Se deberá tomar en consideración:

- Crear un manual de funciones para cada área de trabajo
- Seleccionar el talento humano más idóneo para ocupar la vacante
- Capacitar al personal para potenciar capacidades y evaluar su desempeño

- Identificar las necesidades del personal, desarrollar estrategias y políticas para dar solución al problema en caso de ser necesario
- Proveer de información necesaria en cuanto a funciones, salarios, programas de capacitación
- Mantener al personal motivado para que desempeñe de mejor manera sus labores.

#### **4.2.3. Capacitación al personal de la empresa**

Es importante que el personal de la empresa JCH. Marcell este frecuentemente capacitado, para lo cual se debe ejecutar programas de capacitación al personal con el objetivo de ser competitivos y contar con personal apto para enfrentar situaciones extremas, buscar soluciones inmediatas y tomar decisiones oportunas.

Se deberá realizar actividades con la finalidad de impartir nuevos conocimientos y fomentar valores para el desarrollo personal y profesional de los trabajadores de la empresa. Al igual que impartir capacitaciones internas o externas conjuntamente con empresas de servicios que brindan capacitación especializada.

Las capacitaciones estarán orientadas a:

- Conocimiento del proceso, procedimiento y fabricación del producto.
- Manejo oportuno de maquinarias y equipos
- Atención al cliente
- Seguridad Industrial

#### **4.2.4. Motivación y Recompensa**

La empresa debe generar estímulos que guíen a los trabajadores a realizar sus funciones de manera más productiva, entre los cuales están:



- Contar con un procedimiento que sistematice y controle las actividades para el procesamiento y pago oportuno de sueldos y salarios al personal.
- Contar con un ambiente laboral apropiado es decir tener buena infraestructura, instalaciones amplias, baños limpios, sillas cómodas, ventilación para que los trabajadores se sientan cómodos y logren un mejor desempeño.
- Premiar una vez al año al trabajador más productivo con una bonificación extra por su labor para de esta manera incentivar a los demás trabajadores a ser mejor cada día.

A continuación se presenta una tabla que indica lo propuesto con anterioridad:

MEDIDA PROPUESTA	ASPECTO ESPERADO	RESPONSABLE		EJECUCIÓN	TIEMPO	COSTO ESTIMADO
		EJECUCIÓN	CONTROL	FRECUENCIA		
Capacitaciones al personal	Aumento de la productividad laboral	Recursos Humanos	Supervisor de Producción	1 vez al año	40H	\$ 3000
Programas de incentivo al personal	Aumento de la productividad laboral	Recursos Humanos	Gerencia	1 vez al mes	12 meses	\$ 1200

**Tabla 37.** Cronograma de Actividades  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## **FASE IV**

**ETAPA:** Monitoreo y evaluación del modelo de competitividad

**OBJETIVO:** Comprobar los resultados obtenidos mediante la aplicación del modelo.

Después de que se presentaron las estrategias para cada ámbito y de acuerdo a las falencias que posee la empresa se procede a comprobar si todo lo implementado con anterioridad genera valor y por ende aumenta la productividad de la empresa.

Para lo cual se realiza una proyección para el año 2015:

### **Datos**

Precio Unitario:	15
Costo Unitario:	8
Materia prima unitario:	3,13
Mano de obra unitario:	2,08

<b>NÚMERO TRABAJADORES</b>	<b>N.- PARES POR TRABAJADOR POR DIA</b>	<b>DIARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>PRODUCCION TOTAL ANUAL</b>	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL</b>	<b>VENTA TOTAL</b>	<b>UTILIDAD</b>
<b>2014-12</b>	10	115	2304	27648	\$ 221.184,00	\$ 414.720,00	\$ 193.536,00
<b>2015-12</b>	20	240	4800	57600	\$ 460.800,00	\$ 864.000,00	\$ 403.200,00

**Tabla 38.** Proyección de producción para el año 2015

**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

Con la implementación e innovación de nueva maquinaria y equipos en la empresa y con las capacitaciones la personal se pretende que la producción tienda a crecer. Los equipos y maquinarias reducen el tiempo de fabricación de un par de zapatos y una persona que conozca el manejo de las mismas y el proceso productivo ayudaría a que la producción de la empresa se incremente, en la proyección para el año 2015 se pretende que los mismos 12 trabajadores duplique su producción de pares de calzado consiguiendo de esta manera que se fabriquen 240 pares por día y una producción mensual de 4800 pares de zapatos con una producción anual de 57.600 pares de zapatos que representa \$ 864.000 en ventas.

Con los valores que se obtiene de la proyección para el año 2015 se implementan las fórmulas de productividad para conocer el resultado:

### PROYECCIÓN AÑO 2015

MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA	PRODUCCIÓN TOTAL
\$ 180.000,00	\$ 120.000,00	\$ 460.800,00

**Tabla 39.** Productividad de la empresa  
Elaborado por: Carrera, F. (2015)

- **Productividad Total**

$$\text{PRODUCTIVIDAD TOTAL} = \frac{\text{Salidas}}{\text{Entradas}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD TOTAL} = \frac{460.800}{300.000} = 1.54$$

- **Productividad Parcial**

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{\text{Total producción}}{\text{Materia Prima}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{460.800}{180.000} = 2.6$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{\text{Total producción}}{\text{Mano de Obra}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD PARCIAL} = \frac{460.800}{120.000} = 3.9$$

- **Producción Laboral**

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{\text{Producción}}{\text{Número de Trabajadores}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{460.800}{12} = 38.400$$

## RESULTADOS

### ✓ **Gestión Comercial**

La empresa JCH.Marcell deberá contar con una planificación comercial que le permita analizar e identificar puntos estratégicos a través del análisis sobre la situación interna y externa de la misma, determinación de objetivos comerciales, formulación de estrategias (implementación y control).

En donde se deberá:

1. Analizar su situación (mensualmente) en base a sus objetivos y acciones al igual que recursos y capacidades.
2. Analizar el mercado (comportamiento, tendencias, segmentación)
3. Analizar la competencia

Lo que se pretenderá es captar oportunidades y cubrir nuevo mercados, satisfacer al cliente y ganar su fidelidad en base al mejoramiento de puntos débiles que tiene la empresa que se alcanzarán con la aplicación del modelo propuesto.

### ✓ **Gestión Financiera**

Es importante que JCH. Marcell administre de manera óptima los recursos con los que cuenta para asegurar que estos serán suficientes para cubrir con gastos incurridos en cada actividad, y crear parámetros que determinen como se genera y se gasta el dinero en la entidad.

### ✓ **Gestión de Producción**

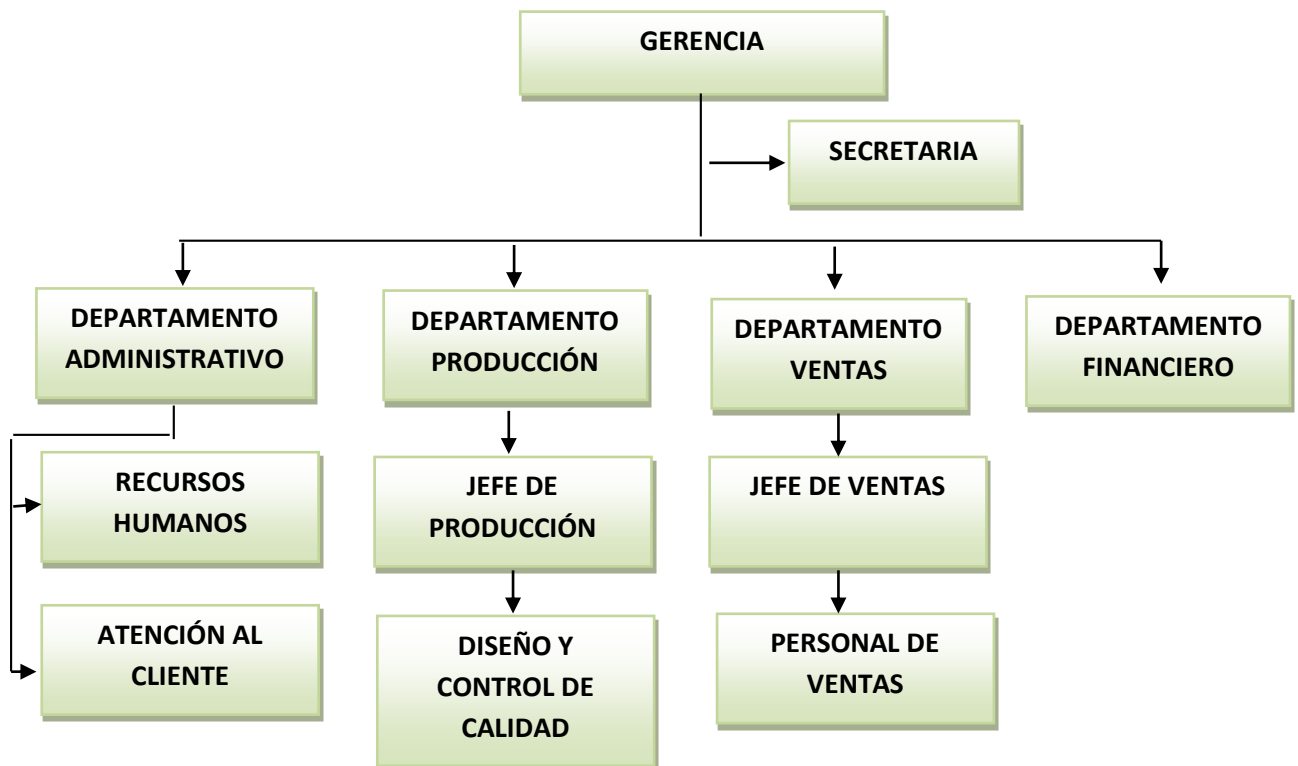
Las estrategias planteadas anteriormente fortalecerán la cadena de producción para lo cual se debe planificar, demostrar, ejecutar y controlar las diferentes áreas de trabajo para poder mejorar las actividades que son desarrolladas en la empresa JCH. Marcell.

## ✓ Ciencia y Tecnología

Las empresas competitivas enfatizan una cultura de innovación lo que implica que todos sus procesos, equipos, productos cuenten con nuevas y mejores ideas y prácticas lo que se refleja en el resultado obtenido (ganar imagen, posición, confiabilidad), a través de la innovación pueden crecer, acceder a un mercado mucho más amplio y global, y buscar y desarrollar nichos de mercado.

### 6.8. Administración

#### 6.8.1. Organigrama Estructural



## **6.8.2. Organigrama Funcional**

### **8.8.2.1. Funciones Gerencia**

- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de cada uno de los departamentos.
- Desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos
- Coordinar información con los departamentos administrativos para corroborar que se efectúen correctamente los registros y análisis.
- Mantener excelentes relaciones con el personal, clientes y proveedores para mantener un buen desempeño.
- Ser líder y enmarcar a todo el personal al crecimiento de la empresa con perspectivas a largo plazo, inyectando estrategias y políticas.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar al personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en todas las áreas y buscar soluciones inmediatas y correctas.

### **8.8.2.2. Funciones de Secretaria**

- Atención y servicio al cliente
- Hacer verificaciones periódicas a sus proveedores para verificar el cumplimiento del servicio.
- Redactar cartas, y demás documentos de las diferentes áreas de la empresa.
- Mantener un archivo con toda la documentación que se realice, ingrese.

### **8.8.2.3. Funciones del Departamento Administrativo**

#### **8.8.2.3.1. Recursos Humanos**

- Controlar políticas a seguir organizativamente con respecto a los RRHH de la organización.
- Responsable de planificar, organizar y verificar eficiencia en cada área.

- Coordinar programas de capacitación y entrenamiento al personal.
- Mantener un clima laboral acorde a la imagen de la empresa.
- Tener un control sobre los contratos del personal y velar por el bienestar de los trabajadores.

#### **8.8.2.3.2. Atención al Cliente**

- Establecer contacto con el cliente con el fin de realizar la venta del producto.
- Identificar las tendencias del cliente y asumir estrategias de atracción.
- Recepción de quejas/reclamaciones y su tramitación hasta darlas por cerradas satisfactoriamente.
- Coordinación con la logística para asegurar la entrega de sus esos productos o servicios.

#### **8.8.2.4. Departamento de Producción**

##### **8.8.2.4.1. Jefe de Producción**

- Coordinación en las fases de elaboración de los proyectos y prevención de riesgos.
- Revisar periódicamente el estado operativo de planta así como también el sistema de almacenamiento.
- Dirigir el uso de maquinaria y equipos en el desarrollo de la actividad garantizando excelentes condiciones de trabajo y que estas sean seguras y evitar riesgos laborales.
- Sugerir las medidas que considere oportunas en el ámbito de trabajo para mejorar la calidad, seguridad y eficiencia en el mismo.

#### **8.8.2.5. Departamento de Ventas**

##### **8.8.2.5.1. Función del jefe de ventas**

- Investigación de mercados nuevos



- Calcular la demanda y pronosticar las ventas, así como también delimitar la selección y capacitación a vendedores.
- Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas y monitorear cada detalle de la venta.
- Delimitar espacios de mercado, establecer cuotas de ventas y definir los estándares de desempeño.

#### **8.8.2.5.2. Funciones del personal de ventas**

- Establecer relaciones fuertes con el cliente y la empresa
- Contribuir a soluciones de problemas e integrarse a actividades de mercadotecnia
- Realizar seguimientos de consumo del cliente y establecer estrategias de captación.

#### **8.8.2.6. Funciones del Departamento Financiero**

- Planear y analizar estados financieros
- Determinar estructura de activos de la empresa
- Fijar la estructura del capital

### **6.9. Previsión de la Evaluación**

<b>PREGUNTAS</b>	<b>PLAN DE EVALUACIÓN</b>
1. ¿Quiénes serán evaluados?	La empresa JCH. Marcell para conocer si se implementan estrategias de mejora continua
2. ¿Por qué evaluar?	Para determinar que los recursos económicos y el tiempo utilizado para la ejecución de la propuesta sea el acertado
3. ¿Para qué evaluar?	Conocer si los resultados obtenidos está de acuerdo con lo planificado en la propuesta
4. ¿Qué evaluar?	El cumplimiento de cada una de las fases y el nivel de productividad de la empresa
5. ¿Quién evalúa?	El coordinador del proyecto
6. ¿Cómo evaluar?	Mediante los indicadores de productividad

**Tabla 40.** Previsión de la evaluación  
**Elaborado por:** Carrera, F. (2015)

## BIBLIOGRAFÍA

- Felsinger , E., & Runza, P. (Septiembre de 2002). *Productividad: Un Estudio de Caso en un Departamento de Siniestros*. Obtenido de Productividad: Un Estudio de Caso en un Departamento de Siniestros: [http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2002/Felsinger\\_MADE.pdf](http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2002/Felsinger_MADE.pdf)
- Albornoz, V. (2014). Artículo I El sector público en Ecuador en el período 2000-2011. *VALOR AGREGADO-Revista para la Docencia de Ciencias Economicas y Administrativas en el Ecuador*, 15.
- Araque, W. (Enero de 2012). *Las PyME y su situación actual*. Obtenido de Las PyME y su situación actual: [http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las\\_PyME\\_y\\_su.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf)
- Arenas Montalvo, C., Trujillo Calderón , A., & Gallejo Saffark, D. (2001). *FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA SOBRE INDICADORES DE GESTIÓN EN PRODUCTIVIDAD HUMANA BASADA EN PROCESOS*. Obtenido de FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA SOBRE INDICADORES DE GESTIÓN EN PRODUCTIVIDAD HUMANA BASADA EN PROCESOS: <http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/3222/1/131944.pdf>
- Argüelles Vélez, M., & Benavides González, C. (2008). Conocimiento y crecimiento económico: una estrategia para los países en vías de desarrollo. *Revista de Economía Mundial*, 65-77.
- Barberousse, P. (Diciembre de 2007). *FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL PENSAMIENTO COMPLEJO DE EDGAR MORIN*. Obtenido de FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL PENSAMIENTO COMPLEJO DE EDGAR MORIN.
- Bayas Moscoso, R., & Cisneros Martínez, M. (Septiembre de 2013). *Análisis de la competitividad del sistema manufacturero de calzado en el cantón Cevallos*. Obtenido de Análisis de la competitividad del sistema manufacturero de calzado en el cantón Cevallos.
- Becker, F. (s.f.). La función innovadora de l empresario en el crecimiento económico. *Mediterráneo Económico* 21, 25-35. Obtenido de La función innovadora de l empresario en el crecimiento económico.
- Bonilla, E. (Octubre de 2012). *LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCTIVIDAD COMO COMPONENTE DE LA COMPETITIVIDAD*. Obtenido de LA

IMPORTANCIA DE LA PRODUCTIVIDAD COMO COMPONENTE  
DE LA COMPETITIVIDAD:  
<http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/Observatorio%20de%20la%20economia%20latinoamericana-Oct-2012.pdf>

Bracho , M. (Abril de 2006). *Supervisión escolar y desempeño laboral de los docentes en el nivel inicial*. Obtenido de Supervisión escolar y desempeño laboral de los docentes en el nivel inicial:  
<http://200.35.84.131/portal/bases/marc/texto/9217-06-00078.pdf>

Brito Hernández, S. (Diciembre de 2010). *Productividad y Crecimiento Económico: El caso de Guatemala 1970-2008*. Obtenido de Productividad y Crecimiento Económico: El caso de Guatemala 1970-2008:  
[http://www.economia.puc.cl/docs/tesis\\_sbrito.pdf](http://www.economia.puc.cl/docs/tesis_sbrito.pdf)

Calva Poma, S. (Septiembre de 2010). *Guía para el uso de herramientas propietarias y de libre difusión en la evaluación de redes*. Obtenido de Guía para el uso de herramientas propietarias y de libre difusión en la evaluación de redes.

Cámara de Industria de Tungurahua. (s.f.). *ESTUDIO SECTORES TEXTIL-CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO Y METALMECANICO*. Obtenido de [http://issuu.com/gialrod/docs/estudio\\_-\\_estadisticas\\_tungurahua](http://issuu.com/gialrod/docs/estudio_-_estadisticas_tungurahua)

Capó, J. (16 de Marzo de 2004). Obtenido de <http://www.panzertuppen.org/2011/economia/mh013.pdf>

Carro Paz, R., & Gonzáales Gómez, D. (s.f.). *Productividad y Competitividad*.

CEPAL, SEGIB, CAF, & OCDE. (2014). *Perspectivas Económicas para América Latina*. Obtenido de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/2/51612/Perspectivaseconomicas2014.pdf>

Días Tipán, M. (Enero de 2013). *PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA NARANJA (CITRUS AURANTIUM) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011*. Obtenido de PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA NARANJA (CITRUS AURANTIUM) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011:  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>

Ekos. (2013). PYMES: CONTRIBUCIÓN CLAVE DE LA ECONOMIA. *Ekos*, 35.

- Fernández Nogales, Á. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Graue Russek, A. (2009). *Fundamentos de Economía*. México: Pearson Educación,S.A.deC.V.
- Gregory, P. (2002). *Fundamentos de Economía*. México: Compañía Editorial Continental.
- Guarino, N. (1998). *Formal Ontology and Information Systems*. Italia : IOS Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrera , L., Medina, A., & Naranjo , G. (2004). *Tutoría de la investigación Científica*. Dimerino.
- Ildelfonso Grande, E. (2005). *Análisis de Encuestas*. Madrid: ESIC.
- INEGI. (2012). *Cálculo de los índices de productividad laboral y del costo unitario de la mano de obra*. Obtenido de Cálculo de los índices de productividad laboral y del costo unitario de la mano de obra.
- INFOECONOMÍA. (6 de Octubre de 2012). *Análisis Sectorial*.
- Inversiones, I. d. (2014). *Textiles y Confecciones-Cuero y Textiles*. Obtenido de Textiles y Confecciones-Cuero y Textiles: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textiles/#tab2>
- Jaramillo Echeverri, L. (2003). *¿Qué es Epistemología? Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Jimenez, E. M. (2002). *Nuevos Enfoques teóricos, evolución de las políticas regionales e impacto territorial de la globalización*. *Serie Gestión pública*, 19.
- Lalama, F. N. (2010). *Agenda de Productividad y Competitividad de Tungurahua*. Ambato: Virtual Design AP&D.
- Larraín, F., & Sachs, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. España: PEARSON EDUCATION S.A.
- Larroultel, C., & Mochón, F. (1995). *Economía*. Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA S.A.

- M.Fuentes, C., & Arón Fuentes, N. (2004). *Desarrollo económico en la frontera norte de México: de las políticas nacionales de fomento económico a las estrategias de desarrollo económico local*. Obtenido de Desarrollo económico en la frontera norte de México: de las políticas nacionales de fomento económico a las estrategias de desarrollo económico local: <http://www.redalyc.org/pdf/282/28211507.pdf>
- Mankiw, G. (2008). *Principios de Economía*. EDITEC.S.A. DE C.V.
- Marco, P. (Enero de 2013). *ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y SUS DETERMINANTES EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL ECUADOR EN BASE AL CENSO ECONÓMICO*. Obtenido de ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y SUS DETERMINANTES EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL ECUADOR EN BASE AL CENSO ECONÓMICO: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5710/2/TFLACSO-2013MAPC.pdf>
- Marco, P. (Enero de 2013). *ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y SUS DETERMINANTES EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL ECUADOR EN BASE AL CENSO ECONÓMICO*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5710/2/TFLACSO-2013MAPC.pdf>
- Marín Calad, A., & Hurtado Rendón, Á. (Abril de 2007). *Productividad y crecimiento económico Colombia 1950-2002*. Obtenido de Productividad y crecimiento económico Colombia 1950-2002.
- Martha Olivia, R. (2011). *Perfil Sectorial Calzado*. Obtenido de Perfil Sectorial Calzado: <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/1574/Perfil%20Sectorial%20de%20Calzado.pdf>
- Medina Fernández de Soto, J. (2010). Modelo integral de productividad, aspectos importantes para su implementación. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 110-119.
- Medina Vásquez, J., & Ortegón, E. (Septiembre de 2006). *Manual de prospectiva y Manual de prospectiva y teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe*. Obtenido de Manual de prospectiva y Manual de prospectiva y teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe: <http://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/3/27693/manual51.pdf>
- Melero Aguilar, N. (Diciembre de 2011). *El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad*

*social: Un análisis desde las ciencias sociales.* Obtenido de institucional.us.es:  
[http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art\\_14.pdf](http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art_14.pdf)

Melero, N. (17 de Diciembre de 2011). *El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad social: un análisis desde las ciencias sociales.* Obtenido de [http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art\\_14.pdf](http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art_14.pdf)

Mena López, D. (Noviembre de 2013). *REDISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES Y MEJORAMIENTO DEL FLUJO DE PRODUCCIÓN PARA OPTIMIZAR LA PRODUCTIVIDAD DE CALZADO DEPORTIVO EN LA EMPRESA FORTECALZA CIA.LTDA.* Obtenido de REDISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES Y MEJORAMIENTO DEL FLUJO DE PRODUCCIÓN PARA OPTIMIZAR LA PRODUCTIVIDAD DE CALZADO DEPORTIVO EN LA EMPRESA FORTECALZA CIA.LTDA.:  
[http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/5842/Tesis\\_t845id.pdf?sequence=1](http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/5842/Tesis_t845id.pdf?sequence=1)

Méndez Rodríguez, M., & Astudillo Mora, M. (2008). *La Investigación en la Era de la Infomación: Guía para realizar la Bibliografía y fichas de trabajo.* México: Trillas.

México, P. E. (2009).

Ministerio de la Producción, Empleo y competitividad. (Mayo de 2011). *Agenda para la ransformación productiva territorial-Provincia de Tungurahua.* Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>

Miranda Jorge, & Toirac, L. (2010). INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD PARA LA INDUSTRIA DOMINICANA. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 248.

Naranjo , M., & Burgos, S. (2010). *Boletín mensual de Análisis Sectorial de MYPYMES N°1.* Obtenido de Sector Calzado: <http://www.flacsoandes.edu.ec/ciepymes/media/boletines/01.pdf>

Paredes Balladares, E. (2010). *Modelo de Gestión de Producción y su incidencia en las Ventas de la Empresa la Raíz del Jeans del Cantón Pelileo.* Obtenido de Modelo de Gestión de Producción y su incidencia en las Ventas de la Empresa la Raíz del Jeans del Cantón Pelileo:

<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1529/170%20Ing.pdf?sequence=1>

Parkin, M. (2009). *Economía Octava Edición*. México: PEARSON EDUCACIÓN, México, 2009 .

Parkin, M., & Loría, E. (2006). *Microeconomía*. México: Pearson.

Parra Murillo, L. E. (2005). *Epistemología de las Ciencias*. Santa Clara.

Peréz Pardo, J. (s.f.). *Modos de desarrollo y modos de producción*. Obtenido de Modos de desarrollo y modos de producción.

Pineda Cando, M. (eNERO de 2013). *ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y SUS DETERMINANTES EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL ECUADOR EN BASE AL CENSO ECONÓMICO*. Obtenido de ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y SUS DETERMINANTES EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL ECUADOR EN BASE AL CENSO ECONÓMICO.

Pineda Cando, M. (Enero de 2013). *Análisis de la Productividad y sus determinantes en el sector de la construcción del Ecuador en base al censo económico*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5710/2/TFLACSO-2013MAPC.pdf>

Pineda, M. (Enero de 2013). *ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y SUS DETERMINANTES EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DEL ECUADOR EN BASE AL CENSO ECONÓMICO*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5710/2/TFLACSO-2013MAPC.pdf>

PROECUADOR. (Junio/Julio de 2014). *Boletín de Comercio Exterior*.

PROECUADOR. (2014). *Textiles y Confecciones*. Obtenido de Textiles y Confecciones: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textiles/#tab2>

Red de Censos de Reflexion Estrategica de Oportunidades de la Innovacion. (s/f). *INTRODUCCION A LA PRODUCTIVIDAD*. Obtenido de INTRODUCCION A LA PRODUCTIVIDAD: <http://www.femeval.es/informesymanuales/Documents/i-CREO%20INTRODUCCION%20A%20LA%20PRODUCTIVIDAD/files/introduccion%20a%20la%20productividad.pdf>



- Saavedra García, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme atinoamericana. *Pensamiento y gestión* , 95-124.
- Salgado González, S. (2012). *LA FILOSOFÍA DE ARISTÓTELES*. Obtenido de LA FILOSOFÍA DE ARISTÓTELES: <http://guindo.pntic.mec.es/ssag0007/filosofica/aristoteles-duererias.pdf>
- Sánchez, M., García, D., & López, F. (2009). La influencia de los efectos espaciales en el crecimiento de la productividad de la PYME. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 1-23.
- Serrano, P. (2004). *Introducción a la Metodlogía de la Investigación* . Madrid.
- Sión de Josse, V. (Agosto-Septiembre de 2012). *País Productivo*. Obtenido de País Productivo: [http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/PAIS\\_PRODUCTIVO\\_1.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/PAIS_PRODUCTIVO_1.pdf)
- Tamayo y Tamayo. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: EDITORIAL LIMUSA. S.A. DE C.v.
- Tristán Muniz, R. (Marzo de 2005). *ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD DEL DEPARTAMENTO DE PLANTAS METROQUÍMICA TULA S.A DE C.V*. Obtenido de [http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/1862/1/1040\\_2005\\_ESCAST\\_MAESTRIA\\_Tristan\\_Muniz\\_Roberto.pdf](http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/1862/1/1040_2005_ESCAST_MAESTRIA_Tristan_Muniz_Roberto.pdf)
- Vicente, A., & Herrero, S. (2014). Docencia de Ciencias Económicas y Administrativas en el Ecuador. *Valor Agregado*, 132.
- Zambrano Vargas, S. (2012). La competitividad en los sectores manufacturero y de servicios-Estudio de caso. *Criterio Libre*, 177-192.

# ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

CARRERA DE ECONOMIA

ENCUESTA DIRIGIDA AL ESTUDIO DE LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR CALZADO Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL CANTÓN AMBATO

**OBJETIVO:** IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO A TRAVÉS DE LA PRODUCTIVIDAD DEL SECTOR CALZADO DE LAS PYMES DE AMBATO

**INSTRUCCIONES:** LEA DETENIDAMENTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS Y MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE SER LA MÁS OPORTUNA. SE SOLICITA ESCOGER SOLO UNA OPCIÓN

**DATOS INFROMATIVOS**

EMPRESA PEQUEÑA  MEDIANA

**CUESTIONARIO**

1. **¿A qué segmento cubre su producto?**  
Alto  Medio  Bajo
2. **¿Qué tiempo tiene su empresa en el mercado?**  
Entre 1-3 años  Entre 4-6 años  Más de 6 años
3. **¿Su empresa posee normas de calidad?**  
Siempre  Casi Siempre  En Ocasiones  A veces  Nunca
4. **¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa actualmente?**  
1 a 10  de 10 a 20  más de 20
5. **¿Cuál es el promedio de edad de las personas que son contratadas?**  
Entre a 18 y 25 años   
Entre 25 y 35   
Mayor a 35
6. **¿De acuerdo a su criterio y según la edad, que trabajadores considera son los más productivos?**

	Mucho	Medianamente	Poco	Nada
Entre 18 y 25 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entre 25 y 35 años	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mayores a 35	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. **¿Capacita al personal de su empresa?**  
Cada semana  Cada Mes  Cada año  Nunca
8. **¿Durante los últimos 5 años ha ascendido el valor de los gastos de personal?**  
Si  No
9. **¿Cuál es el tiempo que se ocupa en la fabricación de un par de zapatos?**  
Media Hora  Una hora  Hora y treinta  Otro  especifique \_\_\_\_\_
10. **¿Qué parte de la cadena de suministro requiere mayor innovación?**  
Proveedores  Producción  Comercialización  Administrativa
11. **¿Los costos de la materia prima, y mano de obra son accesibles para el productor?**  
Si  No
12. **¿Está de acuerdo en que deben existir manuales sobre el proceso y procedimiento de la fabricación del calzado?**  
Siempre  Casi Siempre  En Ocasiones  A veces  Nunca
13. **¿Cuál es el nivel de competitividad de su empresa?**  
Alto  Medio  Bajo

14. **¿Cuál es el primer desafío que enfrenta su empresa en la fabricación y comercialización de calzado?**

- Aumento en precios de los insumos
- Exceso de deudas
- Falta de créditos
- Baja calidad de materias primas
- Altos Costos de Materias primas
- Baja calidad de mano de obra
- Baja calidad de infraestructura
- Ninguno
- Otro Especifique \_\_\_\_\_

15. **¿Cuál de los siguientes ítems afectan al desempeño de su negocio y por ende a su productividad laboral?**

- Contratación de personal poco calificado
- Utilización de materia prima de baja calidad
- Restricciones en las horas de trabajo
- Escasa seguridad en las condiciones de trabajo
- Atraso de entrega de materia prima por parte de los proveedores

16. **¿Con qué tipo de maquinaria y/o equipo cuenta principalmente su empresa para llevar a cabo el proceso productivo?**

- Equipo o herramienta de uso manual
- Equipos o herramientas con tecnología avanzada
- Ambas

17. **¿De las siguientes opciones cual considera que afecta directamente a la inversión en maquinaria y/o equipos en cuanto a su actividad productiva?**

- Tiene capacidad de producción en exceso
- Tiene la tecnología más moderna
- No cuenta con capital suficiente para comprarla
- El precio de las mismas son muy altos
- Las ventas generadas no justifican a dicha inversión

18. **¿Cuánto invierte mensualmente en la fabricación de su producto?**

- Entre \$100-500  Entre \$600-1000  Entre \$ 1100-1500  Más  \$ 1600   
Especificar monto \_\_\_\_\_

19. **¿Han subido las ventas en los últimos 5 años?**

- Si  No

19. **¿Cuál es el promedio de ventas de zapatos al año de su empresa?**

\_\_\_\_\_

20. **¿Considera que la producción del calzado en la ciudad de Ambato aporta al incremento de la economía?**

- SI   
No

21. **¿Considera que los programas realizados por la Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU) han aportado al incremento de la productividad y por ende a la competitividad de la empresa?**

- Siempre  Casi Siempre  Algunas Veces  Nunca

22. **¿Su empresa en los últimos 5 años genero empleo en el Cantón?**

- Si  No  Probablemente


**ANEXO N° 2**

**FORMATO DE INVENTARIO-INGRESO DE BODEGA**

ARTÍCULO		DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	VALOR
OBSERVACIONES:					TOTAL
Recibí: _____					Entregue: _____

**ANEXO N° 3**

**FORMATO DE INVENTARIO-EGRESO DE BODEGA**

<b>EGRESO DE BODEGA</b>			
			
<b>Dirección:</b> Chapera e Imbabura 196			
<b>Teléfono:</b> 032413399		<b>N° 00001</b>	
<b>Proveedor:</b> _____		<b>Fecha:</b> _____	
ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
<b>OBSERVACIONES:</b>			<b>TOTAL</b>
<b>Recibí:</b> _____		<b>Entregue:</b> _____	