



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

CARRERA DE ECONOMÍA

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

TEMA: “EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN
LA COMPETITIVIDAD DE LA FABRICACIÓN DE JEAN EN LA
EMPRESA “OZZONO” PARROQUIA EL TAMBO, CANTÓN
PELILEO.”

AUTOR: MARTHA DUCHICELA PUNINA ANDAGANA

TUTOR: ING. EDISON ROBERTO VALENCIA NUÑEZ

AMBATO-ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Roberto Valencia Nuñez, con cédula de ciudadanía N° 180346309-8 en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: “EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA FABRICACIÓN DE JEAN EN LA EMPRESA “OZZONO” PARROQUIA EL TAMBO, CANTÓN PELILEO.” desarrollado por MARTHA DUCHICELA PUNINA ANDAGANA estudiante de la Carrera de Economía, de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo investigativo reúne requisitos tanto técnicos como científicos y se encuentra listo para la evaluación de conformidad con el Art. 15 del Capítulo II Sistema Tutorial, del Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 17 de julio del 2015

EL TUTOR



Valencia Nuñez Edison Roberto

CI: 180346309-8

AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, MARTHA DUCHICELA PUNINA ANDAGANA, con cédula de ciudadanía N° 180480352-4, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo investigativo, bajo el tema: “EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA FABRICACIÓN DE JEAN EN LA EMPRESA “OZZONO” PARROQUIA EL TAMBO, CANTÓN PELILEO.”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis de datos son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de Investigación.

Ambato, 17 de julio del 2015

AUTOR



Martha Duchicela Punina Andagana

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos miembros del Tribunal de Grado, una vez revisado, aprueban el trabajo de Investigación, sobre el tema: “EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA FABRICACIÓN DE JEAN EN LA EMPRESA “OZZONO” PARROQUIA EL TAMBO, CANTÓN PELILEO.”, presentado por la estudiante MARTHA DUCHICELA PUNINA ANDAGNA, egresada de la carrera de economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad técnica de Ambato.

Ambato, 21 de agosto del 2015

Para constancia firma



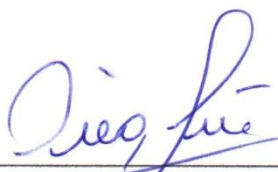
Ing. Eduardo Paredes, Mg

DOCENTE CALIFICADOR



Dr. Fabián Mera, Mg

DOCENTE CALIFICADOR



Eco. Diego Proaño, Mg

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo va dedicado en primer lugar a Dios por haberme dado la sabiduría y fortaleza, quien con su luz a iluminado mi camino, y cuando me sentía vencida me daba las fuerzas para seguir hacia adelante.

A mis padres quienes incondicionalmente me apoyaron a lo largo del camino; quienes han sido mi ejemplo y mi guía para cumplir mis sueños. A mi hermano que de una u otra manera me ha alentado para seguir adelante y llegar a mi meta propuesta.

Martha Punina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por no soltar mi mano y haberme colmado de bendiciones. A mis padres, hermano y familia que son una bendición, a quienes les debo mucho por ser mi motor y fuente de inspiración para llegar a cumplir mi objetivo.

A la Universidad Técnica de Ambato, a la Facultad de Contabilidad y Auditoría las cuales considero mi segundo hogar y de las cuales tengo recuerdos inolvidables, a mis queridos profesores quienes impartieron sus conocimientos, sabiduría y valores, para mi formación profesional y personal. En especial a mi querido(a) Tutor quien ha sido una guía importante para el desarrollo y culminación de este trabajo investigativo.

Martha Punina

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	I
AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
INTRODUCCIÓN	XIV
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1. TEMA.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN	1
1.2.2. ANÁLISIS CRÍTICO	5
1.2.3. PROGNOSIS	6
1.2.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.2.5. INTERROGANTES	8
1.2.6. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	8
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	8
1.4. OBJETIVOS.....	10
1.4.1. GENERAL.....	10
1.4.2. ESPECÍFICOS.....	10

CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	11
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	15
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	17
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	19
2.4.1. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE INDEPENDIENTE	22
2.4.2. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE	41
CAPÍTULO III	58
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	59
3.3. POBLACIÓN O MUESTRA	61
3.3.1. POBLACIÓN	61
3.3.2. MUESTRA	62
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	63
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	65
3.5.1. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	65
3.6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	66
3.6.1. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	66
3.6.2. PLAN DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	67
CAPÍTULO IV	69
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	69

4.1. /4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS APLICADOS A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA OZZONO	69
4.3.1. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS	85
4.3.2. ESTIMADOR ESTADÍSTICO	85
4.3.3. NIVEL DE SIGNIFICACIÓN Y REGLA DE DECISIÓN	86
4.3.4. CÁLCULO DEL T STUDENT	86
4.3.5. CONCLUSIÓN DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS	88
CAPÍTULO V	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
5.1. CONCLUSIONES.....	89
5.2. RECOMENDACIONES	90
CAPÍTULO VI.....	91
PROPUESTA.....	91
6.1. DATOS INFORMATIVOS.....	91
6.1.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	91
6.1.2. INSTITUCIÓN EJECUTORA	91
6.1.3. BENEFICIARIOS	91
6.1.4. UBICACIÓN	91
6.1.5. TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN	91
6.1.6. EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE	91
6.1.7. COSTO	92
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	92
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	93
6.4. OBJETIVOS.....	94

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	94
6.5.1. FACTIBILIDAD TÉCNICA	94
6.5.2. FACTIBILIDAD OPERATIVA.....	94
6.5.3. FACTIBILIDAD LEGAL	95
6.5.4. FACTIBILIDAD ORGANIZACIONAL	95
6.5.5. FACTIBILIDAD AMBIENTAL.....	95
6.6. FUNDAMENTACIÓN	96
6.6.1. CADENA DE VALOR.....	96
6.6.2. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR.....	97
6.6.3. CATEGORÍAS DE LA CADENA DE VALOR.....	97
6.6.4. COMPETITIVIDAD	101
6.7. METODOLOGÍA: MODELO OPERATIVO.....	102
6.7.1. FASE 1: Identificar los diferentes componentes que integran la planificación de la empresa.....	103
6.7.2. FASE 2: Estructurar los procesos de producción mediante la cadena de valor	109
6.7.3. FASE 3: Desarrollo del control de los procesos y la competitividad	116
6.8. ADMINISTRACIÓN	125
6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	125
BIBLIOGRAFÍA.....	127
Anexo 1	139

ÍNDICES DE TABLAS

Tabla N° 1: Población	62
Tabla N° 2: Variable Independiente: Proceso de producción	63
Tabla N° 3: Variable Dependiente: Competitividad	64
Tabla N° 4: Proceso de producción.....	69
Tabla N° 5: Maquinaria y equipo apto para la producción	70
Tabla N° 6: Planificación adecuada para la Producción	71
Tabla N° 7: Control de materia Prima	72
Tabla N° 8: Calificación de Materia Prima.....	73
Tabla N° 9: Proveedores de materia prima	74
Tabla N° 10: Producción mínima establecida.....	75
Tabla N° 11: Aprovechamiento de capacidad de maquinaria y equipo	77
Tabla N° 12: Personal capacitado	78
Tabla N° 13: Especificaciones del cliente.....	79
Tabla N° 14: Mantenimiento de maquinaria y equipo	80
Tabla N° 15: Factores que causan la baja producción	81
Tabla N° 16: Entrega del producto final	83
Tabla N° 17: Nivel de competitividad	84
Tabla N° 18: Costo de la propuesta	92
Tabla N° 19: Análisis del potencial de las actividades primarias para crear valor	98
Tabla N° 20: Análisis del potencial de las actividades de apoyo para crear valor	99
Tabla N° 21: Características para un buen proceso	100
Tabla N° 22: Factores e indicadores de competitividad empresarial	102
Tabla N° 23: Descripción del proceso productivo de jean.....	105
Tabla N° 24: Matriz de evaluación de factores externos	106
Tabla N° 25: Matriz de evaluación de factores internos.....	107
Tabla N° 26: Matriz de evaluación del perfil competitivo.....	107
Tabla N° 27: Matriz de FODA.....	108
Tabla N° 28: Gestión de innovación.....	110
Tabla N° 29: Gestión de calidad	111
Tabla N° 30: Gestión de mejora Continua	111
Tabla N° 31: Gestión de Logística interna.....	112
Tabla N° 32: Gestión de Procesos-Etapa de Proceso.....	112
Tabla N° 33: Etapa de Proceso	113
Tabla N° 34: Etapa de Proceso de término	113
Tabla N° 35: Gestión de Logística Externa	113
Tabla N° 36: Gestión de Servicio al Cliente	114
Tabla N° 37: Gestión de Talento Humano.....	114

Tabla N° 38: Gestión de Tecnología.....	115
Tabla N° 39: Gestión de Financiamiento.....	115
Tabla N° 40: Simbología del flujo grama analítico	117
Tabla N° 41: Salarios	120
Tabla N° 42: Costo de Maquinaria	121
Tabla N° 43: Costo de materia prima.....	121
Tabla N° 44: Depreciación y costos indirectos de fabricación	121
Tabla N° 45: Costos por proceso	123
Tabla N° 46: Análisis de los factores competitivos.	124
Tabla N° 47: Administración	125
Tabla N° 48: Previsión de la evaluación.....	125
Tabla N° 49: Hoja de Hallazgos	126

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de problemas.....	5
Gráfico 2: Categorías fundamentales.....	19
Gráfico 3: Variable Independiente.....	20
Gráfico 4: Variable Dependiente.....	21
Gráfico 5: Definición de Productividad.....	24
Gráfico 6: Modelo de análisis de la competitividad.....	42
Gráfico 7: Factores de la competitividad.....	43
Gráfico 8: Fuentes de ventajas competitivas.....	44
Gráfico 9: Clases de ventajas competitivas y estrategias genéricas.....	45
Gráfico 10: Desagregación de la eficiencia Global.....	46
Gráfico 11: Proceso de producción determinada.....	69
Gráfico 12: Maquinaria y equipo.....	70
Gráfico 13: Planificación adecuada para la Producción.....	71
Gráfico 14: Control de materia prima.....	72
Gráfico 15: Calificación de la materia prima.....	74
Gráfico 16: Proveedor de materia prima.....	75
Gráfico 17: Producción mínima establecida.....	76
Gráfico 18: Aprovechamiento de capacidad de maquinaria y equipo.....	77
Gráfico 19: Personal capacitado.....	78
Gráfico 20: Especificaciones del cliente.....	79
Gráfico 21: Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	81
Gráfico 22: Factores que cauda la baja producción.....	82
Gráfico 23: Entrega del producto final.....	83
Gráfico 24: Nivel de competitividad.....	84
Gráfico 25: Esquema de la Cadena de Valor.....	97
Gráfico 26: Diagrama de procesos.....	104
Gráfico 27: Cadena de valor de producción.....	110
Gráfico 28: Distribución de planta.....	116
Gráfico 29: Flujo grama analítico del proceso productivo del jean.....	117
Gráfico 30: Distribución d planta Actual para la empresa OZZONO.....	118
Gráfico 31: Flujo grama analítico actual de la empresa OZZONO.....	118

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas industriales en la actualidad han ido en crecimiento, exclusivamente las empresas textiles de jean, impulsando a que la mayoría de las empresas que se dedican a esta actividad, busquen nuevas estrategias de innovación dentro de los procesos y técnicas de producción, puesto que son factores importantes para la empresa, y de esta manera pueda la empresa ser productiva, teniendo en consideración que el mercado es cada vez más competitivo.

El siguiente trabajo investigativo esta direccionado al problema encontrado, el cual es el procesos de producción de jean y su incidencia en la competitividad, que se halla dentro de la empresa OZZONO parroquia el Tambo, cantón Pelileo. En la producción de jean intervienen varios factores, las cuales se deben aprovechar para mejorar, cambiar y transformar; y lograr alcanzar los objetivos propuestos.

Contar con estrategias competitivas es una fortaleza para la empresa, ya que de esta manera la empresa puede mejorar su posición competitiva con respecto a las otras empresas del mismo sector, estas estrategias son: la diferenciación, ser líder en costo y enfoque de mercado.

Para la recolección de la información se aplicó una encuesta dirigida a todos aquellos que están involucrados dentro de la empresa, con preguntas direccionadas al tema de investigación, de esta manera se pudo identificar los problemas, y dar una solución, el cual es diseñar la cadena de valor, ya que con esta herramienta se puede analizar cada una de las actividades y buscar ventajas competitivas para la empresa.

Este trabajo aportará al desarrollo competitivo y productivo de la empresa, para que de esta manera pueda hacer frente a los problemas, es decir que con este enfoque la empresa logrará re posicionarse, con ventajas diferenciadoras que lo vuelvan más competitivo, haciendo de la empresa un líder en el mercado.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está elaborado en base a la información recolectado de la empresa, donde se analiza el proceso de producción y su incidencia en la competitividad de la fabricación de jean en la empresa “OZZONO” parroquia el Tambo, cantón Pelileo, esta investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera.

En el primer capítulo se halla el planteamiento del problema que fue encontrado dentro de la empresa el cual es el retraso de la producción y esta contextualizado a nivel macro, meso y micro; está expuesto también el análisis crítico del árbol de problema, prognosis, justificación y objetivos. Estos parámetros son el punto de inicio para el desarrollo de este trabajo de investigación.

En el segundo capítulo contiene el marco teórico, elaborado mediante investigaciones realizadas de libros, revistas y otros, que están relacionados con las dos variables de investigación, desarrollado de la siguiente manera, fundamentación filosófica, fundamentación legal, marco conceptual de las variables, la infraordinación y la supraordinación de cada una de las variables, el proceso de producción y la competitividad, con fuente de sustento para la mejor elaboración y desarrollo de la investigación.

En el tercer capítulo está desarrollada la metodología de la investigación de acuerdo al tema que se investiga, se encuentra desarrollada de la manera siguiente, modalidades básicas de investigación las cuales se aplican relacionando con el tema de estudio, la población, la operacionalización de las dos variables, plan de recolección de información y el procesamiento del mismo.

En el cuarto capítulo se encuentra el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta que se realizó a la empresa, datos que son de mayor importancia para la verificación de la hipótesis y ver si el tema de estudio es factible o no.

Dentro del quinto capítulo, se constituye las conclusiones y recomendaciones, luego de haber realizado el respectivo análisis de la encuesta del trabajo de investigación.

En el sexto capítulo, se desarrolla los antecedentes, justificación, objetivos, fundamentación, modelo operativo, administración, previsión y evaluación de la propuesta, el cual es el diseño de la cadena de valor direccionada a la empresa, ayudara a la empresa a analizar las actividades para posteriormente contar con estrategias competitivas, que le den una solución a los problemas que se presentan dentro de la empresa y está afectando el correcto funcionamiento de la misma, negando a que llegue a ser competitiva ante otras empresas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.TEMA

“El proceso de producción y su influencia en la competitividad de la fabricación de jean en la empresa “OZZONO” parroquia el tambo, cantón Pelileo.”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN

Macro

La actividad textil en el Ecuador, forma una parte importante para el desarrollo económico y social, así como también del sector productivo dedicado a esta actividad, así como también contribuye al crecimiento económico nacional, abriendo fronteras de mercado nacionales e internacionales, generando fuentes de empleo.

“La industria textil es una importante fuente generadora de empleo, en 2007 el 11.5% del personal ocupado en la industria manufacturera fue parte de este sector, siendo la fabricación de prendas de vestir la que capto más mano de obra.”(Carrillo, 2010, pág. 9)

“El Ecuador exporta (textiles y confecciones) anualmente a 70 países del mundo, entre los más importantes: Colombia, Venezuela, EEUU, Perú.”(Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011)

De lo citado anteriormente se deduce que la actividad textil en el Ecuador es una industria eficiente e importante, puesto que es uno de los sectores, que más aporta al

crecimiento económico del país, por la razón de que estas industrias están generando empleo directo a los sectores urbanos y rurales.

En la actualidad el gobierno nacional ha creado instituciones que apoyen a estas industrias para su crecimiento y desarrollo, también ha creado medidas o restricciones a las importaciones, con estas medidas se ha generado mayor demanda, puesto que muchas de estas industrias han producido a mayor escala, y han podido abrir nuevos nichos de mercado, tanto así que en los últimos años han exportado a diferentes países y el producto ecuatoriano ha tenido mayor acogida, es así que están aportando al desarrollo económico del país .

“La actividad textil constituye una importante industria integradora que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, pecuaria, industria de plásticos, industria química, comercial, turística, servicios de publicidad, diseño, logística, etc. Diagnóstico del Sector Textil y Confecciones, INEC 2010” (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011)

“En Ecuador, el sector textil es uno de los más representados, con una participación del 14,3% del total de la industria manufacturera. Además 46.562 personas laboran directamente en empresas textiles, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013, págs. 10-11)

“El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (Mcpce), elaboro en el año 2011 el Plan de Mejora Competitiva del sector Textil y Confecciones. Dentro de este PMC se realizó el estudio de factibilidad y modelo de gestión del C.F.P Textil y Confecciones; proyecto que actualmente es financiado por el Ministerio de Industrias (Mipro) y ejecutado por el Gobierno Municipal de Antonio Ante.”(Ministerio de Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013)

Haciendo un análisis completo de las citas también se conoce que el sector textil a más de generar empleo directo generara también empleo indirecto, ya que es una industria que integra insumos de otros sectores que son indispensables para el proceso

de producción. Cabe mencionar como ejemplo que en algunas provincias del país los Gobiernos Municipales están financiando y ejecutando proyectos para el desarrollo, mejora de la calidad del producto de estas industrias, para de esta manera ser competitivos ante empresas grandes dedicadas a la misma actividad.

Meso

La industria Textil en el Ecuador y principalmente en la provincia de Tungurahua se asientan el mayor número de establecimientos del sector textil, las cuales día tras día han ido creciendo considerablemente, ya que en los últimos años el Gobierno Nacional a través de Ministerios realizan proyectos de apoyo a estas industrias, por tal razón la Provincia de Tungurahua ha ido recogiendo mayor renombre, ya que también impulsa el emprendimiento y las actividades comerciales de todo tipo de empresas tales como: calzado, textil, confección, turismo y entre otros.

“La tercera principal actividad manufacturera de la provincia, es de la rama textil, específicamente “fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés: ropa exterior, interior, de dormir; ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalonetas, etc.)”; esta industria es la tercera de la provincia en generación de empleo, 448 personas ocupadas, la cuarta en sueldos y salarios, 1 millón de dólares, la quinta en generación de impuestos, 1,3 millones de dólares, la sexta industria de la provincia en producción bruta para la venta, 9,8 millones de dólares, y la octava en consumo de materias primas, 5,3 millones de dólares.”(Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad., 2011, pág. 24)

Dentro de la provincia de Tungurahua se asientan el mayor número de establecimientos del sector textil, colocándose como una de las provincias que genera mayor comercio.

Las capacitaciones para el sector textil son fundamentales, puesto que con conocimientos más amplios pueden participar más ampliamente dentro del mercado,

y de esta manera puedan ser competitivos, por esta razón el Gobierno Nacional ha hecho campañas como “Primero Ecuador” para ayudar a estos sectores y evitando así las importaciones.

“Hay que tomar en cuenta que en la provincia de Tungurahua se impulsa el desarrollo socioeconómico de los habitantes, y la conservación de los recursos, mediante varios procesos participativos.”(La Hora, 2010)

La actividad textil ha tenido un crecimiento considerable, mediante el propio desarrollo del sector, ya que se ha implantado nuevas tecnologías que han permitido dinamizar la industria, sin embargo no se ha podido lograr el resultado esperado ya que la mayoría de materias primas son importadas en lo que se refiere a telas, maquinarias y entre otros.

Micro

Pelileo es uno de los cantones más conocidos dentro de la provincia de Tungurahua, ya que aquí se encuentran centradas la mayor parte de industrias textiles, se identifica también por ser un cantón donde hay convivencia cultural entre mestizos e indígenas, ya que su alcalde es indígena. Un cantón caracterizado por impulsar el crecimiento económico y empresarial de sus habitantes, otorgándole gran renombre a nivel nacional como la ciudad Azul en razón de las industrias textiles de jeans.

En el cantón la mayoría de la población se dedica a la línea productiva textil desde hace 10 años. Ante la capacidad productora se han instalado numerosos puntos de fabricación y comercialización de prendas textiles como son: pantalones, chaquetas entre otros, que generan ingresos.

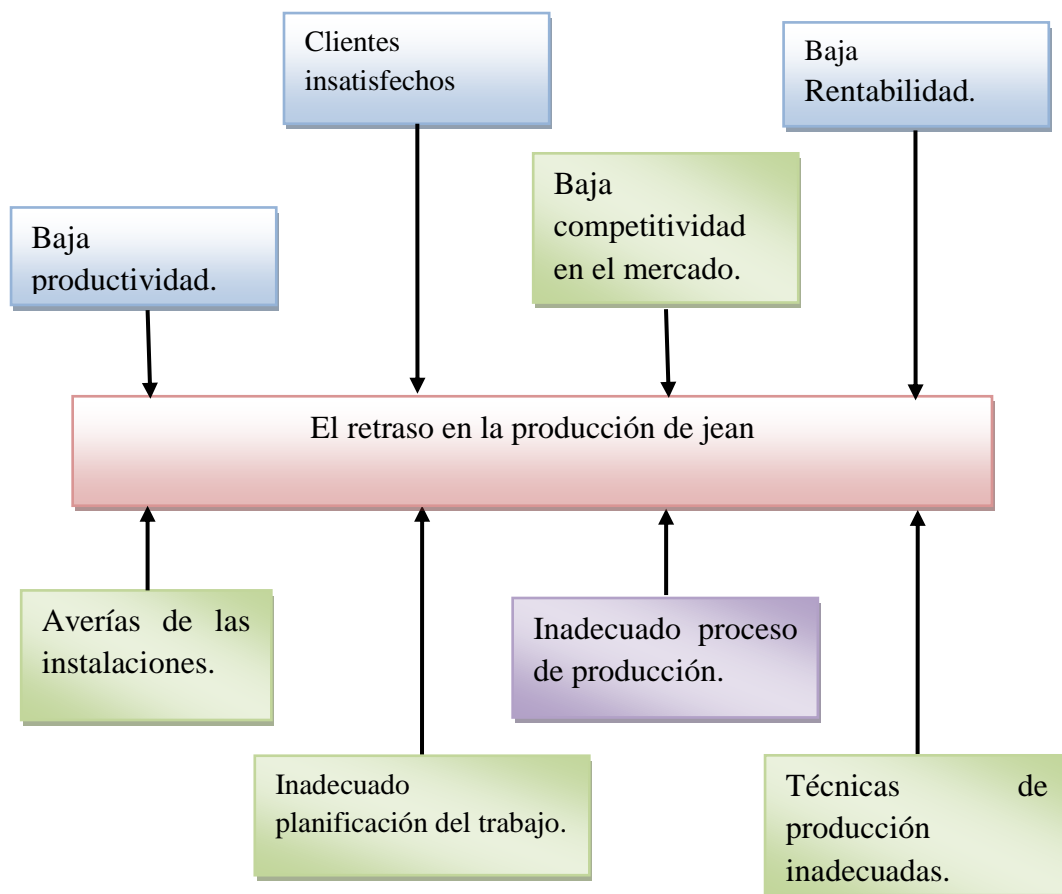
La empresa OZZONO del cantón Pelileo fue constituida en el año de 1997, por el Sr. Barroso padre, quien comenzó con un pequeño taller dedicado a la confección de pantalones de tela poliéster, después fue heredada a su hijo el Ing. Carlos Barroso Llerena quien comienza a elaboración y comercialización de productos jean, hasta crear una pequeña industria la cual está ubicada en la ciudad de Pelileo, el Tambo.

Debido al inadecuado proceso de producción dentro de la empresa OZZONO se ha notado que existe una baja productividad que afecta económicamente a la empresa, y de la misma manera esta causa una insatisfacción a los clientes, ya que esto implica retraso en la producción y entrega del producto final, causando que la empresa no pueda ser competitiva dentro del mercado.

1.2.2. ANÁLISIS CRÍTICO

Análisis crítico

Gráfico 1: Árbol de problemas



Elaborado por: Punina Martha

Cuando se habla de un inadecuado proceso de producci3n se refiere a las acciones que dificultan las diferentes actividades productivas, los que disminuyen la prontitud

de los procesos, que como consecuencia no permite obtener una producción mayor, influyendo en el aumento de costos debido al reproceso, afectando la eficiencia y eficacia del área productivo, reflejándose en el personal de trabajo la falta de capacitación, así como también la falta de un adecuado mantenimiento de las maquinarias.

Con respecto a cada uno de los procesos que se requiere para la producción de jean, si estos procesos no se encuentran correctamente definidas, causan problemas como el retraso de la producción o existe acumulación de un componente en el mismo, provocando que la empresa tenga pérdidas de tiempo de trabajo y económicas, siendo ineficiente y sobre todo causando insatisfacción a los clientes, puesto que indirectamente la calidad del producto será baja, afectado así a la empresa para que no pueda desarrollarse.

La empresa al no poder alcanzar sus objetivos y metas propuestas entraría en peligro, ya que el ineficiente proceso de producción afectaría a la productividad, evitando así que la empresa sea más productiva y retrasando su crecimiento, es decir que si existe un retraso dentro de la producción, la empresa al no poder responder al pedido del cliente estaría obstaculizando su presencia en el mercado y la eficiencia, la eficacia, de su producto, poniendo en riesgo la imagen y prestigio del mismo.

1.2.3. PROGNOSIS

La empresa “OZZONO” es una empresa que produce jean, la cual se encuentra ubicada en el cantón Pelileo, quien tiene la necesidad de corregir los procesos de producción y sus respectivas funciones. Si no se logra tener un proceso de producción adecuado para la empresa, afectaría la productividad, impidiendo así a que la empresa sea competitiva, es decir que el retraso de la producción provoca la baja productividad por ende esta afectaría económicamente a la empresa.

El abastecimiento de la materia prima, la capacitación del personal y el mantenimiento de maquinaria, provocara el retraso de la producción, donde la

empresa posiblemente está teniendo más dificultad, puesto que hoy en día en el mercado la demanda del sector textil es alto y está teniendo acogida en países vecinos, aunque existan grandes empresas que se dedican a la misma rama de producción, las empresas pequeñas también están poniendo su mejor esfuerzo y aprovechando proyectos de desarrollo direccionados a esta industria para obtener un producto de la mejor calidad; para así de esta manera ellos poder crecer económicamente, y ser competitivos en diferentes ámbitos dentro de este mercado globalizado, ya que los clientes de hoy son muy exigentes al momento de adquirir un producto, por lo tanto la empresa depende de la acogida del producto, si se cuenta con materia prima de calidad el producto final indirectamente será de calidad y los clientes quedaran satisfechos.

Los factores de la producción deben estar relacionados unos a otros para que de esta manera, se alcance la productividad que la empresa desea conseguir, es decir que deben aplicarse nuevas técnicas de producción y dejar las técnicas que son obsoletas, si caso contrario la empresa no aplicara nuevas técnicas seguirá teniendo perdidas, si adquiere nuevas tecnologías podrá aumentar la producción, y si no exista un adecuado mantenimiento de la maquinaria, la producción será poca y de baja calidad, provocando que la empresa tenga pérdidas financieras y sobretodo no cubrir las expectativas de los clientes.

Hay que considerar que la instalación dentro de la empresa es también fundamental para el desarrollo de cada uno de los procesos de producción, por lo tanto se debe tener un control de funcionamiento de cada una de ellos, es decir saber el funcionamiento de ellos que permita conocer el estado en el que se encuentra cada una de las maquinarias que están siendo utilizadas para la producción; y si algunas de ellas están en mal funcionamiento dar un mantenimiento adecuado para que de esta manera no afecte la producción; para así poder cumplir con los clientes; permitiendo conseguir el objetivo propuesto y ser una empresa competitiva.

1.2.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta el inadecuado proceso de producción a la competitividad de la empresa “OZZONO” del cantón Pelileo?

Variable independiente: Proceso de Producción

Variable dependiente: La Competitividad

1.2.5. INTERROGANTES

¿Qué factores influyen en el inadecuado proceso de producción de jean de la empresa “OZZONO” del cantón Pelileo?

¿De qué manera se ve afectada la competitividad de la empresa “OZZONO” con un inadecuado proceso de producción?

¿De qué manera mejorara la competitividad de la empresa “OZZONO” del cantón Pelileo?

1.2.6. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Campo: Económico

Área: Industria Textil

Aspecto: Proceso de Producción Textil

Delimitación Espacial: Cantón Pelileo, Tambo

Delimitación Temporal: Semestre 2015

1.3. JUSTIFICACIÓN

La producción textil dentro del cantón Pelileo en este caso de jean ha incrementado, por lo que lleva a especular a mejorar cada uno de los procesos de producción de jean, como: aprovechar y no desperdiciar mucho los materiales, adquirir nueva

tecnología, para que la producción sea organizada y que el producto final sea de calidad. Esto ayuda o favorece a la industria a prepararse para introducir en el mercado para futuras competencias y de esta manera la empresa pueda ser competitiva, que pueda generar ingresos para su desarrollo.

Por esta razón es que esta investigación quiere aportar; para que la producción sea más eficiente y al mismo tiempo favorecer con información valiosa que permita mejorar el conocimiento empresarial, de forma que el empresario pueda consolidar su proceso de producción de jean, y de esta manera puedan aprovechar de la mejor manera las oportunidades que se presentan dentro del mercado.

La empresa “OZZONO” para ser competitivo debe tener en cuenta, que el proceso de producción debe ser planificada, es decir en capacitación al personal, implementación de nuevas maquinarias, mantenimiento de cada una de las maquinarias; para de esta manera aumentar la producción y poder cubrir la demanda que existe en la actualidad; y de esta forma la empresa en el futuro crezca resaltando la calidad de sus productos.

Lo expuesto anteriormente son puntos que la empresa espera mejorar y anhela alcanzar sus objetivos propuestos, mediante la correcta definición de los procesos de producción; de esta manera obtener un producto de calidad con ninguna falla para que el cliente quede satisfecho y no tenga ninguna queja, creando así un renombre para la empresa a través de la misma.

El presente trabajo servirá como una ayuda para dar respuesta a las necesidades que la empresa atraviesa y de esta manera podrá evaluar cómo se encuentra su perfil productivo y económico, también dentro de este trabajo se realizara una propuesta que ayude a dar solución y mejorar el problema que tiene la empresa “OZZONO”

Su impacto será positivo que ayudara a la empresa de manera eficiente en el proceso de producción de jean, aplicando ventajas competitivas ante la competencia y a favor del desarrollo de la empresa “OZZONO”.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. GENERAL

Determinar la relación del proceso de producción de jean con la competitividad de la empresa para el mejoramiento de la productividad.

1.4.2. ESPECÍFICOS

1.- Diagnosticar los factores del proceso de producción de la empresa “OZZONO” para la toma de decisiones.

2.- Analizar los factores de la competitividad en la empresa “OZZONO” del cantón Pelileo para determinar las ventajas competitivas.

3.- Proponer un diseño de la cadena de valor en la empresa “OZONO” para mejorar la competitividad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para la ejecución de este trabajo de investigación, se revisó ciertos documentos que estén relacionadas o que tengan similitud con el tema de investigación, sirviendo como referencias para la ejecución del mismo.

Alarcón, Y. (2012) en el trabajo de investigación “El Proceso de Producción y su incidencia en la materia prima de Confecciones GEARGE”

Establece como objetivo dentro de su investigación, analizar el enfoque del proceso de producción, que permita disminuir el desperdicio de la materia prima, en Confecciones GEORGE de la ciudad de Ambato. Llegando a las siguientes conclusiones:

El desperdicio que se produce con más frecuencia es en la etapa de corte, debido a que no existe un control interno en cada una de las etapas productivas.

El personal de apoyo tiene experiencia pero no desarrolla eficientemente sus habilidades, ya que no se cuenta con un eficiente manejo de cada uno de los recursos organizacionales.”

Esta investigación permite a que el investigador tenga una idea de cómo analizar el problema, permitiendo así conocer a fondo las falencias que existe dentro de la empresa donde se está realizando la investigación, para de esta manera dar una solución que pueda ayudar a la misma, a que sea competitiva en el mercado.

Según Quinga E. (2013) en su trabajo de investigación con el tema “La Planificación de la Producción y su incidencia en la Productividad de la Empresa CONSERTEXSA de la ciudad de Ambato en el año 2012”

Menciona como objetivo de este trabajo de investigación, estudiar como incide la planificación de la producción en la productividad de la empresa CONSERTEXSA de la ciudad Ambato en el año 2012. Al desarrollo este trabajo llega a las siguientes conclusiones:

Dentro del sistema de producción existen restricciones que impiden que la empresa generar las ganancias esperadas y su productividad no sea la adecuada.

La planificación productiva en la empresa CONSERTEXSA Cía. Ltda. No se cumple en razón que la misma es muy escueta lo que ha conllevado que el nivel de productividad de la empresa no sea óptima.”

Da como pauta conocer como está determinado el proceso de producción, para de esta manera determinar las restricciones que genera los problemas, que ha conllevado a que la empresa no esté funcionando óptimamente, ayudando así al investigador tener una idea más clara.

Yanchapanta, G. (2014) en su tesis con tema “Modelo de Gestión para la competitividad y su incidencia en la productividad de textiles ANDELAS Cía. Ltda., de la ciudad de Ambato”

Como objetivo principal menciona, investigar el modelo de gestión y su incidencia en la productividad de textiles ANDELAS Cía. Ltda., de la ciudad de Ambato. Llegando así a las siguientes conclusiones:

La empresa no ha implementado cambios que permitan conquistar nuevos mercados debido a que no se innovan los procesos de producción, privándole de mejorar íntegramente sus métodos de trabajo, y obtener mayor competitividad.

El personal de la planta de producción no está siendo instruido correctamente en el uso de los recursos de la empresa, poniendo en riesgo el daño de sus maquinarias y la mala práctica de cada uno de sus procesos de producción, afectándole indirectamente a la calidad de su producto.”

Se ha tomado como base esta investigación, debido a que se relaciona con lo que se quiere investigar, como es la innovación del producto, para de esta manera poder obtener resultados positivos para la empresa, también para que la misma no tenga pérdidas.

“Es claro ver cómo las empresas han incrementado su eficiencia en los procesos productivos para mantenerse competitivos y a la vanguardia, a través de la última década. Como ejemplo de esto se encuentran las empresas manufactureras que buscan generar economías de escala, las empresas comerciales buscan establecer alianzas estratégicas para reducir la “redundancia” en la cadena de valor del producto, las empresas de servicios intentan personalizar las soluciones, las empresas tecnológicas quieren crear nuevos productos que buscan cubrir todas las posibles necesidades de las personas, estas entre muchas otras.

Todo lo anteriormente expuesto se encuentra basado en los procesos que se ejecutan para llegar al producto final, así como en los recursos productivos inertes que se utilizan. Por otro lado hay un recurso sobre el cual ha habido diversos avances: el recurso humano. Entre algunos puntos, se ha incrementado la inversión en materia de conocimiento, buen ambiente laboral, prestaciones sociales, beneficios monetarios y trato profesional.”(Castillo, 2012)

Es importante conocer que dentro de la empresa existen factores importantes que se involucran en la producción, como lo es el factor recursos humanos, el cual es un factor muy importante dentro del proceso de producción, si se cuenta con un recurso humano capacitado genera mayor producción y costos mínimos, se debería innovar también en maquinarias para lograr generar un producto de calidad, para que la empresa sea competitiva.

“Para establecer la relación entre productividad y competitividad, es necesario asumir como punto de partida el reconocimiento de que la competitividad se gesta en las empresas y no en los países en los cuales estas se encuentran establecidas. Hoy, ha

quedado firmemente establecido que no son los países sino las empresas las que compiten entre sí, y que el éxito de los países se sustenta en el éxito de sus respectivas empresas en la arena del comercio internacional. Al respecto, el informe 2001 del BID dedicado al análisis de la competitividad en América Latina y el Caribe, establece una pauta que debemos considerar como fundamental: Un país logra crecer más rápido si consigue crear un entorno de negocios mejor que el que correspondería a su propio nivel de ingresos. Como es de esperar, la disponibilidad y la calidad de los factores productivos, el nivel tecnológico y la capacidad de organización son mejores en los países más ricos. Pero, independientemente de su nivel de desarrollo, cualquier país que logra mejorar estas variables amplía su potencial económico.

Porter afirma que no tiene sentido hablar de competitividad a nivel nacional, pues esta se produce en aquellas industrias de una nación que, al participar en el comercio internacional, logran obtener ciertas ventajas competitivas sobre sus rivales extranjeros y de esa forma logran crear y mejorar productos y procesos. Al generar ventajas competitivas, las empresas de un país inciden en el aumento de la productividad nacional, la cual en realidad constituye la única medida adecuada de la competitividad. El principal objetivo económico de una nación consiste en crear para sus ciudadanos un nivel de vida elevado y en ascenso. La capacidad para lograrlo no depende de la competitividad, concepto amorfo, sino de la productividad con que se aprovechan los recursos de una nación: el capital y el trabajo.”(Medianero Burga & Lama More, 2005)

Es un punto muy importante donde menciona la relación entre productividad y competitividad, con esta cita mencionada podemos tener más en claro estos antecedentes investigativos se puede afirmar que el tema investigativo es de importancia, por lo que cuenta con antecedentes que pueden ayudar con aportaciones valiosas para el desarrollo del mismo.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El presente trabajo investigativo se desarrolla en base al paradigma crítico propositivo o llamado también naturalista: crítico por que analiza la realidad del problema de la cual se va a investigar como es la evaluación a los procesos de producción; y propositivo por lo que se busca plantear una solución idónea al problema existente dentro de la empresa, para que la misma pueda ser competitiva, puesto que en el campo empresarial y su contexto, existen movimientos constantes a la cual se debe adaptar.

Hoy en día los procesos de producción dentro de una empresa son la base fundamental para el desarrollo del mismo, es así que esta debe cambiar e ir innovando, por lo que se buscara las mejores estrategias para mejorarlos y generar mayor productividad.

En el desarrollo de este trabajo investigativo se contara, con el apoyo de todas las personas que están involucradas en la empresa, para lo cual se aplicara los valores como la responsabilidad, puntualidad y el respeto, los cuales ayudaran a un mejor entendimiento, de cuáles son las causas que están generando problemas a la empresa.

Fundamentación Epistemológico

Tamayo (2004, pág. 23)define a la epistemología como “La teoría del conocimiento científico, el cual nos lleva a plantearnos problemas científicos y de investigación, a formular hipótesis y mecanismos para su verificación, razón por la cual podemos decir que la epistemología es el método científico.”

Desde este punto de vista este trabajo investigativo no solo busca dar una solución al problema planteado, si no también aportar al conocimiento, a través de métodos y técnicas aplicados dentro del proceso de producción y su incidencia en la competitividad, con el propósito único de proponer alternativas que permitan mejorar cada uno de los factores que intervienen dentro del proceso de producción de jean, garantizando un producto de calidad, para de esta manera generar competitividad.

Fundamentación Ontológica

“La fundamentación ontológica exige determinar la forma de existencia de los entes con los que trata la disciplina, el estatus ontológico de los objetos a los que se refieren los enunciados y las leyes de la teoría.” (Rendón Rojas, 2005)

Desde el punto de vista ontológico la investigación trata de dar solución, a los problemas generados dentro del proceso de producción de la empresa “OZZONO” del cantón Pelileo, con el fin de generar cambios para el desarrollo de la empresa y de esta manera pueda ser competitiva dentro del mercado.

Fundamentación Axiológica

“La parte de la filosofía que estudia los valores, con el objeto de formular una teoría que permita explicar la existencia y la vigencia de todo el mundo de producción humana que tiene importancia definitiva para la vida del hombre y su desarrollo histórico social, pues la misma no sólo trata de los valores positivos, sino trata también de los valores negativos, analizando los principios que permiten considerar que algo es o no valioso y considerando los fundamentos de tal juicio.”(Leon, 2008)

Partiendo desde el punto de vista axiológico el problema al que se afronta este trabajo investigativo, es al momento de vincularse a la realidad, ya está direccionado para dar una solución eficiente y que aporte al desarrollo del área de producción, con el apoyo del factor recursos humanos el cual es importante para lograr que la empresa ser más competitivo, mejorando su proceso de producción.

Fundamentación Económica

De acuerdo con los autor Ávila (2004, pág. 145)“El proceso de producción o proceso productivo consiste en la creación de riqueza capaz de satisfacer las necesidades humanas mediante el empleo de materias primas, maquinaria y fuerza de trabajo; dicho proceso también comprende los servicios.

El proceso de producción cubre la totalidad de la vida económica y se basa en la división de trabajo; también es el resultado de la combinación de diferentes factores que sirven para satisfacer necesidades humanas.”

Considerando lo citado, es importante conocer la importancia de los factores que intervienen en el proceso productivo, de manera que ayude a la producción, estos factores se deben cumplirlo a cabalidad, para así poder alcanzar la efectividad del proceso de producción, combinando todos estos factores lograr un trabajo coordinado y lógico.

El trabajo de investigación desde el punto vista económico está determinado en incrementar la competitividad de la empresa, a través de la mejora del proceso productivo, con el fin de que aporte de la mejor manera al desarrollo de la misma.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente trabajo de investigación se encuentra enmarcado en varios preceptos legales, primeramente la Constitución de la República del Ecuador en el registro oficial 449 del 20 de octubre (2008, pág. 146) en el: “Capítulo Sexto, Trabajo y Producción, Sección Primera y Sección Cuarta, señala lo siguiente:

Art. 319.- Se reconoce 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 desincentivara aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentara 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 estimulara una gestión participativa, transparente y eficiente.

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

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá: Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.”

En segundo lugar en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones publicado en el registro oficial suplemento 351 el 29 de diciembre (2010) en el “TITULO PRELIMINAR, Del Objetivo y Ámbito de Aplicación da en mención lo siguiente:

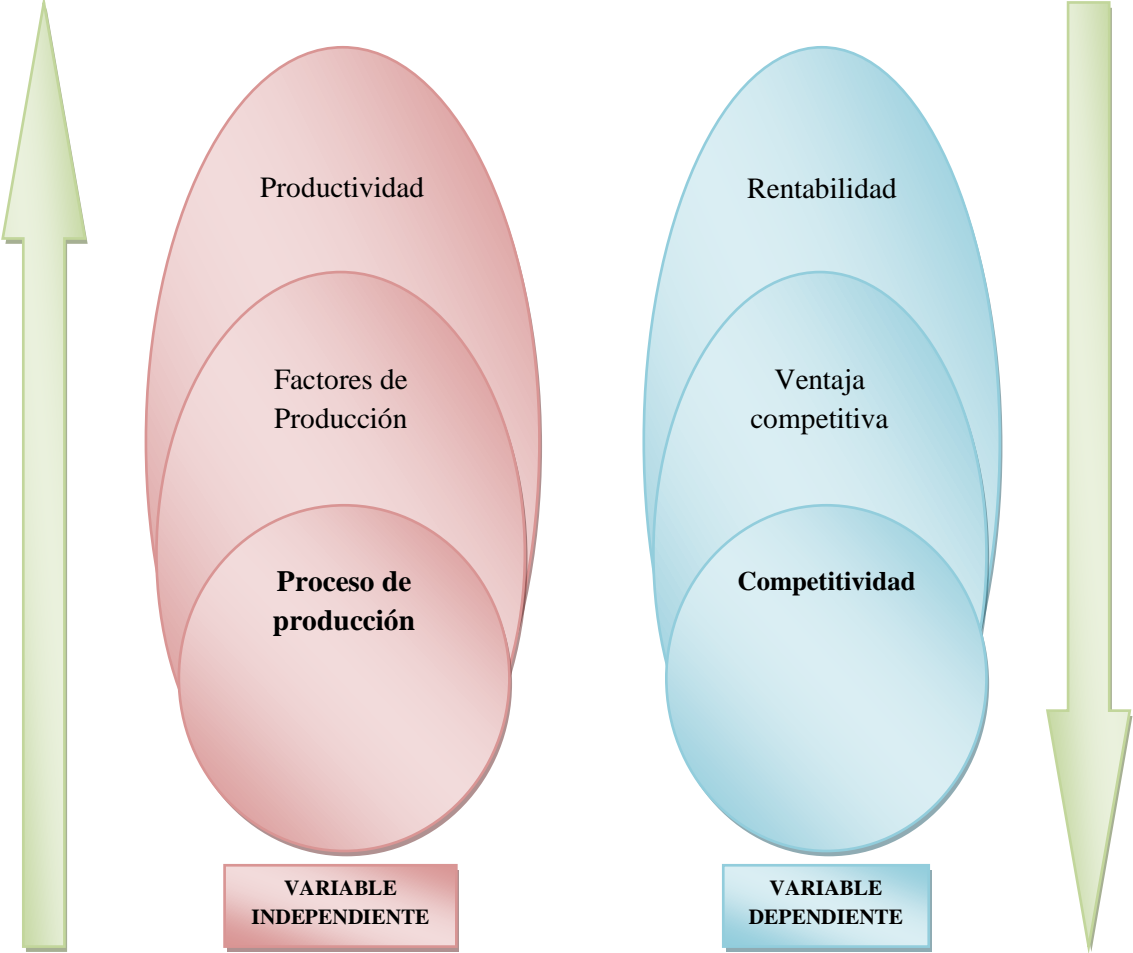
Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerara actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto 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. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar la productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.”

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico 2: Categorías fundamentales

Red de Inclusión Interrelacionados



Elaborado por: Punina Martha

Constelación de Ideas

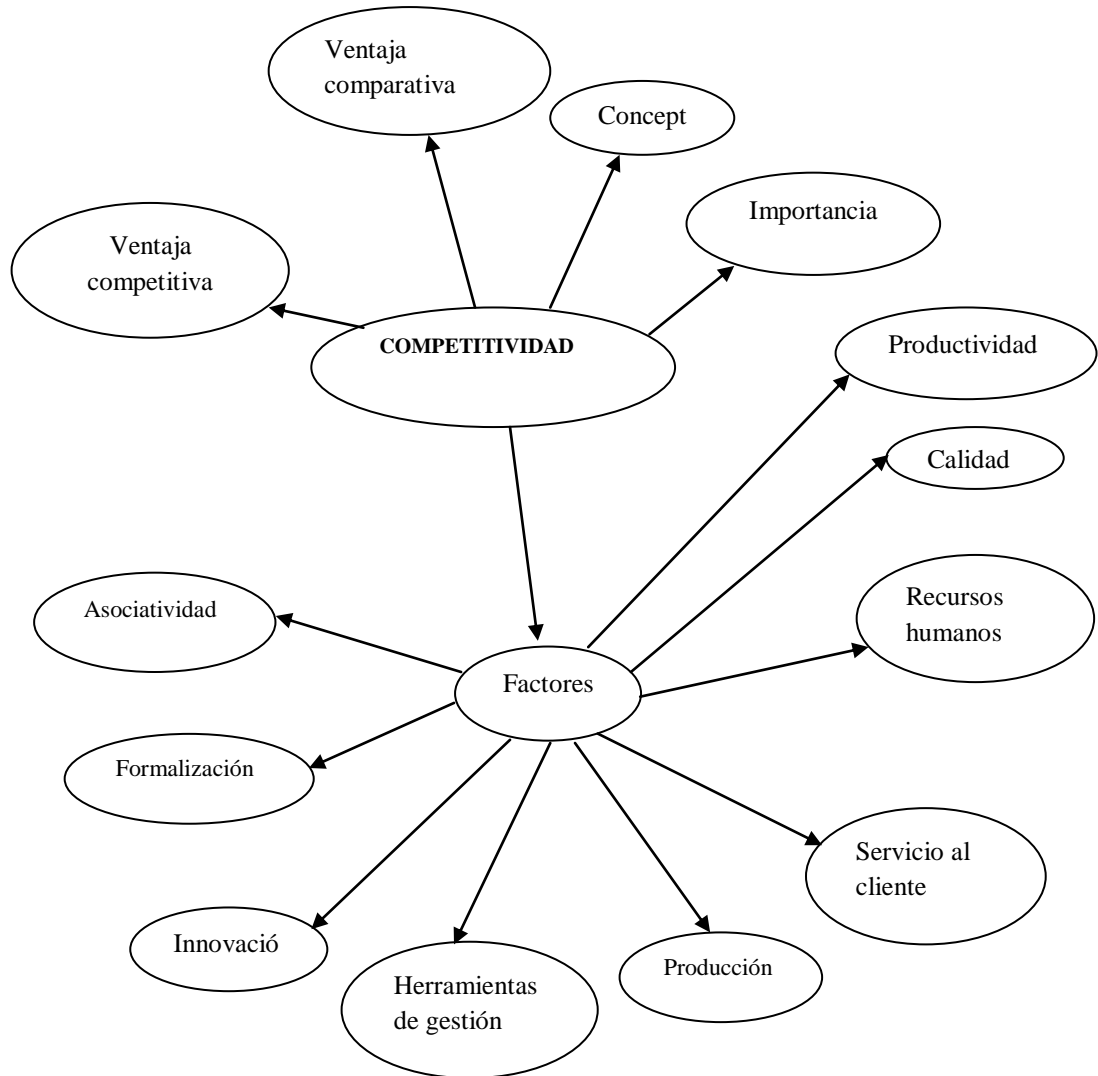
Gráfico 3: Variable Independiente



Elaborado por: Punina Martha

Constelación de Ideas

Gráfico 4: Variable Dependiente



Elaborado por: Punina Martha

2.4.1. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE INDEPENDIENTE

Productividad

Definición:

“La productividad es el resultado de la correcta utilización de los recursos, en relación proporcional a los productos y servicios generados; las empresas para generarlos utilizando recursos económicos, materiales o técnicos, conforme a diversos sistemas de producción establecidas por la misma. En la búsqueda de la competitividad, cada vez requieren utilizar mejor sus recursos (insumos), por lo que el administrador debe conocer y saber medir la productividad, ello le permitirá, junto con la medición de la rentabilidad financiera del negocio, lograr dicha competitividad, que no es otra cosa que la capacidad de la empresa para competir en un mercado altamente concurrido, exigente de calidad y de servicio. La globalización de la economía permite que compitan productos de cualquier parte del mundo, haciendo cada vez más difícil la administración y la competitividad de las empresas.

-Es la relación del producto obtenido y los recursos e insumos utilizados. Se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Producto}}{\text{Insumos}}$$

Con base en esta fórmula, la productividad se mide al comparar los recursos utilizados con el producto logrado. Si se produce más al mismo costo o si se obtiene la misma cantidad de producción a un precio inferior, la sociedad en conjunto obtiene beneficios porque una mayor productividad, según la OIT (Organización Internacional del Trabajo), ofrece posibilidades de elevar el nivel general de la vida mediante.

a.- Mayores cantidades, tanto bienes de consumo como bienes de producción a un costo menor y a un precio menor.

b.- Mayores ingresos reales.

c.- Mejores condiciones de vida y de trabajo, con conclusión de una menor duración de la jornada de trabajo;

d.- En general, un esfuerzo de las bases económicas del bienestar humano.

La productividad se puede medir en relación con la totalidad de insumos empleados, o bien, con la de alguna en particular. Genéricamente, los insumos se dividen en materiales, máquinas y mano de obra.”(Hernández, 2008, pág. 19)

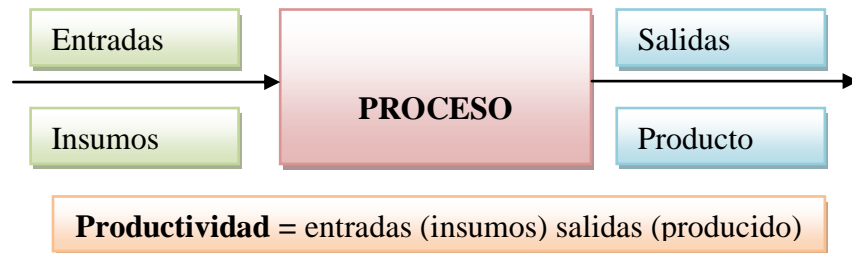
“Desde una perspectiva amplia, la productividad ha ocupado un lugar prominente para apreciar el avance económico, tanto de las organizaciones como de las naciones. En la concepción general, la productividad es una medida de la eficiencia económica que resulta de la relación entre los recursos utilizados y la cantidad de productos o servicios elaborados. Pueden representarse así:”(Rodríguez Combeller, 1999, pág. 22)

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Productos obtenidos}}{\text{Insumos inertidos}}$$

Dentro de una empresa la productividad es importante, pues es una medida que indica la eficiencia que tiene la empresa en relación a la competencia, es decir que hace relación a los productos obtenidos con los insumos invertidos para la misma, mientras los insumos sean de calidad, el producto final obtenido indirectamente será de calidad, si la empresa cuenta con un precio competitivo con relación a la competencia y con presencia en el mercado, estaría posicionándose como competitivo, generando mayor utilidad para la empresa y ayudando al desarrollo .

Algunos autores también se lo definen de la siguiente manera:

Gráfico 5: Definición de Productividad



Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Chaves Vega, E, (2006). Administración de Materiales. México: Euned S.A.

La productividad dentro de una empresa es un término muy importante, ya que muestra que tan eficiente mente se están utilizando los recursos, también menciona que es el conjunto de proceso que intervienen durante la producción de un servicio o bien, es decir que intervienen los factores como son recursos humanos, maquinaria, materia prima, la tecnología, la capacidad de producción, el capital, que intervienen en el proceso de producción de jean.

La productividad tiene que ver también con la eficiencia y eficacia, de la producción de la empresa, obteniendo así la efectividad de la misma, esto con la optimización de los recursos.

Importancia de la productividad

“La productividad es importante en el cumplimiento de las metas nacionales, comerciales o personales. Los principales beneficios de un mayor incremento de la productividad son, en gran parte del dominio público: es posible producir más en el futuro, usando los mismos o menores recursos, y el nivel de vida puede elevarse. La única forma para que un empresa aumente su rentabilidad es aumentando su productividad. En el que se aplica nuevos instrumentos fundamentales que originen una mayor productividad mediante la aplicación de métodos, tiempos de estudio y un sistema de proceso adecuado.

En una empresa es importante la productividad, porque a través de esto permite conocer si las metas propuestas se están cumpliendo, para incrementar la rentabilidad de la empresa es una buena estrategia aumentar la productividad, esto mediante la innovación permanente, puesto que es una estrategia competitiva.

Medidas de la productividad

Un dato importante para tomar decisiones directivas es la determinación de la productividad de los factores productivos utilizados en el proceso de producción. Como veremos, estas medidas son útiles para evaluar la eficiencia de un proceso de producción y para tomar decisiones sobre los factores de productivos para maximizar los beneficios. Las medidas más importantes de la productividad son la productividad total, la productividad media y la productividad marginal.

Las medidas de productividad son las siguientes:

Productividad total

La productividad total (PT) es, sencillamente, el nivel máximo de producción que se puede fabricar con una determinada cantidad de factores productivos.

Productividad media

La productividad media (PM) de un factor productivo viene definida como la productividad total dividida por la cantidad utilizada del factor productivo. En concreto, la productividad media del trabajo (PM_L) es:

$$PM_L = \frac{Q}{L}$$

Y la productividad media del capital (PMK) es:

$$PM_K = \frac{Q}{K}$$

Así pues, la productividad media es una medida de la producción fabricada por una unidad de factor productivo.

Productividad marginal

La productividad marginal (PMg) de un factor productivo es la variación del producto total atribuible a la última unidad de un factor productivo. La productividad marginal del capital (PMgk) es, por tanto, la variación del producto total dividida por la variación del capital:

$$PMg_K = \frac{\Delta Q}{\Delta K}$$

La productividad marginal del trabajo (PMgL) es la variación de la producción total dividida por la variación del trabajo.” (Bayé, 2006, págs. 158 -159)

$$PMg_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

Las medidas de productividad son significativas, ya que permite evaluar la eficiencia de un proceso de producción, para que de esta manera la empresa pueda tomar decisiones eficientes sobre los factores que intervienen dentro de la producción y así poder maximizar sus beneficios.

Las medidas antes citadas son las que se utilizan para evaluar la eficiencia de la productividad y sus factores dentro de la empresa. A través de estas medidas la empresa puede conocer si su productividad está creciendo o decreciendo y en el futuro poder mejorarlo a través de su aplicación.

Factores de producción

Definición:

“Los factores de la producción son los elementos o recursos que requieren la cadena económica productiva, lo cual mantiene el funcionamiento adecuado del circuito social y económico de un lugar. Dicho de otra manera, los factores productivos son los medios necesarios para el proceso de producción.

Tanto las empresas, como los individuos particulares, que se hallan en condición de productores, requieren de factores productivos para la obtención de sus bienes y servicios. Además, la oferta y demanda regulan el precio de los mismos.”(Sobre Conceptos., 2009)

Los factores de producción son elementos que son requeridos dentro de la cadena productiva, puesto que las empresas los requieren para obtener un bien o servicio, que puedan ofertar en el mercado, en este caso la producción de jean.

Existen tres Factores de la Producción:

Capital:

“Dentro del capital agrupó a todos los elementos que participan directamente en la producción, más allá del acto mismo de producir. Comprende a las herramientas y maquinarias que son necesarias para la fabricación del producto, pero también al dinero que se necesita para formar una empresa y mantener su actividad, y también se habla de capital (en particular, humano) para referirse al conjunto de conocimientos que aplican los trabajadores, pero no a su fuerza de trabajo, que es otro factor. En muchos casos, el uso de la expresión se limita al capital productivo, que son las maquinarias. Sin embargo esto omite una cuestión importante a la hora de tomar decisiones, pues en la medida que el dinero es un factor, el interés o lo que cuesta financiarse también deberá intervenir en el análisis de los costos de la producción.”(CONCEPTO.DE, 2011)

El capital es un elemento indispensable, puesto que interviene directamente dentro de la producción, capital es también todo aquel con lo que cuenta la empresa como son: el capital humano, el capital en dinero y todos los bienes materiales con los que cuenta la empresa como activos, que son utilizados para la producción del jean que se le oferta al cliente.

Tierra:

“La tierra es el recurso económico que abarca los recursos naturales que se encuentran dentro de la economía de una nación. Este recurso incluye la madera, la tierra, la pesca, las granjas y otros recursos naturales similares. La tierra es, por lo general, un recurso limitado para muchas economías. A pesar de que algunos recursos naturales, como la madera, los alimentos y los animales, son renovables, la tierra física suele ser un recurso fijo. Las naciones deben utilizar sus recursos de tierra cuidadosamente, creando una mezcla de usos naturales e industriales. El uso de la tierra para fines industriales les permite a los países mejorar los procesos de producción para convertir los recursos naturales en bienes de consumo.”(Vitez & Media, 2008)

Este factor de producción es el que abarca todo recurso natural, los cuales son utilizados para la producción, es decir agregándole un valor al momento de transformarlo.

Trabajo:

“EL trabajo refiere a los aportes humanos de trabajo para producir los bienes y servicios. Por ejemplo, el entrenamiento requerido para que los empleados operen con éxito las máquinas para producir autos se consideraría como parte del trabajo. Además, la capacidad mental de llevar a cabo tareas e inventar nuevos productos es también parte del trabajo. El único elemento humano no incluido en el trabajo es la empresa.”(Kennan, 1999)

La empresa aplica este factor importante para producir los bienes y servicios, puesto que se refiere al aporte humano, las empresas siempre debe contar con un recurso humano capacitado para la producción, ya que es una ventaja competitiva.

Factores de la producción que se aplica en la modernidad:

“La tecnología y el conocimiento: Son recursos producidos por la inteligencia del hombre, que se concreta en nuevos bienes de producción y de consumo que sustituyen los bienes naturales, en nuevos procesos de producción, de administración y de control, así como nuevos conocimientos para incorporar al proceso productivo.

El concepto de factores de producción y de activos tangibles de la empresa ha evolucionado para dar la prioridad al conocimiento, con lo cual se vuelven obsoletas la definición capitalista y socialista de la propiedad.

La empresa y la capacidad empresarial: El sistema económico se organiza a través de unidades productivas o empresas que permiten que se combinen los otros factores del proceso productivo con miras a una operación más eficiente que es ordenada intelectualmente por el hombre quien toma las decisiones relacionadas con nuevos productos y procesos, nuevos mercados, asume riesgos, toma la iniciativa para la combinación de recursos, cuantificar la cantidad de bienes a producir, etc.”(Montoya Restrepo, 2007)

Estos factores son eficientes, ya que ayudan a que la empresa tenga un sistema económico donde se involucren los elementos y factores, buscando combinarlos para lograr un proceso de producción adecuado y eficiente para la producción de jean, por ende se puede aprovechar al máximo los recursos y así satisfacer las necesidades de la sociedad que demanda un bien o servicio.

Proceso de producción

Definición

“Comenzaremos diciendo que el proceso de producción es el conjunto de acciones realizadas deliberadamente sobre determinados “insumos” con el objeto de obtener nuevos productos o servicios (que impliquen un valor agregado sobre los insumos.” (Bellene, S/N, pág. 318)

“Como proceso de producción se denomina el sistema dinámico constituido por un conjunto de procedimientos técnicos de modificación o transformación de materias primas, sean estas de origen animal, vegetal o mineral, y que puede valerse tanto de mano de obra humana, como de maquinaria o tecnología para la obtención de bienes y servicios.”(Significados.com, 2013)

“Proceso de producción. Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.”(EcuRed, 2015)

Los procesos de producción es un sistema de acciones, que se aplica para producir un bien o servicio, la empresa debe contar con un proceso de producción bien definido, ya que si en uno de esos procedimientos existe mal funcionamiento, generara cuellos de botella y retrasos en la producción, causando a la empresa pérdidas económicas y clientes insatisfechos.

El proceso de producción está compuesto por:

a.- tareas

b.- Flujos y

c.- Almacenamiento

“**Tareas:** una tarea es cualquier acción realizada por los trabajadores y/o maquinas sobre materias primas, productos semiterminados o productos terminados.

Las tareas pueden ser de varios tipos:

Tareas esenciales. Consisten en transformaciones que cambian las características físicas o químicas de los materiales; por ejemplo, soldar una pieza.

Tareas auxiliares. Complementan las tareas esenciales, son de menor rango pero necesarias; por ejemplo, la fijación o carga (descarga) de las piezas que deben ser transformadas por la máquina.

Tareas de apoyo. Tienen una orientación específica: hacer operativo y poner a punto el proceso; por ejemplo, la preparación y ajuste de las máquinas que llevan a cabo las tareas esenciales.

Tareas superfluas. Son acciones que ocurren irregularmente y que requieren actuaciones que no añaden valor al producto; por ejemplo, la reparación de la avería de una máquina.”(Fernandez, Avellana Camarero, & Fernandez Barcola, 2006, pág. 10)

Las tareas se aplican de acuerdo a la forma o manera en la que trabaja o produce la empresa, se lo asigna al personal de producción cuando hay una producción mayor, esto tiene tiempo límite de entrega. Estas tareas involucran fuerza muscular, por esta razón es que la empresa debe siempre capacitar al personal, de modo que se observe que cada una de los proceso de producción de jean, se están realizando de forma eficientemente, ya sea está de parte de la mano de obra o la maquinaria que esté operando.

Flujos de Producción

Dentro del flujo de producción tenemos: estático, funcional y secuencial.

Estático:

“En realidad, no existe un flujo de producto estático, sino una secuencia de tareas a realizar. El producto no cambia de lugar, son las tareas las que se deben realizar en una secuencia predeterminada a fin de producir un artículo único (se conoce como distribución de posición fija).”(Pau Cos & Narvacues, 1998, pág. 203)

Funcional:

“Los productos se fabrican según especificaciones individuales y cada uno puede requerir distintas tareas y seguir distintas secuencias lo que hace que no todos pasen por los mismos centros de trabajo.”(Elergonomista, 2004)

Secuencial:

“Es la colocación de tareas una detrás de otras según secuencia técnica necesaria para transformar los materiales en productos terminados. Disminuye inventarios de productos terminados, necesidad de trabajo y máquina.

Las secuenciales pueden ser de dos tipos: de línea recta y línea en U.

Línea recta.- Máquina de uso específico, puestos de trabajo poco cualificados, elevado volumen de un producto estandarizado, ritmo de producción alto, trabajo individual, flujo muy rígido.

Línea en U.- Fabricar pequeños lotes de una gran variedad de productos, operario muy calificado para tener diferentes máquinas a la vez, máquinas de uso general, trabajo en equipo, minimiza tiempo de desplazamiento.” (Buenas Tareas, 2010)

Basándose en las citas, el proceso de producción de jean está generado en flujos de producción de tareas, que se realizan secuencialmente, por lo que es más fácil de manejar y observar si existe algún error en la producción, de esta manera ayuda que la producción vaya de manera coordinada.

Almacenamiento:

“Son aquellos lugares donde se guardan los diferentes tipos de mercancía. Son manejados a través de una política de inventario. Esta función controla físicamente y mantiene todos los artículos inventariados. Al elaborar la estrategia de almacenamiento se deben definir de manera coordinada el sistema de gestión del almacén y el modelo de almacenamiento.”(Lagos, 2011)

Tipología de Sistemas Productivos

“Un sistema productivo es el conjunto de características estructurales que configuran el proceso de transformación de una organización. Al referirnos a estos tipos de tipología se establece de acuerdo al proceso de producción y al resultado de todas las áreas de la transformación de los diferentes productos.” (Fernandez, Avellana Camarero, & Fernandez Barcola, 2006, pág. 15)

Producción por Proyecto:

“El sistema de producción por proyectos se realiza a través de una serie de fases; en este tipo de sistemas no existe flujos de producto, pero si existe una secuencia de operaciones, todas las tareas u operaciones individuales deben realizarse en una secuencia tal que contribuya a los objetivos finales del proyecto. Los proyectos se caracterizan por el alto costo y por la dificultad que representa su planificación y control administrativo.

En este tipo de producción, el producto a menudo está asociado a un cliente en particular, y en muchos casos, el trabajo no se inicia hasta que un pedido concreto se haya realizado. La planificación unitaria por lo general se relaciona con la fabricación de un solo producto, o de una cantidad muy reducida, con escasa repetición de los pedidos y requieren operaciones y recursos variados.”(To Be Productive, 2011)

La tipología de producción por proyecto, es una secuencia de operaciones con alto costo y presenta dificultad al momento de planificar y controlar, este tipo de producción se asocia con un solo cliente.

Producción Industrial:

“La producción industrial es una importante fuente de riqueza de un país, ya que se logra impulsar la economía a través del fortalecimiento y crecimiento de empresas manufactureras de manera que estas sean capaces de exportar productos competitivos y reinvertir en su propia expansión y generar empleos.”(Conocimientosweb.net, 2011)

La producción industrial es una fuente importante de riqueza de un país, puesto que impulsa la economía a través del desarrollo y crecimientos de las industrias manufactureras, de manera que puedan ser capaces de exportar su producto y reinvertir para su crecimiento.

Producción Artesanal:

“La producción artesanal al modo de producción correspondiente a etapas históricas anteriores a la división del trabajo (en la que el artesano dominaba todo el trabajo). Actualmente se sigue utilizando esta denominación para referir a aquellos procesos, de hoy en día, en los que no se ha hecho una gran incorporación de tecnología (máquinas, organizaciones, etc.) También se lo utiliza para referir a ciertos procesos de producción de alimentos en los que, un mismo productor, maneja todas las etapas de la cadena de producción (desde la obtención de los insumos hasta la distribución de los productos al consumidor).”(Montiel, 2013)

Al referirse de producción artesanal se menciona los procesos que se realiza manualmente, empleando herramientas manuales, que al final se transforman en un producto.

Producción por Masa:

“Se produce un número entero de unidades con un alto nivel de estandarización. En estos sistemas la automatización es, por lo general, económicamente rentable y se alcanzan altos niveles de producción de bajo costo. La producción de automóviles y electrodomésticos se realizan bajo este sistema. La tecnología avanzada permite a la producción en masa cierta flexibilidad en el diseño, por medio del diseño modular; sin embargo, un cambio en el diseño significa una inversión bastante alta, debido a la automatización del proceso.”(Muñoz Negron D. , 2009, pág. 216)

Mencionando la producción en masa se refiere a que las empresas producen unidades mediante flujos, a un alto nivel estandarizado y a costos bajos, es decir mediante una secuencia lineal donde cada uno de los procesos es dividido de una manera minuciosa.

Producción por Lotes:

“Se caracterizan por ser un sistema de producción por lotes de fabricación. En estos casos, se trabaja con un lote determinado de productos que se limita a un nivel de producción, seguido por otro lote de un producto diferente.”(Sites.upiicsa.ipn.mx, 2013)

Producción por Serie:

“La fabricación en serie es la producción de bienes en grandes cantidades utilizando diseños estandarizados para que sean todos iguales. Habitualmente se emplean técnicas de cadenas de montaje. Una cadena o tren de montaje es un sistema en el que el producto es fabricado según un proceso que se desarrolla paso a paso, a medida que éste va avanzando constantemente entre un conjunto de obreros y máquinas. Este sistema, que Henry Ford incorporó por primera vez de forma masiva a la producción industrial, es uno de los conceptos de productividad más poderoso de la historia. Fue en gran medida responsable del surgimiento y la expansión del sistema

industrializado y basado en el consumo existente en la actualidad. En la imagen, final de la cadena de la factoría Ford.”(Biografías y Vidas, 2004)

Producción Intermitente:

“Un proceso de producción intermitente crea flexibilidad necesaria para producir diversos artículos o servicios en cantidades significativas. Un proceso de producción intermitente incluye principalmente el uso de una estrategia de flujo flexible, con los recursos organizados en torno al proceso.” (Krajewski & Ritzman, 2000, pág. 92)

Producción Continua:

“Engloba aquel proceso que se desarrolla ininterrumpidamente en el tiempo ya que detener la producción ocasiona elevadísimos costes. Ejemplos de este tipo de producción son los altos hornos, refinería de petróleo, algunas plantas químicas. La producción continua tiene por objeto ideal el producto único aunque admite varios siempre que necesiten tecnologías muy similares. Productos y procesos están íntimamente ligados.”(García Ramos, Yaguez Insa, Jurado Gonzalez, & Casanovas, 2007, pág. 84)

Todas las tipologías de producción mencionadas anteriormente, son adoptadas por las empresas de acuerdo a la forma de producción, con el objetivo único de implementar un sistema adecuado para mejorar cada uno de los factores de producción y actividades que desempeña los empleados.

Producción Justo a tiempo:

“Los sistemas de producción conocidos como JIT (Just In Time, «Justo a tiempo»)han tenido un auge sin precedentes durante las últimas décadas. Así, después del éxito de las compañías japonesas durante los años que siguieron a la crisis de los setenta, investigadores y empresas de todo el mundo centraron su atención en una forma de producción que, hasta ese momento, se había considerado vinculada con las

tradiciones tanto culturales como sociales de Japón y, por tanto, muy difícil de implantar en industrias no japonesas.

El JIT es una metodología de organización de la producción que tiene implicaciones en todo el sistema productivo. Además de proporcionar métodos para la planificación y el control de la producción, incide en muchos otros aspectos de los sistemas de fabricación, como son, entre otros, el diseño de producto, los recursos humanos, el sistema de mantenimiento o la calidad.”(Marín & Delgado, 2013)

La producción justo a tiempo, es un sistema muy conocido el cual lo aplican la mayoría de las empresas como una estrategia, puesto que es una metodología de organización de la producción que se implica en todo el sistema productivo, también proporciona métodos para la planificación de la producción.

Objetivo del Justo a Tiempo.

De acuerdo con Muñoz N.(2009)en su libro menciona que “El objetivo fundamental de la filosofía justo a tiempo es el de lograr un flujo continuo de proceso de producción, desde la recepción de materiales hasta la venta final; esto equivale a asegurar a los inventarios de materia prima, de productos en proceso y terminados, se reduzcan al mínimo, dicho de otra forma, que se produzcan el número adecuado en el momento requerido”

La implementación del Justo a Tiempo comprende seis fases: organización, educación, evaluación y valoración; y planeación.

Organización:

“Se debe formar un amplio comité de organización con representación por parte de compras, ingeniería de diseño y de producción, administración de producción, y control de producción ingeniería industrial, control de calidad, mantenimiento y operaciones.” (Valera Corral, 2007)

Educación:

“El desarrollo de conocimiento, comprensión, confianza y fe a través de la organización se inicia en la fase de organización y se solidifica en la fase de educación. Aunque en un modo de operación JIT, la educación es continua, es más intensa y crucial al principio. Debe iniciarse en la alta gerencia y abarcar, virtualmente, a todos los integrantes de la organización. La organización completa debe comprender y apreciar JIT para lograr todos sus beneficios. Nada funcionará en la planta a menos que los trabajadores estén convencidos de sus beneficios: y no llegarán a la planta si el personal de planta y los administradores de nivel medio no apoyan este método. Primero, la educación debe cubrir los objetivos y la filosofía básicos de JIT y su importancia para todos los empleados (su sustento y desarrollo). Se debe hacer hincapié en que JIT no es un programa de “microondas”: los beneficios no llegan de la noche a la mañana. Se necesita paciencia. Es una evolución, no una revolución, y no todos los cambios serán exitosos. La educación también debe abarcar conceptos básicos referentes a áreas tales como la importancia del cliente, la calidad, el costo del inventario, el tiempo guía y la productividad. Después del programa inicial de educación resultan apropiados programas específicos y enfocados a la educación y a la capacitación referente a temas como reducción de las preparaciones, trabajo con los proveedores, control estadístico del proceso y tecnología de grupos.”(UNAD-Universidad Nacional Abierta y a Distancia, 2011)

Evaluación y valoración:

“Debido una cola las Organizaciones Tienen Diferentes ambientes y están en Etapas Distintas en el Desarrollo de Sus Actividades de Producción, cada una debe formular una valoración de sus ambientes, decidir sus Objetivos Estratégicos relativos a JIT y evaluar su estado relacionado con los Objetivos Principales real de JIT Operación.”(Hurtado Muñoz, 2011)

Planeación:

“El plan inicial empieza por obtener el compromiso por parte de la alta gerencia y a continuación se sigue de cerca por programas educativos introductorios dirigidos a toda la fuerza de trabajo. Es posible que para diferentes grupos sean adecuados programas distintos.”(Hurtado Muñoz, 2011)

La implementación del justo a tiempo comprende de fases que son importantes aplicar dentro de una empresa, pues si se aplica estas fases se podrá manejar de la mejor manera eficientemente las actividades y funciones que existe dentro la empresa.

Función de producción de la empresa.**Proceso:**

“Conjunto de actividades mutuamente relacionadas que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.”(Cervera Martínez, 2001, pág. 29)

“Un proceso es una secuencia de tareas o actividades interrelacionadas que tiene como fin producir un determinado resultado (producto o servicio) a partir de unos elementos de entrada y que se vale para ello de unos ciertos recursos.”(Alcalde, 2009, pág. 90)

Producción:

“El término “producción”, tal como se emplea aquí, es la actividad de utilizar los procesos, máquinas y herramientas y de realizar las correspondientes operaciones mentales y manuales con el fin de obtener unos productos a partir de las materias y componentes básicos. La producción es una parte de la actividad, más amplia, de fabricación que incluye también la planificación de la fabricación. Lo que distingue a la producción de lo que no es producción (es decir, la planificación de la fabricación, el mantenimiento de la maquinaria, etc.) es que las operaciones de producción

modificar directamente el carácter del producto, por ejemplo, su composición, su forma, etc.”(Juran, Gryna, & Bingham, 2005, pág. 267)

Insumo:

“Los recursos empleados en el proceso de producción. Los ejemplos en el análisis económico generalmente aplican los insumos de capital (que representa el insumo fijo) y la mano de obra (que representa los insumos variables). Otros términos usados en referencia a estos recursos son factores y factores de producción.” (Keat & Young, 2004, pág. 271)

“Insumos (o input) son todos los medios que se utiliza en un proceso para producir u producto final (u output). Incluye: la información o materiales (los insumos básicos que deben ser transformados), los métodos (las formas específicas en las que las actividades se llevan a cabo), los equipos (la maquinaria o algún otro <<equipo industrial>> utilizado en el proceso) y las personas (los individuos que trabajan en el proceso, su formación y sus niveles de preparación, que deben ajustarse a las tareas que deben realizar). No importa lo bien que este diseñado un proceso; si los insumos no responden con presión a sus especificaciones, no se logra el producto final deseado.”(Band, 1994, pág. 72)

Las funciones de producción para la empresa son muy importantes, en especial para la producción de jean, ya que para esto es necesario contar con insumos de calidad, que ayuden a la producción para finalmente obtener un producto con altos estándares que satisfaga al cliente y de esta manera poder ser competitivos en el mercado.

2.4.2. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE

COMPETITIVIDAD

Concepto

“La competitividad se entiende como la capacidad de una empresa para generar un producto o servicio de mejor manera que sus competidores. Esta capacidad resulta fundamental en un mundo de mercados globalizados, en los que el cliente por lo general puede elegir lo que necesita de entre varias opciones. Así, cada vez más las organizaciones, ya sea un fabricante, un hotel, una escuela, un barco, un gobierno local o un partido político, compiten por los clientes, por los estudiantes, por los recursos de apoyo, etc. Esto lleva a que las compañías busquen mejorar la integración e interrelación de sus diversas actividades.”(Gutiérrez Pulido, 2010)

Ayuda a la empresa a fortalecer las capacidades productivas y organizacionales, es decir para que pueda generar un producto de calidad, para que pueda enfrentarse ante la fuerte competencia que existe en el mercado, ya que hoy en día el mercado es globalizado, y es importante a que la empresa transforme las ventajas comparativas en ventajas competitivas, y a través de esta estrategia aplicada poder alcanzar el desarrollo de la empresa y su posible expansión.

Modelo de Análisis de la Competitividad de la Empresa

“La utilización del concepto de competitividad en el lenguaje común del economista presenta diferentes apreciaciones y significados, dadas las relaciones y componentes diversos que se entremezclan en un sentido real o efectivo del auténtico contenido del término. Para clarificar su complejidad natural y facilitar los estudios siguientes se propone el modelo elaborado por Bueno y Morcillo.

El modelo consta de las siguientes partes:

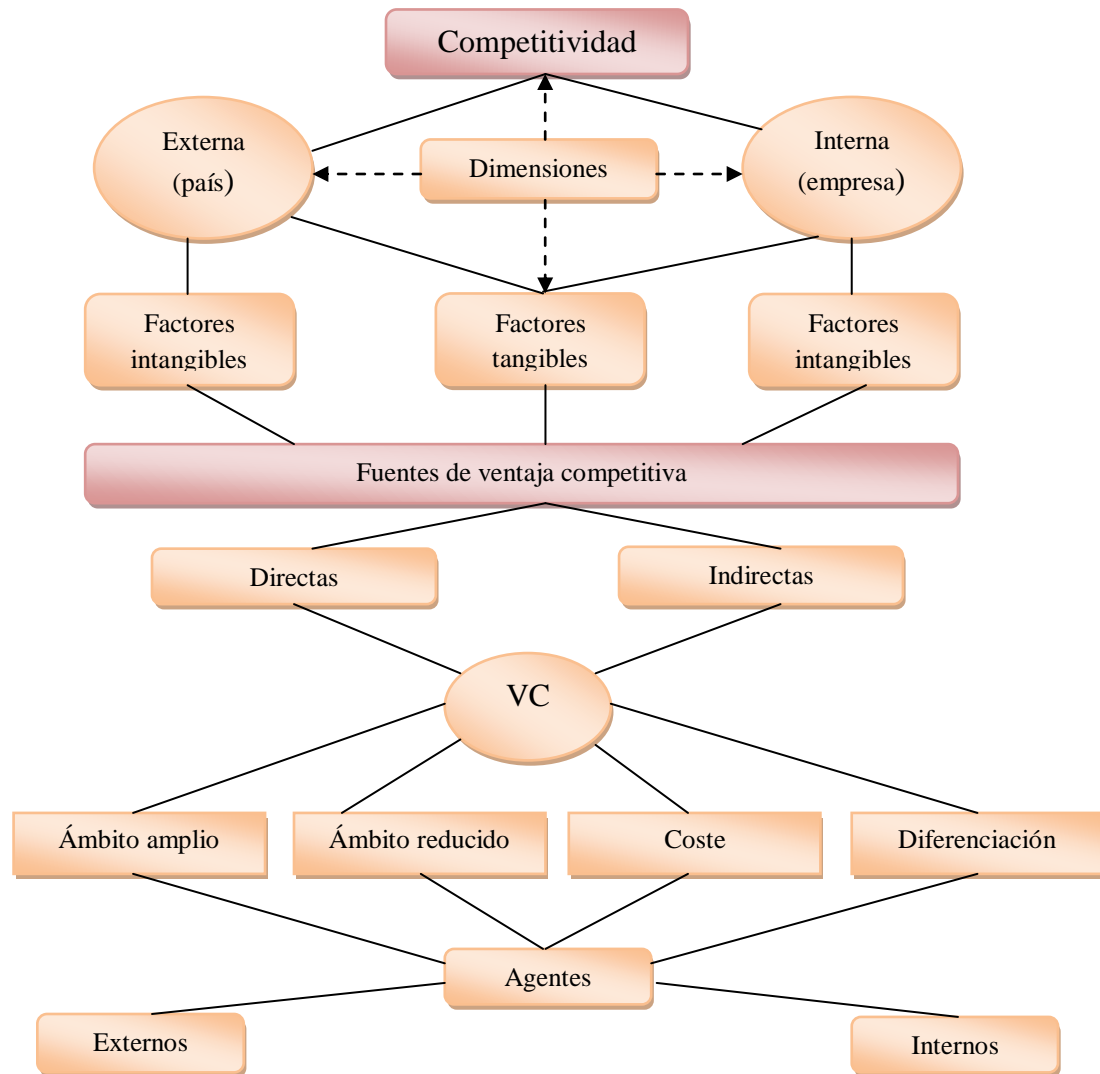
- 1.- Dimensiones de la competitividad.
- 2.- Factores de competitividad.

3.- Fuentes de ventajas competitivas.

4.- Clases de ventajas competitivas

5.- Agentes de la competitividad.” (Campos Bueno, 2005, pág. 218)

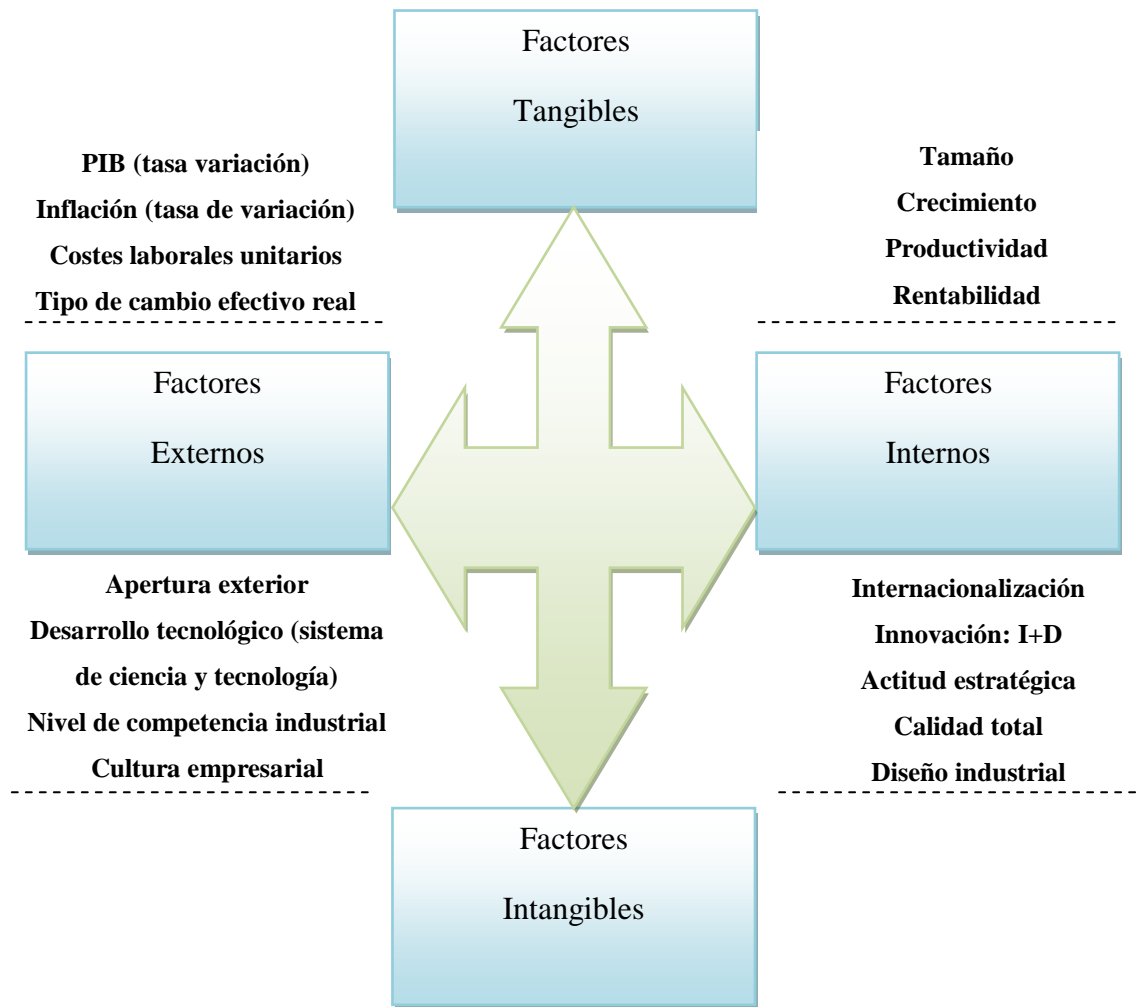
Gráfico 6: Modelo de análisis de la competitividad



Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Bueno Campos. E. (2005). Curso Básico de Economía de la Empresa. Madrid: ediciones Pirámide. Pág. 219.

Gráfico 7: Factores de la competitividad

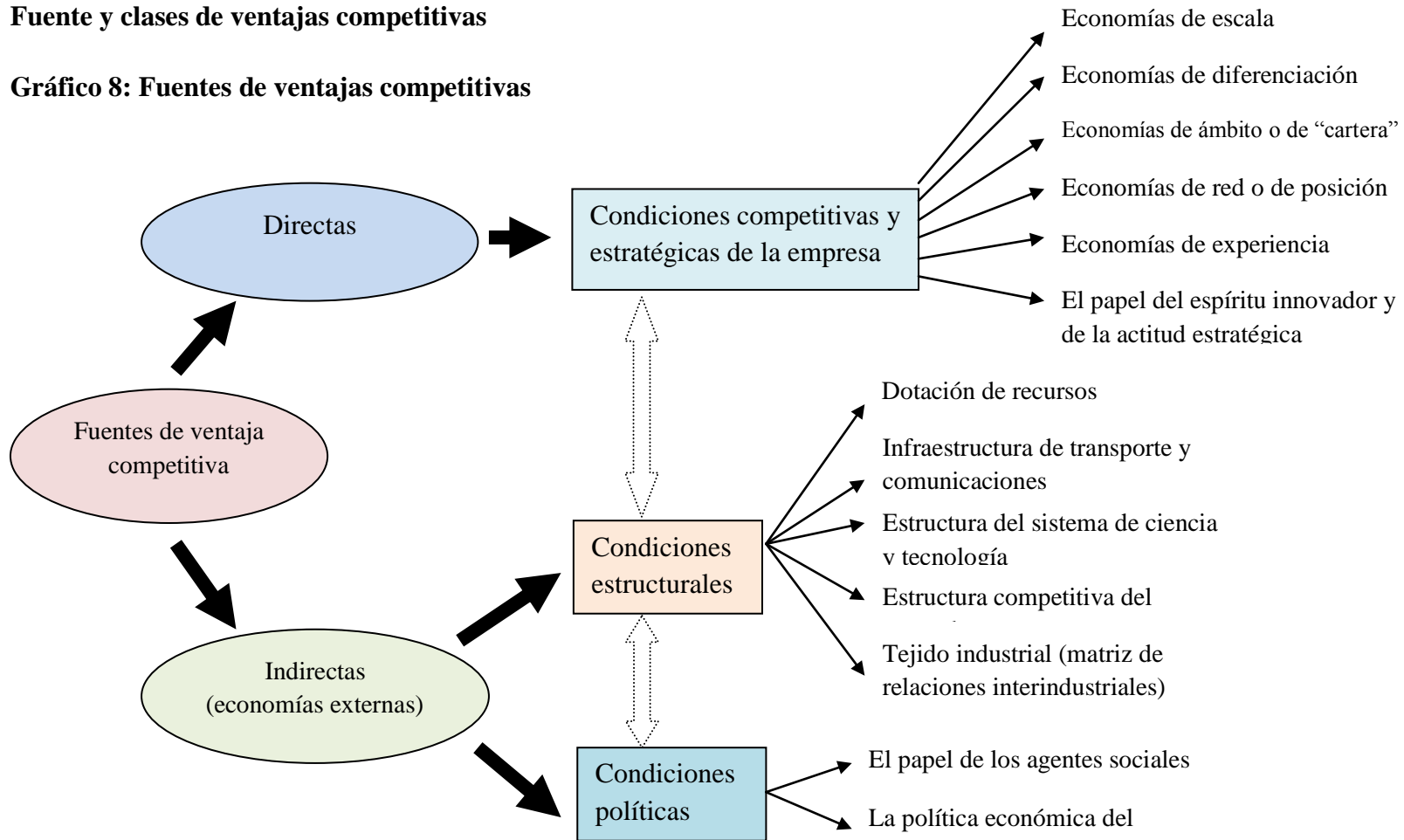


Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Bueno Campos, E. (2005). Curso Básico de Economía de la Empresa. Madrid: ediciones Pirámide. Pág. 220.

Fuente y clases de ventajas competitivas

Gráfico 8: Fuentes de ventajas competitivas

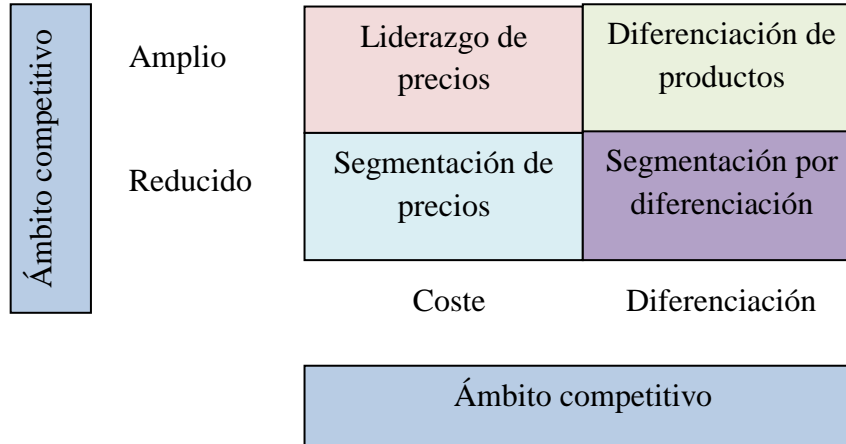


Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Bueno Campos, E. (2005). Curso Básico de Economía de la Empresa. Madrid: ediciones Pirámide. Pág. 222

Clases de ventajas competitivas

Gráfico 9: Clases de ventajas competitivas y estrategias genéricas



Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Bueno Campos. E. (2005). Curso Básico de Economía de la Empresa. Madrid: ediciones Pirámide. Pág. 224.

Medida de la Competitividad de la Empresa

“Según los factores propuestos que explican la competitividad de la empresa, es evidente que puedan existir diversas formas de medir la misma, se va utilizar la propuesta formulada por la AECA, consiste en asociar la competitividad, como posición relativa frente a la competencia, a una medida de la eficiencia global de la empresa, tal y como ha sido definida en esta obra hasta este momento.

El <<índice de competitividad>> o <<eficiencia global>> se expresa por el ratio siguiente:

$$E_G = \frac{R_A}{R^*} = \frac{\text{Resultado actual de la empresa}}{\text{Resultado mejor de la competencia}}$$

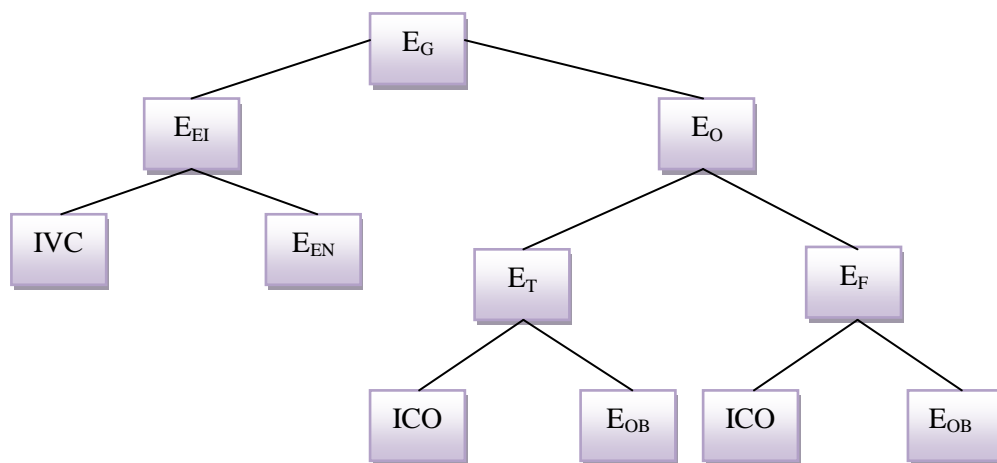
Este resultado se puede medir con cualquiera de las variables más significativas relativas a conceptos de productividad o rentabilidad (ventas por empleado, valor añadido por empleado, beneficio por unidad de producción, cash flow (flujo de fondos) por unidad de producción o por unidad de tiempo, etc.).

Este <<índice de competitividad>> se puede ir desagregando tal y como la figura. La primera descomposición hace referencia a las dimensiones o a los orígenes de la competitividad: externa o estratégica e interna u operativa. Para ello en el resultado potencial de la empresa, por lo que se obtiene esta expresión.

$$E_G = \frac{R_p}{R^*} \times \frac{R_A}{R_p} = E_E \times E_O$$

En el primer factor o <<eficiencia estratégica>> (E_E) explica si la empresa tiene o no ventaja competitiva a largo plazo, y el segundo o <<eficiencia operativa>> (E_O) si la empresa tiene capacidad o no para mejorar su competitividad a corto plazo.

Gráfico 10: Desagregación de la eficiencia Global



EG: Eficiencia global o competitividad. **IVC:** índice de ventajas comparativas. **EE:** Eficiencia estratégica; subíndice **I:** internacional, subíndice **N:** nacional. **EO:** Eficiencia operativa. **ET:** Eficiencia técnica. **ICO:** índice de consistencia en la fijación de objetivos (eficiencia de pronósticos). **EOB:** Eficiencia en el cumplimiento de objetivos propuestos. **EF:** Eficiencia financiera.

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Bueno Campos. E. (2005). Curso Básico de Economía de la Empresa. Madrid: ediciones Pirámide. Pág. 220.

Una segunda descomposición lleva a la introducción de los distintos niveles de competitividad en la <<eficiencia estratégica>>, de forma que se pueda preciar su

posible ventaja competitiva en uno u otro nivel. En concreto, si se diferencia entre los mejores resultados de la competencia a nivel internacional (R_I^*) y a nivel nacional (R_N^*), claro está, siempre que sean distintos, la expresión E_E sería:

$$E_{EI} = \frac{R_N^*}{R_I^*} \times \frac{R_P}{R_N^*} = IVC \times IPC$$

En donde IVC expresa el <<índice de las ventajas comparativas>> o entre países e IPC el <<índice de la posición competitiva>> de la empresa en su sector nacional.

Una tercera descomposición puede afectar a la <<eficiencia operativa>>, primero distinguiendo entre factores técnicos (cantidades) y entre factores financieros (precios) y segundo introduciendo en la expresión (E_O) el <<resultado fijado como objetivo>> por la empresa (R_{OB}). En cuanto al primero se puede plantear así:

$$E_O = \frac{Q_A}{Q_P} \times \frac{P_A}{P_P} = E_T \times E_F$$

En donde **Q** son las cantidades físicas, en su caso, de la variable de medida (actual y potencial), y los **P** los precios correspondientes, por lo que la <<eficiencia operativa>> se compone de dos factores: <<eficiencia técnica>> (E_T) y <<eficiencia financiera>> (E_F). Con respecto al segundo, si se introduce el <<resultado objetivo>> se tendrá

$$E_O = \frac{R_{OB}}{R_P} \times \frac{R_A}{R_{OB}} = ICO \times E_{OB}$$

Expresión que se compone del <<índice de consistencia>> en la fijación de los objetivos (ICO) y del <<índice de eficiencia>> de la empresa o grado de cumplimiento de los mismos.”(Campos Bueno, 2005, pág. 225)

Con estas medidas la empresa puede evaluar la competitividad de la misma, como la fijación de sus objetivos, la eficiencia operativa y productiva; sus técnicas de producción, que son ventajas de la empresa ante otras.

“Formas de elevar la competitividad

Las empresas de cualquier tipo, tamaño y rama productiva, deben tener como uno de sus objetivos primordiales elevar su competitividad. Para conseguirlo, deben desarrollarse todos los factores de la competitividad que están inmersos en los diversos niveles, como se expone en el modelo de competitividad sistémica.

A nivel de las empresas, estas deben establecer estrategias competitivas que les permitan adquirir ventajas que incrementan su nivel y que las sitúen encima de sus competidores. Además, deben buscar la permanencia de su ventaja; que se convierta en ventaja competitiva sustentable.

La ventaja competitiva sustentable la conquistan las empresas mejorando sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos de los que carecen sus competidores o los poseen en menor medida.

Aunque ya se comentaron algunos aspectos en torno de las estrategias competitivas que facilitan la obtención de ventajas competitivas sustentables, debe insistirse en que las empresas deben actuar sobre los factores que determinan la competitividad, con el fin de aumentarla. Por ejemplo:

- 1. Mejorar la capacidad de la organización para acrecentar los rendimientos de los factores como:** el trabajo, el capital, las materias primas, las ideas y los conocimientos.
- 2. Establecer y fomentar economías en la producción.** Es decir, aplicar estrategias que les permitan conseguir economías de escala internas, en particular en los procesos de fabricación, y tomar acciones para lograr economías de escala externas.
- 3. Trabajar mucho en la reducción de costos, con una buena administración que haga posible bajar precios.** En otras palabras, ser líder en costos y precios.

4. **Contar con un sistema de calidad total**, que es clave para elevar la competitividad, y establecer un sistema de mejora continua de productos, servicios, procesos y sistemas.

5. **Instituir la innovación como estrategia**, como arma competitiva, promoverla y estimularla. La innovación significa crear nuevos:

a.- Productos

b.- Servicios

c.- Procesos

d.- Sistemas

e.- Equipos”(Méndez Morles, 2011, pág. 316 & 317)

La empresa OZZONO deberá contar con estrategias competitivas, puesto que el mercado es globalizado y existe mucha competencia, estas formas de elevar la competitividad son una pequeña base para que la empresa tome como ejemplo y pueda desarrollar otras formas de competitividad.

Importancia de la competitividad

“La ventaja competitiva es importante porque le permite a la empresa hacer frente a las amenazas competitivas y mantener la cuota de mercado como base para el mantenimiento de la rentabilidad a largo plazo. También le permite a una empresa atraer capital esencial para lograr un rendimiento superior a la media para los inversores.”(Linton, 2011)

Para las empresas contar con una ventaja competitiva es importante, ya que la empresa puede hacer frente a las amenazas internas y externas, que pueda afectar a la misma, también permite atraer más capital a la empresa y así pueda lograr mayor rendimiento.

Factores de Competitividad

Productividad:

“La productividad es una medida de eficiencia que se relaciona con la producción. Conceptualmente, puede definirse como la interrelación entre los ingresos, el proceso de conversión y los egresos.” (Tejada, 2007, pág. 289)

Calidad:

“La calidad es la excelencia de un producto, lo cual incluye su atractivo, su carencia de defectos, su confiabilidad y su buen desempeño a largo plazo. La importancia de la calidad y los estándares para una calidad aceptable han aumentado mucho en los últimos años.”(Bateman & Snell, 2005, pág. 12)

Introducción a la terminología

“Contemplada desde el ángulo de la gestión, la calidad requiere un marco teórico general donde desarrolla sus objetivos a través de la unidad de acción proporcionada por los conceptos comunes, estrategias, procesos, formación y motivación. Según Juran, para lograr la unidad de acción se necesita salvar un conjunto de obstáculos, clasificados en dos categorías:

- 1.- Los obstáculos manifiestos, que surgen de las discrepancias en los puntos de vista de los miembros de la dirección.
- 2.- Los obstáculos ocultos, que nacen de las diferencias en las premisas, conceptos e, incluso, en el significado de las palabras claves.

El estudio de la calidad y de su gestión precisa del conocimiento y normalización de unos conceptos generales-definidos en su mayor parte en la norma ISO (International Organization for Standardization) 8402, las normas españolas UNE (Asociación Española de Normalización) 66.001-88 y 66.900-89 y las normas europeas EN (Comité Europeo de Normalización) 29000- aplicables a cualquier tipo de empresa, cualquiera que sea su tamaño y actividad. Conceptos que se exponen a continuación:

a.- La política de calidad comprende el conjunto de directrices y objetivos generales relativos a la calidad expresados formalmente por la Dirección; son, pues, los principios generales que guían la actuación de una organización. Forma parte de la política general de la empresa aprobada por los órganos directivos y está constituida por el conjunto de proyectos referidos a la calidad.

b.- La gestión de calidad es aquel aspecto de la función directiva que determina y aplica la política de calidad. Comprende tres procesos: planificación, organización y control. Juran prefiere desarrollarla a través de las tres frases de su trilogía: planificación, control y mejora de la calidad. Por su parte, Deming, al igual que Crosby, la explica mediante catorce actuaciones.

c.- La planificación de la calidad constituye el proceso de definición de las políticas de calidad, generación de los objetivos y establecimiento de las estrategias para alcanzarlos. Es la actividad destinada a determinar quiénes son los clientes y cuáles son sus necesidades, desarrollar los procesos y productos requeridos para satisfacerlas y transferirlos a las unidades operativas.

d.- La organización para la calidad es el conjunto de la estructura organizativa, los procesos y los recursos establecidos para gestionar la calidad. Es la división de funciones y tareas y su coordinación.

e.- El control de la calidad abarca las técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas en la verificación del cumplimiento de los requisitos relativos a la calidad. Consiste en determinar si la calidad de la producción se corresponde con la calidad del diseño. Es el proceso a través del cual se puede medir la calidad real, compararla con las normas y actuar sobre la diferencia.

f.- La mejora de la calidad supone la creación organizada de un cambio ventajoso. No solo eliminar los picos esporádicos de la mala calidad objeto de control, sino un proceso planificado de búsqueda del perfeccionamiento.

g.- El sistema de calidad es el conjunto de la estructura de la organización, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos que se disponen para llevar a cabo la gestión de la calidad. Es el conjunto de los planes formales de calidad.

h.- El manual de calidad es el documento utilizado en la descripción e implementación del sistema de calidad. En él se establecen las políticas, sistemas y prácticas de calidad de una empresa.

i.- La garantía de la calidad o sistema de aseguramiento de la calidad comprende el conjunto de acciones, planificadas y sistematizadas, necesarias para infundir la confianza de que un bien o servicio va a cumplir los requisitos de la calidad exigidos. Incluye el conjunto de actividades realizadas por la empresa, dirigidas a asegurar que la calidad producida satisface las necesidades del consumidor.

j.- La calidad total es el conjunto de principios, de estrategia global, que intenta movilizar a toda la empresa con el fin de obtener una mejor satisfacción del cliente al menor coste”(Varo, 1994, págs. 3-5)

Recursos humanos:

“Llamamos capital humano al grupo de personas que, organizadas bajo una entidad (empresa, institución, asociación, cooperativa o institución), contribuyen a la consecución de la oferta de un servicio, producto, bien o satisfactor.”(Arizpe Farías, 2007, pág. 15)

Servicio al cliente:

De acuerdo con Publicaciones Vértice S.L. (2008) “Los servicios a clientes son operaciones, beneficios o ayuda que se ofrece en venta o se proporcionan junto a la venta de productos. Los servicios a clientes representan una fuerte arma competitiva”

Producción:

“El termino<<producción>>, tal como se emplea aquí, es la actividad de utilizar los procesos, máquinas y herramientas y de realizar las correspondientes operaciones mentales y manuales con el fin de obtener unos productos a partir de las materias y componentes básicos. La producción es una parte de la actividad, más amplia, de fabricación que incluye también la planificación de la fabricación. Lo que distingue a la producción de lo que no es producción (es decir, la planificación de la fabricación, el mantenimiento de la maquinaria, etc.) es que las operaciones de producción modifican directamente el carácter del producto, por ejemplo, su composición, su forma, etc.”(Gryma, Bingham, & Juran, 2005, pág. 267)

Herramientas de gestión:

“Las herramientas de gestión no tienen una utilidad cerrada, sino que cada una de ellas puede aportar una serie de beneficios a las organizaciones que las utilizan.

Dado que estas herramientas se utilizan cuando las empresas quieren tener mejora, las ventajas del uso de herramientas de gestión se pueden resumir en las siguientes actividades:

- a.- Detectar los problemas u oportunidades de mejora.
- b.- Priorizar los problemas para seleccionar el que vamos a resolver.
- c.- Analizar este problema para agrupar o relacionar sus causas.
- d.- Buscar e implementar la solución. Mejorar la calidad.”(Asociación Española para la Calidad, 2001)

Innovación:

“La innovación establece las ventajas competitivas y, por ello, es el alma de todo el proceso empresarial. Que opera sobre actos creativos en general (inventos o no), es el proceso mediante el cual esos prototipos o modelos (concepto o ideas) se integran al

mercado y se ofrecen como bienes para ser adquiridos por los clientes.”(Varela, 2008, pág. 263)

Formalización:

Robbins (2005) menciona que “La formalización se refiere al grado en el que los trabajadores de una organización están estandarizados, y en el que las normas y procedimientos guían el comportamiento de los empleados.”

Asociatividad:

“La Asociatividad como estrategia para competir, se diferencia por el abordaje de las empresas, en las opciones estratégicas seleccionadas y básicamente en los tipos de articulaciones que se pretenden construir en el proceso asociativo.” (Valdez, 2005, pág. 17)

Son elementos importantes que contribuyen a que la empresa pueda ser competitiva, puesto que se tienen que aplicar para manejar de manera eficiente la empresa y generar el desarrollo económico de la empresa.

Ventaja Competitiva

El termino ventaja competitiva indica la capacidad de una empresa para alcanzar la superioridad en el mercado. A largo plazo, una ventaja competitiva sostenida proporciona un desempeño superior al promedio. (Evans & Lindsay, 2008, pág. 263)

Tipos básicos de ventaja competitiva

Liderazgo de costos

“Liderazgo por costos: la organización busca establecerse como el productor de más bajo costo en su sector. El ámbito de actuación es alargado, intentando llegar a distintos segmentos de mercado a la vez, en general, con un producto estándar sin darle mucha importancia a servicios no esenciales, tales como el embalaje, el

designan, la publicidad, etc. Las fuentes de ventajas de costos varían de sector a sector, pero, en general, se pueden enumerar las economías de escala y el aprendizaje acumulado, la explotación de sinergias comerciales o tecnológicas, la tecnología patentada, la ubicación y facilidad de acceso a los factores productivos y bien a los mercados de clientes, entre otros.” (Paulo Nuñez, 2012)

“-Lograr el Liderazgo por costos significa que una firma se establece como el productor de más bajo costo en su industria.

-Un líder en costos debe lograra paridad, o por lo menos proximidad, en base a diferenciación, aun cuando confía en el liderazgo de costos para consolidar su ventaja competitiva.

-Si más de una compañía intenta alcanzar el liderazgo por costos al mismo tiempo, este es generalmente desastroso.

-Logrado a menudo a través de economías a escala.”(Porter, 2007)

Diferenciación

“Cuando una empresa consigue ofrecer un producto que es considerado por el mercado o parte del mercado como un producto único, incomparable, sin igual. Esto lleva a los consumidores a pagar más por ese producto. Es un producto mucho más adaptado a las preferencias de los consumidores. La diferenciación proviene de la adaptación.

Capacidades distintivas que llevan a una Ventaja Competitiva en diferenciación:

Diseño estético: Muchas empresas se esfuerzan en que sus productos sean estéticos.

Tecnología de productos/procesos: Un producto realizado de manera única.

Rapidez de entrega: Esta capacidad es causada por varias habilidades: RRHH logística de empresa, sistema productivo, departamento comercial, y en general en la integración de todos estos factores.

Rapidez en nuevos productos: Innovación de productos antes que otras empresas.

Marca (prestigio): Hay consumidores que están dispuestos a pagar más simplemente por la marca, independientemente por el producto.

Comunicación: Consigue agrupar a individuos con habilidades muy amplias en compañía de publicidad.

Problemas a consecuencia de la diferenciación:

-Dar lugar a un coste mayor dentro de la empresa y me obliga a poner un precio alto.

-Cambios en los gustos del mercado.

-No acertar con la diferenciación: buscar algún aspecto, invertir en él y que luego no interese al consumidor.

-Los atributos más normales ya están diferenciados por empresas establecidas en el sector.” (Ponce de León, 2009)

Permite a la empresa desarrolle nuevas técnicas y estrategias, que ayuden a la empresa a alcanzar superioridad en el mercado, a ser líderes en costos y calidad del producto, y luego su desarrollo de manera eficaz y eficiente que dure a largo plazo, se basa en el objetivo propuesto por la empresa.

Ventaja Comparativa

“Lo relevante de la ventaja comparativa es que indica en que actividad o industria cada economía se especializa, siendo la especialización un factor clave en la

economía; siendo uno de los elementos claves para el desarrollo de los países, la apertura de los mercados, para obtener la ganancia que genera el libre comercio.

Las empresas (o países) deberían generar costes inferiores o productos diferenciados que permitan obtener mejores precios, y que con el tiempo la producción sea mejorada por medio de una oferta de productos de calidad superior o a través de un proceso de producción más eficiente. Obteniendo así, una “ventaja comparativa” con el resto de empresas (o países).”(Bonifaz, 2015)

La ventaja comparativa es una herramienta que indica en que actividad de producción, la empresa se puede especializar, puesto que es un elemento clave para el desarrollo de la empresa, abrir nuevos nichos de mercado, que generan ganancias, y a través de esta ventaja comparativa se puede generar una ventaja competitiva que ayudara al desarrollo de la empresa.

2.5. HIPÓTESIS

El proceso de producción influye en la competitividad, de la fabricación de jean en la empresa “OZZONO” parroquia el Tambo, cantón Pelileo.

2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Proceso de Producción

Variable Dependiente: La Competitividad

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo investigativo se encuentra enmarcado dentro de las modalidades básicas de la investigación las cuales se mencionan a continuación.

Investigación Bibliográfica o Documental

Para la mejor comprensión de los factores a ser estudiados y a al análisis de los datos que se obtendrá, se toma como fuente de apoyo esta metodología de investigación, en el que se recolectara información concreta y amplia, que se encontrara disponible en libros, revistas, leyes, códigos, tesis, periódicos, páginas web, entre otros que ayudara a la elaboración de la categorización de las variables estudiadas, con el objetivo de conocer las contribuciones científicas y para establecer una relación entre conocimientos del pasado y el actual; por tanto a continuación se cita la definición de la investigación bibliográfica.

“La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiéndose por esto todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o acontecimiento.”(Cázares Hernández, 1990, pág. 18)

Moreno (1987, pág. 41) define a “La investigación documental reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente a fuentes de datos en los que la información ya se encuentran registradas”

Investigación de Campo

“La investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se produce los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.”(Herrera, Medina, & Naranjo, 2004, pág. 104)

De acuerdo con Moran y Alvarado (2010, pág. 8)“La investigación de campo se caracteriza porque el mismo objeto de estudio sirve de fuente de información para el investigador. Escriba en observación directa y en vivo de las cosas y la conducta de personas, fenómenos, etc.”

Esta investigación permitirá tener un contacto directo con el objeto de estudio, es decir tratar directamente con la realidad del problema el cual se va a estudiar, para la recolección de información dentro de la empresa “OZZONO” previamente se contara con la autorización y ayuda del Gerente Propietario, al igual que con la colaboración de los empleados que intervienen en la producción de jean, quienes proporcionaran la información de primera mano, el cual es de suma importancia para realizar este trabajo investigativo, puesto que es la base, conociendo todo posteriormente se propondrá una solución que ayude a la empresa.

3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizaran o se aplicaran los siguientes tipos de investigación.

Investigación Exploratoria

Este tipo de investigación será la primera en aplicarse, a continuación citamos algunas definiciones.

Según Llopis (2004, pág. 40)“La investigación exploratoria es aquella en la que se intenta obtener una familiarización con un tema del que se tiene un conocimiento general, para plantear posteriores investigaciones u obtener hipótesis.”

“Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento.”(Gross, 2010)

Esta investigación se realizara con el propósito de tener un acercamiento científico al problema que existe en la empresa, es decir que la investigación se realizara directamente con el objetivo de estudio, para analizar cada uno de los procesos de producción y los factores que intervienen en el mismo, para dar una solución y que genere el correcto funcionamiento.

Investigación Descriptiva

“Estudia los fenómenos tal y como aparecen en el presente, en el momento de realizar la investigación. Incluye gran variedad de estudios cuyo objetivo es describir los fenómenos (diagnósticos, estudio de caos, correlaciones etc.).” (Barrantes Echaverría, 1999, pág. 64)

De acuerdo con Rodríguez (2005, pág. 25) menciona que “La investigación descriptiva trabaja sobre la realidad y sus característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.”

“La investigación descriptiva persigue, como su nombre indica, describir que es lo que está ocurriendo en un momento dado: porcentaje del público objetivo que consume una marca en un lugar determinado, características de las personas que utilizan un servicio concreto, etc. Se trata de estudios más formales y estructurados que los realizados en la investigación exploratoria.”(Merino Sanz, Pintado, Sánchez, Grande, & Estévez Muñoz, 2010, pág. 79)

Esta investigación se ejecutará con el objetivo único de describir los fenómenos que generan el problema, es decir conocer si incide el proceso de producción de jean en la competitividad de la empresa, con el fin de establecer su estructura o comportamiento, para posteriormente dar una solución al mismo eficiente y que ayude a la empresa a crecer.

Investigación Explicativa

Peñarrieta (2005, pág. 68) menciona que “Este tipo de estudios o investigaciones está dirigido a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este.”

De acuerdo con Bernal (2006, pág. 115) “La investigación explicativa va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, o del establecimiento de relaciones entre conceptos; está dirigido a encontrar a las causas de los eventos, sucesos fenómenos físicos o sociales.”

Se ejecutara esta investigación con la finalidad de encontrar las causas de los eventos, que determinan ciertos comportamientos, desarrollando un estudio totalmente estructurado del problema y a su vez una propuesta viable para la empresa.

3.3. POBLACIÓN O MUESTRA

3.3.1. POBLACIÓN

“Llamamos población o universo al conjunto de los elementos que van a ser observados en la realización de un experimento. Cada uno de los elementos que componen la población es llamado individuo o unidad estadística.” (Vargas Sabadías, 1995, pág. 34)

De acuerdo con el concepto antes citado, en este trabajo investigativo la población u objeto a observar, son todos aquellos que están trabajando dentro de la empresa, en este caso el personal operativo y administrativo, para considerar todos los elementos que aporten al desarrollo de este trabajo, como el conocimiento y sus destrezas que aplican en la producción de jean; la población a estudiar son un total de 8 personas, es decir que es una población finita, ya que conocemos con exactitud cuántos son para aplicar la encuesta, y esto facilita a que la recolección de la información sea más precisa.

Tabla N° 1: Población

POBLACIÓN	NUMERO
Personal Administrativo	1
Personal Operativo	7
TOTAL	8

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: “Empresa OZZONO”

3.3.2. MUESTRA

No se aplicara la muestra puesto que como anteriormente se di a conocer, que la población es finita. Pero a continuación se cita una definición de la misma, dando a conocer su importancia en una investigación cuando la población es mayor.

De acuerdo con Juez & Díez (1997, pág. 95)“La muestra es subconjunto de individuos pertenecientes a una población, y representativos de la misma. Existen diversas formas de obtención de la muestra en función del análisis que pretende efectuar (aleatorio, por conglomerados, etc.).”

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

“El proceso que permite hacer el tránsito que parte del concepto y desemboca en el recurso cuantitativo (o cualitativo) con que se mide (o clasifica) dicho concepto se denomina operacionalización de variables. El término proviene de qué se trata, precisamente, de llevar la noción desde el plano teórico a lo operativo, y concierne al acto de medición del grado (o la forma) en que el concepto se expresa en una unidad de análisis específica.”(Silva, 1997, pág. 44)

Tabla N° 2: Variable Independiente: Proceso de producción

Conceptualización	Categorías o Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas o Instrumentos
Un es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.	Materia prima	% de materia prima % de mano de obra	¿La materia prima adquirida es de calidad?	Cuestionario de encuesta Anexo N° 1
	Proceso	% de mejora continua % infraestructura	¿Cuenta la empresa con un diseño adecuado de planta para el proceso de producción?	
	Producto	% de productos defectuosos	¿Las entregas de los productos a sus clientes es oportuna?	
		% de entregas oportunas		

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Marco Teórico

Tabla N° 3: Variable Dependiente: Competitividad

Conceptualización	Categorías o Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas o Instrumentos
Es la capacidad estructural de una empresa de generar beneficios sin solución de continuidad a través de sus procesos productivos, organizativos y de distribución, mediante estrategias con relación a los factores que influyen en la competitividad de la empresa, las cuales permiten alcanzar los objetivos deseados.	Productividad	% de deficiencia	¿La empresa cuenta con un talento humano capacitado?	Cuestionario de encuesta Anexo N° 1
		% recursos		
	Ventaja Competitiva	% precios competitivos	¿La empresa aprovecha todos los factores?	
		% innovación	¿Cree usted que el precio de su producto es competitivo?	
Rentabilidad	% utilidad % ventas			

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Marco Teórico

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información y el desarrollo de la investigación, se utilizara información primaria aplicando las técnicas de investigación respectivas, como la observación y la encuesta, como instrumentos de investigación el cuestionario.

Para realizar la investigación secundaria se maneja las técnicas de análisis de documentos, utilizando instrumentos de investigación, basándose en libros con temas de producción, competitividad, tesis de grados, revistas, documentos de sitio web entre otros, para la recolección de datos precisos que ayude a la investigación.

3.5.1. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

¿Para qué? La recolección de información para este trabajo de investigación permitirá cumplir con el objetivo general planteado en esta investigación la cual es: Determinar la relación del proceso de producción de jean con la competitividad de la empresa para el mejoramiento de la productividad.

¿De qué personas u objetivo? Los elementos que servirán como fuente de recolección de datos son el personal operativo y administrativo de la empresa.

¿Sobre qué aspectos? La recolección de datos para la investigación estará orientada sobre cada uno de los factores que están dentro del proceso de producción de jean y la relación de la ventaja competitiva.

¿Quién o quiénes? La investigación y recolección de información será responsabilidad total y exclusiva del investigador puesto que no es necesario la colaboración de otras personas.

¿A quiénes? Las personas que proporcionaran la información serán todas aquellas que estén involucradas directamente con la empresa es decir los obreros y el personal administrativo más el gerente propietario de la empresa.

¿Cuándo? El desarrollo de la investigación figurativamente se realizara durante el período de los años 2013 y 2014.

¿Dónde? El lugar donde se recolecte la información será en la empresa “OZZONO” del Cantón Pelileo.

¿Cuántas veces? La técnica de recolección de datos será aplicada una sola vez, si en el caso de que se requiera se volverá aplicar la técnica de recolección.

¿Cómo? La técnica para la recolección de información será la encuesta, puesto que contribuye un método descriptivo con el que se detectara ideas y opiniones de las personas involucradas.

“La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto de 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.” (Abascal & Grande, 2005, pág. 14)

¿Con que? El instrumento que se utilizará en la investigación consistirá en un cuestionario de preguntas previamente realizado.

3.6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.6.1. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

En el caso de este trabajo el procesamiento de información comprenderá de:

Revisión crítica de la investigación. Una vez recolectada la información se procederá a la revisión y a la depuración, es decir la eliminación de información defectuosa, incompleta, no pertinente, que permita la aplicación y tabulación de los datos.

Repetición de la recolección. Esto se lo hará solo y cuando sea necesario o en caso de que las preguntas realizadas no hayan sido de comprensión por parte de los encuestados.

Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis. Obtenida la información, los resultados se tabularan de acuerdo a las características de análisis y se procederá a determinar los objetivos de la información.

En lo referente al trabajo investigativo se aplicara la representación tabular y grafica de los datos.

Representación tabular. Se realizara la tabulación de todas las preguntas del cuestionario realizado a los involucrados en la investigación.

Representación gráfica. Se establecerá de forma gráfica los resultados obtenidos de la investigación para mejor comprensión de los mismos y a su vez permitirá realizar el análisis respectivo de los resultados.

Cabe indicar que la tabulación como la representación gráfica de los resultados serán realizados mediante la aplicación del programa Microsoft Excel, el cual permitirá cuantificar de una manera más rápida y efectiva la información recolectada.

3.6.2. PLAN DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis e interpretación de resultados se seguirán los siguientes procedimientos.

Análisis de los resultados estadísticos. Destacando la presencia de la tendencia o relaciones de acuerdo con el objetivo e hipótesis se realizara el análisis respectivo de los resultados obtenidos.

Interpretación de los resultados. Se realizara relacionando con el marco teórico, en los aspectos pertinentes.

Comprobación de hipótesis. Para esto se aplicara el método estadístico que más se ajuste a la metodología seleccionada.

Establecimiento de conclusiones y recomendaciones. Después de haber recopilado, analizado e interpretado toda la información que se obtuvo, se procederá a la formulación de las conclusiones, donde se determinara el cumplimiento de los objetivos específicos, por cuanto las recomendaciones se lo realizara basándose en las conclusiones obtenidas de los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. /4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS APLICADOS A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA OZZONO.

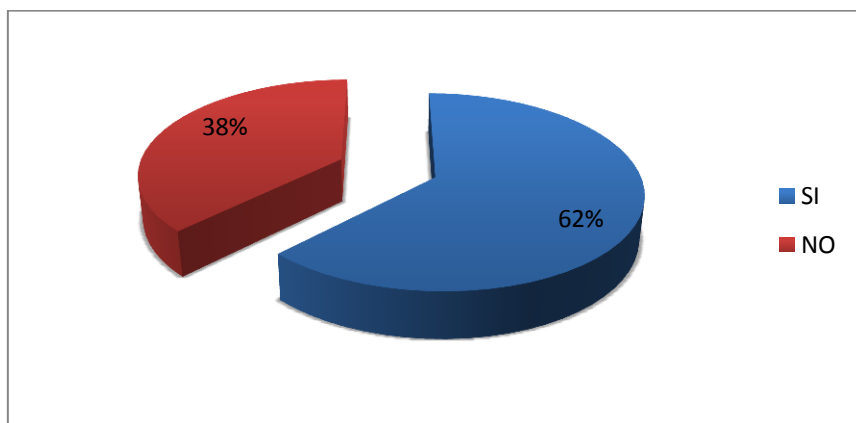
Pregunta N° 1: ¿Cree usted que la empresa cuenta con un proceso de producción determinado?

Tabla N° 4: Proceso de producción

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	5	37,50
NO	5	62,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 11: Proceso de producción determinada



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 4

Análisis:

Dentro de las personas encuestadas el 50,00% están de acuerdo en que cuentan un proceso de producción determinado, mientras el otro 50,00% manifiestan que no

existe proceso de producción determinado, por lo tanto que existe problemas al momento de la elaboración del producto.

Interpretación:

El diseño adecuado de planta para el procesos de producción dentro de la empresa no se encuentran bien definidos para la producción, ya que los trabajadores manifiestan que se tienen que moverse de un lugar a otro para poder realizar la función que le corresponde a cada uno de ellos, provocando así el retraso dentro del proceso y del producto final.

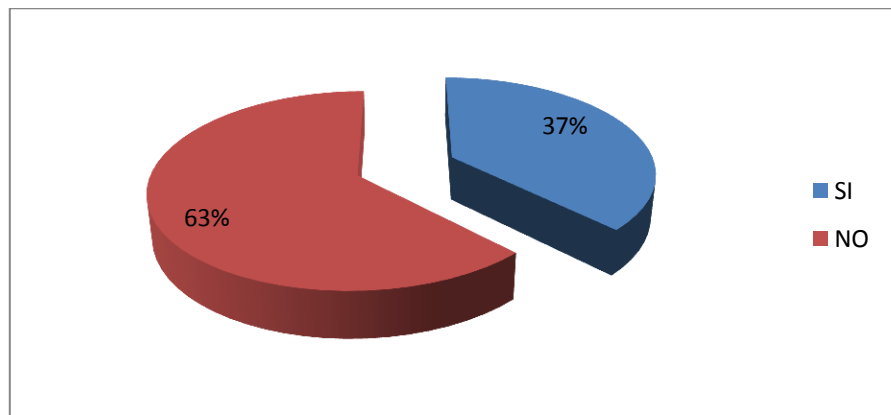
Pregunta N° 2: ¿Cuenta la empresa con maquinaria y equipo apto para la producción?

Tabla N° 5: Maquinaria y equipo apto para la producción

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	5	62,50
NO	3	37,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 12: Maquinaria y equipo



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 5

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada se logró determinar que el 62,50% manifiesta que cuentan con maquinaria y equipo apto para la producción, en tanto que el 37,50% señala que no existe.

Interpretación:

Dentro de lo observado la mayoría de trabajadores determinan que si cuentan con maquinaria y equipo apto para la producción, lo que significa que la empresa tiene ventajas comparativas, ya que como se observa cuentan con maquinarias aptas y modernas para la producción.

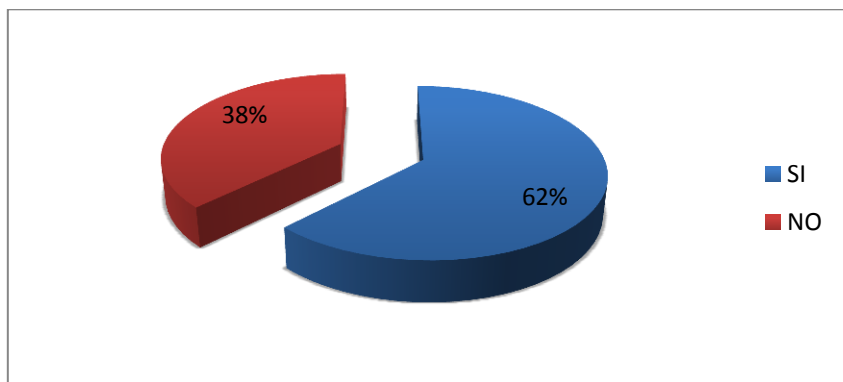
Pregunta N° 3: ¿La empresa “OZZONO” cuenta con una planificación adecuada para la producción?

Tabla N° 6: Planificación adecuada para la Producción

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	5	62,50
NO	3	37,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 13: Planificación adecuada para la Producción



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 6

Análisis:

El 62,50% de los encuestados señalan que cuentan con una parificación adecuada para la producción, mientras que el resto el cual es el 37,50% manifiesta que no se cuentan con una planificación.

Interpretación:

Acorde a lo que se puede verificar con la información recopilada y presentada gráficamente la mayoría de obreros manifiestan que la empresa si cuentan con una planificación adecuada para la producción, el cual ayuda a obtener un producto de calidad.

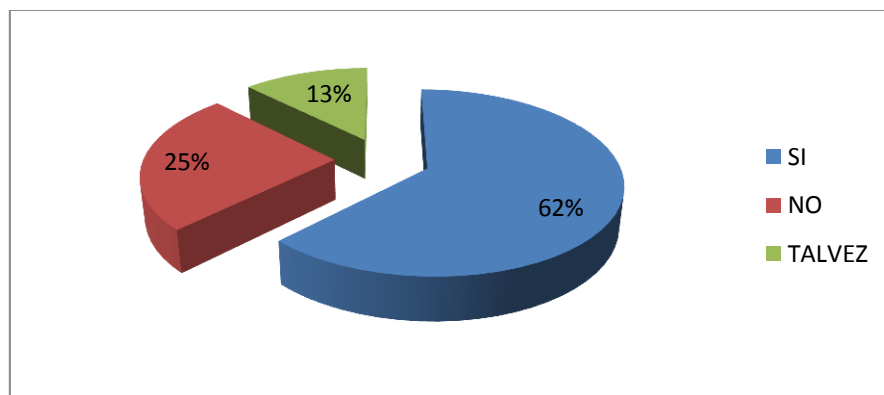
Pregunta N° 7: ¿Existe un control adecuado de la materia prima?

Tabla N° 7: Control de materia Prima

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	5	62,50
NO	2	25,00
Tal vez	1	12,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 14: Control de materia prima



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 7

Análisis:

En lo referente al control adecuado de materia prima para la producción de jean el 62,50% están de acuerdo de que si se realiza un control, mientras que el 25,00% señala que no se lo realiza, y el resto el 12,50% no están seguros de que si se realiza o no el control de la materia prima.

Interpretación:

Como se muestra en el grafico el sesenta y dos por ciento de los trabajadores conocen sobre el control adecuado de la materia prima, puesto que es importante dentro de la producción, debido a que este no debe tener fallos, sino el producto final indirectamente será de baja calidad y se tendrá de insatisfacción por parte de los clientes, causando así pérdidas económicas, sin embargo también se evidencia que existen trabajadores que no conocen sobre el control de las materias primas, es por eso que es importante darles a conocer sobre este tema, puesto que es uno de los factores que estaría determinando una estrategia competitiva a la empresa.

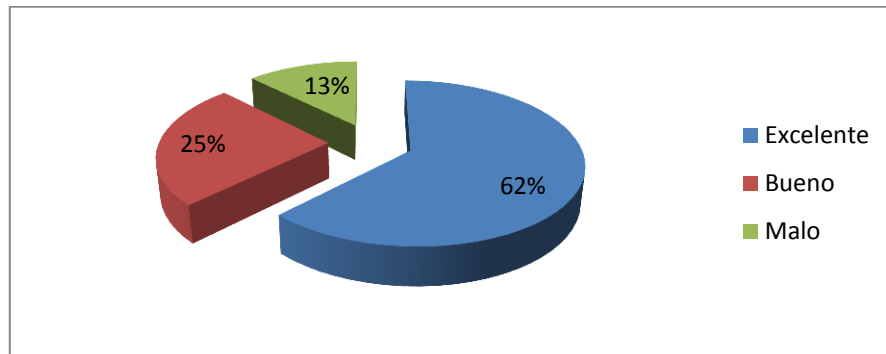
Pregunta N° 5: ¿Cómo califica la calidad de la materia prima?**Tabla N° 8: Calificación de Materia Prima**

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	5	62,50
Bueno	2	25,00
Malo	1	12,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Encuesta

Gráfico 15: Calificación de la materia prima



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 8

Análisis:

El 62,50% del personal manifiesta que la materia prima adquirida es de excelente calidad, puesto que no se han presentado ninguna anomalía al momento de elaborar el jean, mientras tanto el 25,00% lo cotiza de buena calidad; y el 12,50% da a conocer que el material que se utiliza es de mala calidad.

Interpretación:

El 62,50% representa a las personas quienes califican de excelente la materia prima adquirida para la producción, puesto que al momento de la elaboración no han presentado problemas; y otra parte de trabajadores han manifestado que la calidad de la materia prima es buena y mala dando a entender que al momento de la elaboración se presentaron problemas.

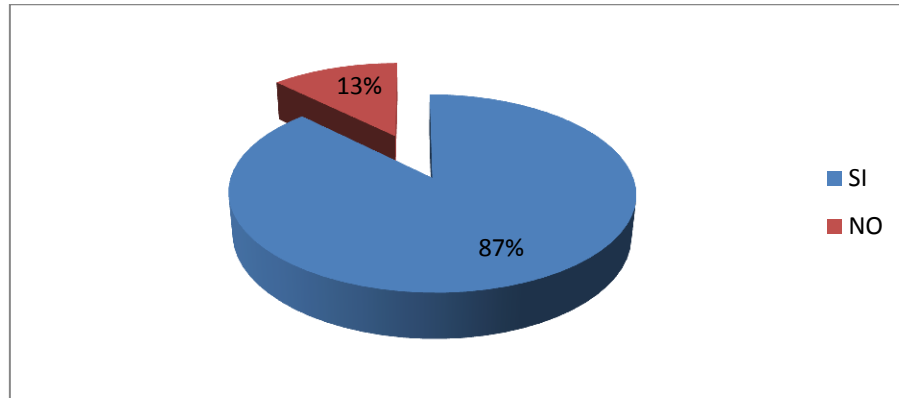
Pregunta N° 9: ¿Cuenta la empresa con proveedores fijos de materia prima?

Tabla N° 9: Proveedores de materia prima

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	7	87,50
NO	1	12,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 16: Proveedor de materia prima



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 9

Análisis:

De acuerdo con la información obtenida se puede observar que el 87,50% está de acuerdo en que cuentan con un proveedor fijo, por cuanto es una ventaja; por otra parte el 12,50% señala que no cuentan con un proveedor fijo.

Interpretación:

Con lo determinado se señala que la mayoría de colaboradores están de acuerdo de que la empresa cuenta con proveedores fijos, esto ayuda a que la producción se mas llevada y eficiente, más que todo que el producto final sea de calidad, mientras que otros colaboradores sienten todo lo contrario.

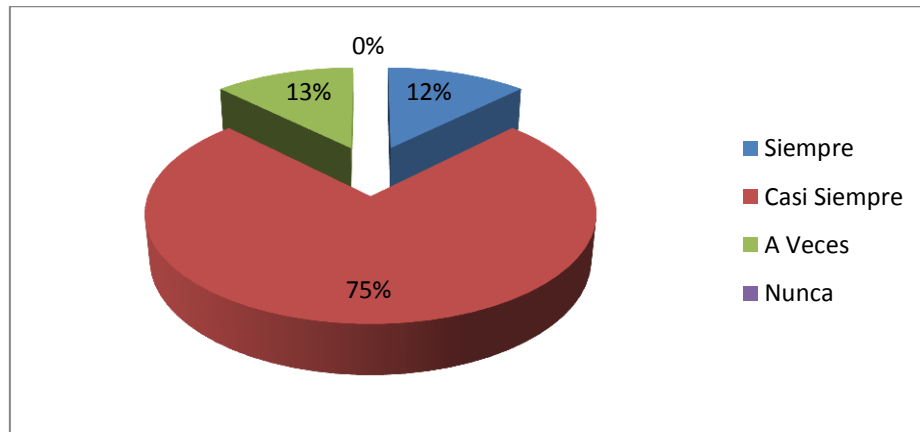
Pregunta N° 7: ¿Cumplen con la cuota de producción mínima establecida?

Tabla N° 10: Producción mínima establecida

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	1	12,50
Casi Siempre	6	75,00
A Veces	1	12,50
Nunca	0	0,00
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 17: Producción mínima establecida



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 10

Análisis:

Con la pregunta de si cumplen con la producción mínima establecida el 12,50% señalo que siempre, por otra parte pues una mayor parte el cual corresponde al 75,00% manifiesta que casi siempre; y el 12,50% contesta que a veces cumplen con la producción mínima, dejando vacío el casillero de la opción nunca que sería el 0%, dando a entender que la mayor parte si la cumplen.

Interpretación:

De acuerdo a la imagen, la mayoría de encuestados señalan que casi siempre cumplen con la producción mínima establecida, mientras tanto, entre la pregunta siempre y a veces están divididas, dando a conocer que la mayor parte de los obreros son los que perciben que casi siempre cumplen puesto que no hay mayor producción.

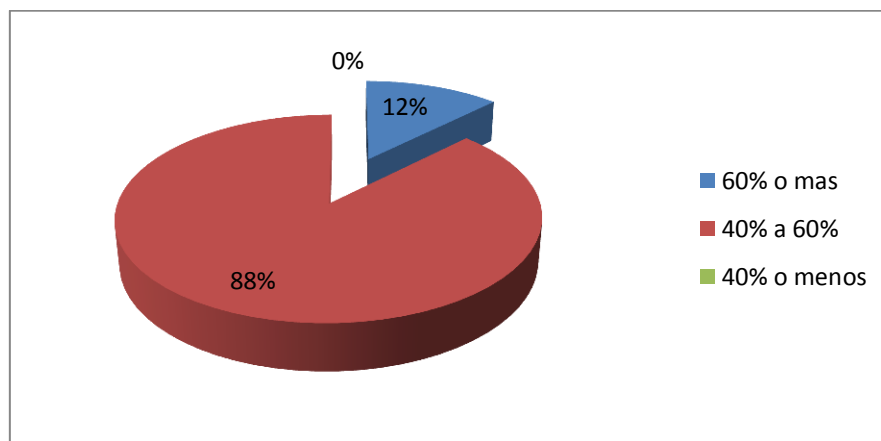
Pregunta N° 8: ¿En qué porcentaje aprovecha la capacidad de la maquinaria y equipo para la producción?

Tabla N° 11: Aprovechamiento de capacidad de maquinaria y equipo

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
60% o más	1	12,50
40% a 60%	7	87,50
40% o menos	0	0,00
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 18: Aprovechamiento de capacidad de maquinaria y equipo



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 11

Análisis:

Se constata en la información recopilada que el 87,50% de las personas encuestadas, quienes consideran que utilizan la mitad de la capacidad de las maquinarias y equipos, también un grupo del 12,50% considera que si aprovechan la capacidad de las mismas.

Interpretación:

El personal de la empresa considera que no aprovechan al 100% de la capacidad de la maquinaria y equipo, señalando que la mayor parte existen maquinas que no se

utilizan, ya sea porque no hay personal o simplemente porque esta sin mantenimiento, mientras que una persona menciona que la aprovechan al máximo.

Pregunta N° 9: ¿El personal de la empresa es debidamente capacitada?

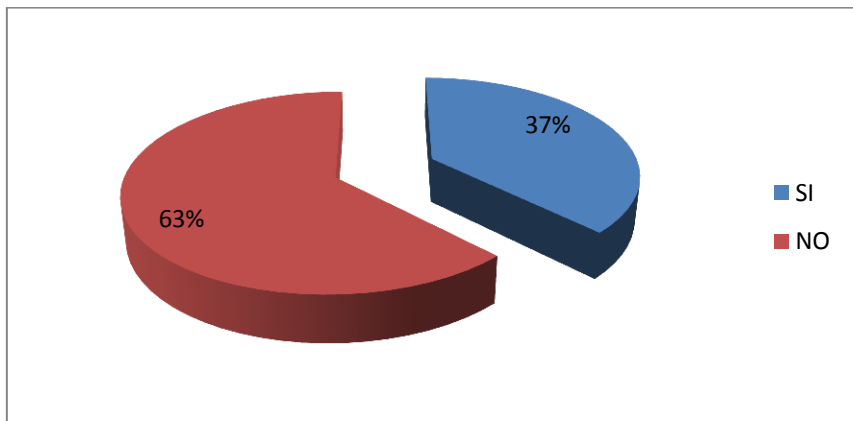
Tabla N° 12: Personal capacitado

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	3	37,50
NO	5	62,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Encuesta

Gráfico 19: Personal capacitado



Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Tabla N° 12

Análisis:

El 62,50% de las personas manifiestan que el personal que labora dentro de la empresa no está debidamente capacitado, y el 37,50% señala que son debidamente capacitados, dando a conocer que no saben el correcto manejo de algunas maquinarias.

Interpretación:

La capacitación del personal dentro de la empresa es muy importante, puesto que es una ventaja en contra de la competencia, es por eso que es necesario realizar capacitaciones en todo ámbito, ya sea en producción, manejo de maquinarias, viendo de esta manera dentro de la empresa se debería capacitar más, para de esta manera poder aumentar la producción y ser competitivos.

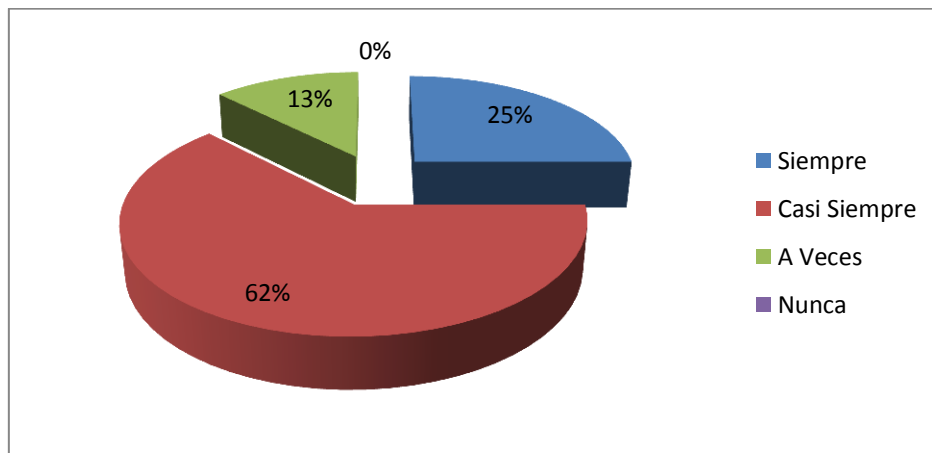
Pregunta N° 10: ¿El producto se apega de acuerdo a las especificaciones del cliente?

Tabla N° 13: Especificaciones del cliente

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	2	25,00
Casi Siempre	5	62,50
A Veces	1	12,50
Nunca	0	0,00
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 20: Especificaciones del cliente



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 13

Análisis:

Basando en los resultados obtenidos el 25,00% se asemeja a las especificaciones del cliente al momento de la producción, por otra parte el 62,50% señala que casi siempre se cumple; mientras que el 12,50% señala que solo a veces.

Interpretación:

La empresa se asemeja siempre a las especificaciones del cliente solo cuando hay un pedido, mientras que la mayoría de veces lo hacen, puesto que hay clientes que les gusta que a ya variedades de diseño, por otro lado lo realizan a veces ya que cuentan con local para las ventas y tienen que producir productos que tengan diferentes formas y tamaños que se asemejen al cliente.

Pregunta N° 11: ¿Cada qué tiempo realiza el mantenimiento de las maquinarias y equipos?

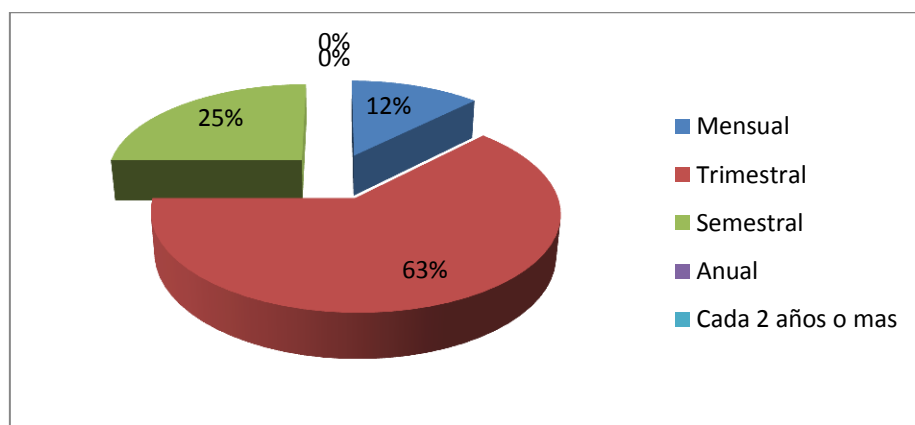
Tabla N° 14: Mantenimiento de maquinaria y equipo

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mensual	1	12,50
Trimestral	5	62,50
Semestral	2	25,00
Anual	0	0,00
Cada 2 años o más	0	0,00
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Encuesta

Gráfico 21: Mantenimiento de maquinaria y equipo



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N°14

Análisis:

El 12,50% de los encuestados señala que el mantenimiento de la maquinaria y equipo se lo realizan mensualmente, el otro 62,50% menciona que realizan el mantenimiento trimestralmente; y el 25,00% indica que el manteniendo se efectúa semestralmente.

Interpretación:

El mantenimiento de las maquinarias y equipos es un factor muy importante para la producción de jean, dado que es una herramienta fundamental para el desarrollo de cada uno de los procesos de producción del jean, por esto el mantenimiento debe ser periódica, puesto que si no es así puede generar daños y pérdidas a la empresa

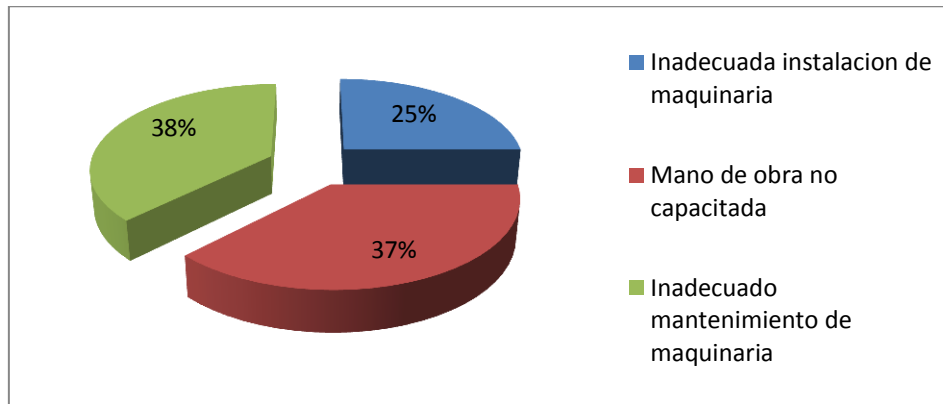
Pregunta N° 12: ¿Cuál de los siguientes factores podrían causar la baja producción de jean en la empresa?

Tabla N° 15: Factores que causan la baja producción

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Inadecuada instalación de maquinaria	2	25,00
Mano de obra no capacitada	3	37,50
Inadecuado mantenimiento de maquinaria	3	37,50
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 22: Factores que cauda la baja producción



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 15

Análisis:

Con respecto a los factores que afectan a la producción el 25,00% señala que es por la inadecuada instalación de maquinaria, el 37,50% alude que es por la mano de obra no capacitada; y el otro 37,50% menciona que es por el inadecuado mantenimiento de maquinaria.

Interpretación:

La producción puede ser afectada por varios factores como, el inadecuado instalación de maquinarias, la falta de capacitación a la mano de obra y por el inadecuado mantenimiento de maquinarias, provocando a que la empresa no pueda cumplir con su objetivo.

Pregunta N° 13: ¿La entrega del producto final es adecuada y a tiempo?

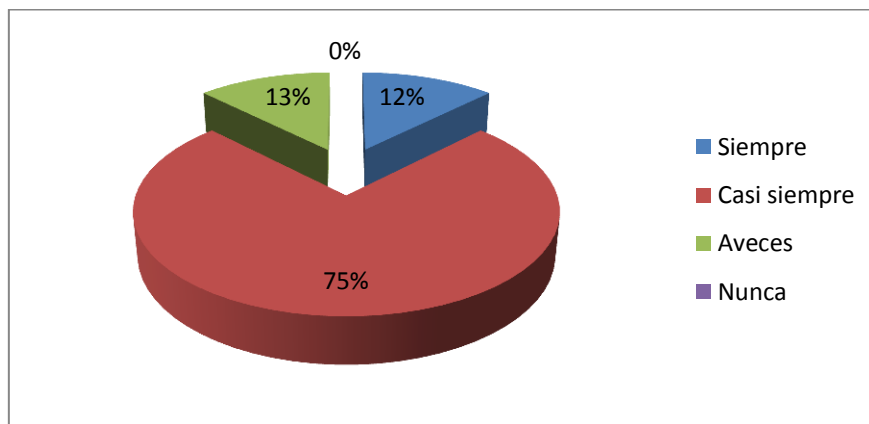
Tabla N° 16: Entrega del producto final

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	1	12,50
Casi siempre	6	75,00
A veces	1	12,50
Nunca	0	0
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Encuesta

Gráfico 23: Entrega del producto final



Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Tabla N° 16

Análisis:

Se puede constatar que el 75,00% que representa a la mayoría alude que casi siempre cumplen con la entrega del producto al cliente, el 12,50% menciona que siempre; y el otro 12,50% señala que a veces.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla se constata que casi la mayor parte es el que está de acuerdo de que casi siempre se cumple con el tiempo establecido, mientras que otros visualizan que a veces, esto pues el producto se demoran al entrego del mismo.

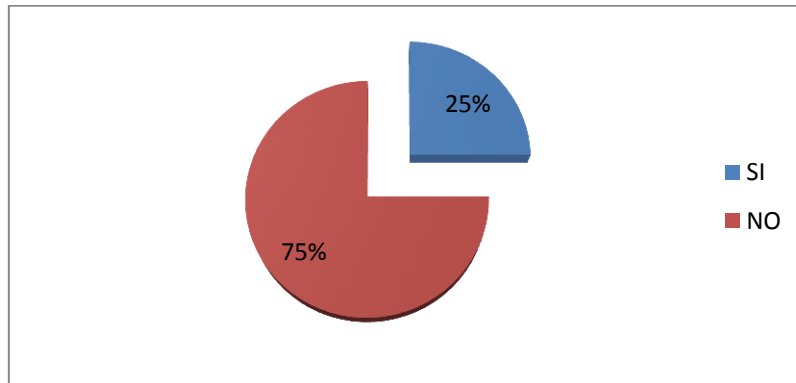
Pregunta N° 14: ¿Cree usted que el nivel de competitividad de la empresa ha incrementado?

Tabla N° 17: Nivel de competitividad

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	2	25,00
NO	6	75,00
TOTAL	8	100

Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Encuesta

Gráfico 24: Nivel de competitividad



Elaborado por: Punina Martha
Fuente: Tabla N° 17

Análisis:

Se puede constatar que el 75,00% que representa a la mayoría alude que la competitividad de la empresa no está en un nivel adecuado, el 25,00% menciona que el nivel de competitividad de la empresa ha incrementado.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla se constata que casi la mayor parte es el que está de acuerdo de que el nivel competitivo de la empresa no ha aumentado, mientras que otros mencionan que no han visto que el nivel competitivo haya incrementado.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

La información obtenida de la aplicación de las encuestas a la empresa, se utilizara para la demostración de la hipótesis, de acuerdo a la variable dependiente e independiente se seleccionara las preguntas 1 y 14.

Preguntas para la comprobación de la hipótesis

¿Cuál de los siguientes factores podrían causar la baja producción de jean en la empresa?

¿Cada qué tiempo realiza el mantenimiento de las maquinarias y equipos?

4.3.1. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

Hipótesis nula: El proceso de producción de jean **NO** influye en la competitividad de la Empresa “OZZONO” parroquia el Tambo, cantón Pelileo.

Hipótesis alternativa: El proceso de producción de jean **SI** influye en la competitividad de la Empresa “OZZONO” parroquia el Tambo, cantón Pelileo.

4.3.2. ESTIMADOR ESTADÍSTICO

El estimador estadístico para la comprobación de la hipótesis se utilizara la T de Student con dos proporciones, para de esta manera saber si las variables tienen relación, se aplicara la siguiente formula.

$$t = \frac{P_1 - P_2}{\sqrt{\frac{P(1-P)}{n_1} + \frac{P(1-P)}{n_2}}}$$

4.3.3. NIVEL DE SIGNIFICACIÓN Y REGLA DE DECISIÓN

Tamaño de la muestra $n= 8$

$P_1= 50\%$

$P_2= 25\%$

Nivel de confianza 0,95

Margen de error $\alpha= 0,05$

Grados de libertad $G_l = n-1$

$G_l= 8-1$

$G_l= 7$

Se acepta la hipótesis nula si, $T_c > T_t$, caso contrario se lo rechaza.

$H_0=P_1=P_2$

$H_1=P_1 \neq P_2$

4.3.4. CÁLCULO DEL T STUDENT

Pregunta N° 1: ¿Cree usted que la empresa cuenta con un proceso de producción determinado?

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	5	37,50
NO	5	62,50
TOTAL	8	100

Pregunta N° 14: ¿Cree usted que el nivel de competitividad de la empresa ha incrementado?

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	2	25,00
NO	6	75,00
TOTAL	8	100

Se tomara como datos de cálculo las frecuencias relativas de las descripción **SI**.

$$t = \frac{P_1 - P_2}{\sqrt{\frac{P(1-P)}{n_1} + \frac{P(1-P)}{n_2}}}$$

$$t = \frac{0,50 - 0,25}{\sqrt{\frac{0,50(1-0,50)}{8} + \frac{0,25(1-0,25)}{8}}}$$

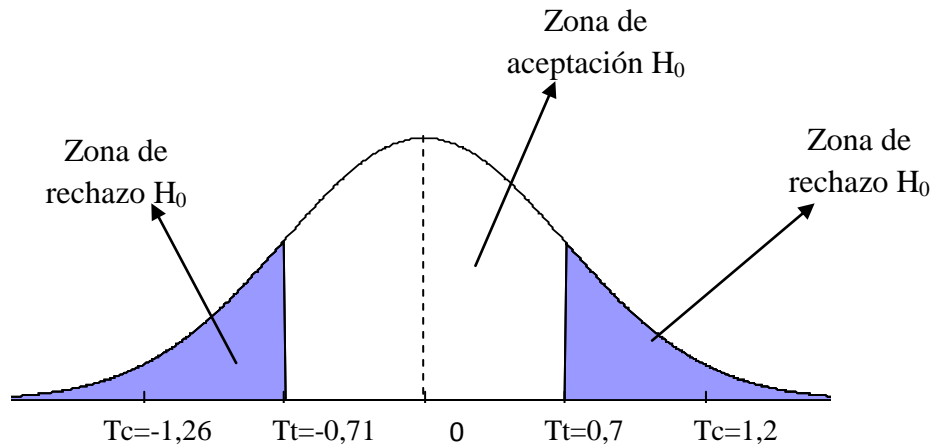
$$t = \frac{0,25}{\sqrt{\frac{0,50(0,50)}{8} + \frac{0,25(0,25)}{8}}}$$

$$t = \frac{0,25}{\sqrt{\frac{0,25}{8} + \frac{0,0625}{8}}}$$

$$t = \frac{0,25}{\sqrt{0,03125 + 0,0078125}}$$

$$t = \frac{0,25}{0,1976}$$

$$t = 1,26$$



4.3.5. CONCLUSIÓN DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Conclusión

De acuerdo al cálculo realizado se determina que el valor de la T student calculado (T_c) es de 1,26, el cual indica que es mayor a 0,71 del valor de tabla (T_t), puesto que se realiza una prueba de dos colas, de esta manera se **Rechaza la Hipótesis nula** y se **Acepta la Hipótesis alternativa**, es decir que: “El proceso de producción de jean **SI** influye en la competitividad de la Empresa “OZZONO” parroquia el Tambo, cantón Pelileo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Los procesos de producción de jean en la empresa no se encuentran bien definidos, debido a que existen problemas de retraso de producción en el área de costura y ojalado, puesto que no hay un adecuado mantenimiento de maquinaria, por ende se observó que cada uno de los procesos se paraliza y la producción es poca a un costo alto, por lo que se determinó que la empresa tiene falencias con la coordinación fluida de los procesos y pérdidas económicas.

La competitividad de la empresa se ve afectada dado que existe falencias en el mantenimiento de maquinaria, puesto que si la maquinaria está paralizada no produce y causa pérdidas, también se observó la falta de recursos humanos y también la capacitación adecuada de los mismos, ya que son de importancia puesto sin un personal adecuado generan a que la producción sea acumulativa obstaculizando la fluidez de la producción causando así, que la entrega del producto no sea rápida, provocando el descontento de algunos de los clientes y perdiendo credibilidad de la empresa.

La empresa OZZONO no cuenta con la herramienta adecuada que le permita analizar sus actividades y de esta manera poder saber si su empresa es competitiva o no, para esto es que se ha llegado a la conclusión de diseñar una herramienta que les ayude a ser más competitivo.

5.2. RECOMENDACIONES

Definir cada uno de los procesos de producción para que exista una coordinación adecuada dentro de los procesos, para de esta manera eliminar la acumulación que se presenta en el mismo, el cual genera retrasos en la entrega del producto y por ende pérdidas económicas representativas a la empresa.

Realizar mantenimiento de todas las maquinarias que se utilizan para la producción, ya que si no hay un mantenimiento adecuado del mismo generan contrariedades, es decir que la producción se retrase.

Realizar contratación de más personal, para que la producción sea más coordinada y fluida, para que de esta manera la empresa no se encuentre en desventaja y genere mayor productividad.

Realizar capacitaciones a recursos humanos, en el manejo adecuado de las maquinarias que se utilizan en la producción, ya que el no conocer bien sobre el manejo de estas puede causar problemas graves que afecten a la productividad y por ende la competitividad de la empresa.

Aprovechar las ventajas competitivas con las que cuenta para mejorar el desempeño de la misma, así como la planificación de la producción, materia prima de excelente calidad que son factores que ayudan a la producción.

Elaborar una herramienta que les permita planificar, organizar y controlar, cada uno de los procesos y mediante esto poder generar a que la empresa pueda ser más competitiva dentro del mercado.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

6.1.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño de la Cadena de Valor en la empresa “OZZONO” para mejorar la competitividad.

6.1.2. INSTITUCIÓN EJECUTORA

Empresa OZZONO de la parroquia el Tambo, del cantón Pelileo

6.1.3. BENEFICIARIOS

Los beneficiarios directos del planteamiento de la cadena de valor es la empresa “OZZONO”.

6.1.4. UBICACIÓN

La empresa OZZONO se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Pelileo, sector el Tambo.

6.1.5. TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN

Fecha de inicio: enero del 2014

Fecha final: agosto del 2015

6.1.6. EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE

Investigador: Punina Martha

Docente Tutor: Ing. Roberto Valencia

6.1.7. COSTO

Tabla N° 18: Costo de la propuesta

COSTOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	ASESORAMIENTO TÉCNICO	500	1000
2	SOCIALIZACIÓN	500	1000
	MATERIALES DE OFICINA	300	300
TOTAL			2300

Elaborado por: Punina Martha

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En un sistema globalizado como es en la actualidad y que cada vez se vuelve más competitivo, la cadena de valor es una herramienta que permite a que la empresa pueda analizar sus ventajas competitivas, es decir que es una metodología que permite: disminuir costos, lograr que los recursos que dispone la empresa sea más eficiente, apoyan también a que los esquemas logísticos, operativos y estratégicos que ayudan a la economía de la empresa, puedan desarrollar ventajas competitivas eficientes.

La cadena de valor detalla y analiza cómo se desarrolla cada una de las actividades, comenzando desde el proveedor de la materia prima hasta la atención al cliente, que son factores importantes que maneja la empresa, es así que se pone como ejemplo a empresas como “The Coca-Cola Company” que han aplicado la cadena de valor, y que hoy en día es una de las empresas grandes de mayor renombre y líder en el mercado de la industria de bebidas, en casi todo el mundo, dando a conocer que la cadena de valor es una herramienta que ayuda al desarrollo y expansión de la empresa.

Para que la empresa OZZONO sea imponente en el mercado de la industria textil, es necesario reconocer las falencias que tiene, para posteriormente buscar alternativas, a

través de la cadena de valor, puesto que es una herramienta que permite realizar un análisis interno de la empresa, a través de la desagregación de las actividades que tienen esta herramienta.

6.3. JUSTIFICACIÓN

Ante la realidad del problema existente en la empresa OZZONO, el cual es el retraso de la producción puesto que no cuenta con un proceso de producción bien determinado, provocando a que la empresa tenga pérdidas materiales y económicas.

El proceso de producción es un elemento fundamental para generar productividad y alcanzar la competitividad, dicho estola productividad y la competitividad son variables que están estrechamente ligadas, presentándose al mismo tiempo la falta de capacitación de los recursos humanos y el inadecuado mantenimiento de maquinarias, es así que el diseño de la cadena de valor ayudara a la empresa a realizar un examen amplio en forma sistemática todas las actividades que desempeña la empresa.

Al aplicar esta herramienta, la empresa puede realizar un examen sistemático de todas las actividades y procesos, que intervienen dentro de la producción de jean, para que pueda actuar rápidamente sin problemas ante los riesgos que se le presente, y proponer una solución eficiente sin afectar las actividades de producción. Además puede aprovecharse de sus ventajas comparativas y transfórmalos en ventajas competitivas, y así la empresa pueda ser sólida, innovando las técnicas de producción, capacitación del personal, con el objetivo optimizarlos recursos y de prevenir los retrasos en la producción, que generan cuellos de botella, dejando perdidas a la empresa, y a través de esta herramienta se generara mayor productividad que forja a que la empresa sea más competitivo.

6.4. OBJETIVOS

Objetivo General

Establecer un modelo de procesos a través de la cadena de valor, para mejorar los procesos de producción y generar competitividad de la empresa OZZONO de la parroquia el Tambo, cantón Pelileo.

Objetivos Específicos

Identificar los diferentes componentes que integran la planificación de la empresa para ver cómo está actualmente la empresa.

Desarrollar la estructura del proceso de producción a través de la cadena de valor para el control eficiente de los recursos.

Evaluar la competitividad y el proceso de producción de la empresa para poder mejorarla.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.5.1. FACTIBILIDAD TÉCNICA

La empresa OZZONO cuenta con maquinaria adecuada para la producción de jean, el problema es que por no darle el correcto mantenimiento al mismo, no se encuentran en actividad, ya que se trabaja solo con las que están activas, por lo tanto esto genera a que haya acumulación dentro del proceso, el cual genera a que la empresa no cuente a tiempo con el producto.

6.5.2. FACTIBILIDAD OPERATIVA

El personal que colabora dentro de la empresa OZZONO está de acuerdo en que se debe establecer el mejoramiento y definición dentro del proceso de producción, dado que como no se encuentran bien definidos esto genera a que haya retrasos en la producción, por lo tanto están de acuerdo en que se les proponga un método y

aplicarlo para que les ayude a mejorar de manera eficiente el sistema de productivo de la empresa.

6.5.3. FACTIBILIDAD LEGAL

La propuesta presentada el cual es el diseño de la cadena de valor, no requiere necesariamente de un análisis legal, pero se está basando en el Código Orgánico de la Producción e Inversión, donde en el artículo 2 menciona de la actividad productiva y en el artículo 3 sobre el objeto.

6.5.4. FACTIBILIDAD ORGANIZACIONAL

El gerente propietario conjuntamente con todos los que trabajan de la empresa están en entera disposición a aceptar los cambios que se les recomienda, dentro de los procesos productivos de jean, con el objetivo único de mejorarlos y generar mayor productividad, eliminando los problemas que se presentaban en las misma, para posteriormente conseguir que la empresa se la más competitiva en el mercado textil.

6.5.5. FACTIBILIDAD AMBIENTAL

La fabricación de jean si produce un impacto ambiental, pero en este caso la empresa causa un impacto negativo, puesto que uno de sus procesos como es el lavado del jean se lo realiza fuera de la empresa. Puesto que en la Constitución Nacional del Ecuador garantiza el derecho de la naturaleza en el Capítulo Séptimo, artículo 71, y dentro del Plan nacional del Buen Vivir también garantizan el cuidado del medio ambiente, dentro del Objetivo número 7.

Al implementar la cadena de valor, se realizara un análisis también del impacto ambiental que causa la confección de jean, se fomentara también el adecuado manejo de desechos que genera la producción; de igual forma fomentar el reciclaje dentro de la empresa, ayudando a conservar el medio ambiente.

6.6. FUNDAMENTACIÓN

6.6.1. CADENA DE VALOR

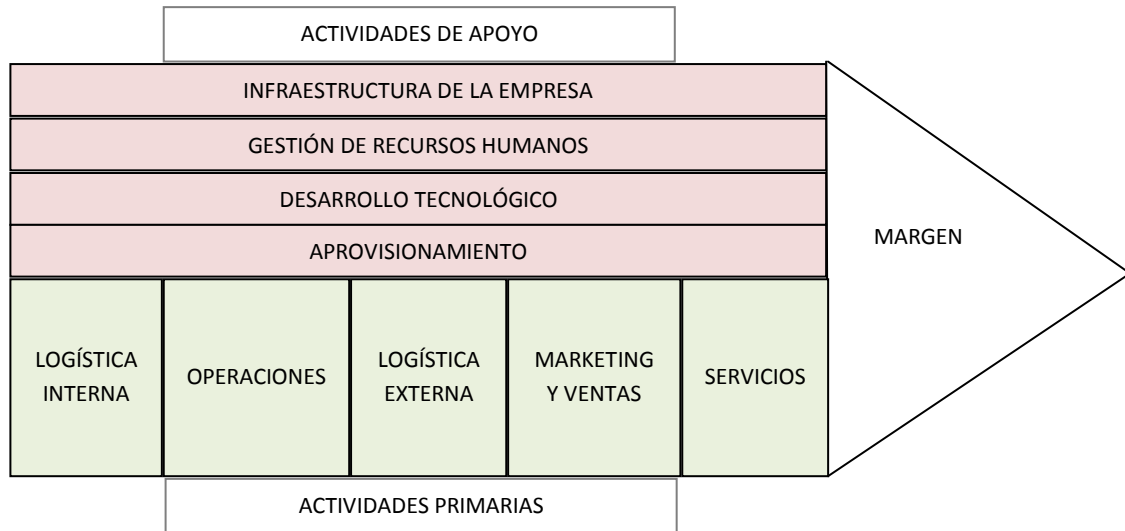
“La cadena de valor es la herramienta principal de análisis estratégico de costes de un negocio. Identifica las actividades, funciones y procesos de negocios que se ejecutan durante el diseño, la producción, la comercialización, la entrega y el soporte de un producto o servicio.

La cadena de actividades de creación de valor que se deben desarrollar para proporcionar un producto o servicio comienza con el aprovisionamiento de las materias primas necesarias, continúa con la producción de los componentes, la fabricación y el ensamblaje, la distribución a mayoristas y minoristas, hasta llegar al consumidor final del producto o servicio. La cadena de valor de una empresa refleja la evolución de su negocio, de sus operaciones internas, de su estrategia y de la aproximación que está siguiendo para implementar su estrategia.” (Sánchez Gómez, 2008, pág. 34)

“La cadena de valor está constituida por actividades de valor y actividades de margen. Las primeras se refieren a las actividades físicas y tecnológicas por medio de las cuales la empresa crea el producto. El margen es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.” (Guerra, 2002)

De acuerdo a las citas antes mencionada la cadena de valor es una herramienta que ayuda a que la empresa analice cada una de sus actividades internas y externas que realiza, al aplicarlo podrá conocer cómo se debe manejarlo y obtener a que la empresa sea competitiva.

Gráfico 25: Esquema de la Cadena de Valor



Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Cadena de valor de Michael Porter

6.6.2. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

“El análisis de la cadena de valor permite a la empresa saber cuáles son las partes de sus operaciones que crean valor y cuáles no. Es importante comprender estos puntos porque la organización sólo podrá obtener rendimientos superiores al promedio cuando el valor que crea sea superior a los costos que contrae para crearlo. La cadena de valor es como una planilla que las empresas utilizan para entender su posición en cuanto a costos e identificar los muchos medios que podrían utilizar para facilitar la implementación de la estrategia de negocios que elijan.” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2008, pág. 89)

6.6.3. CATEGORÍAS DE LA CADENA DE VALOR

Las categorías de la cadena de valor se dividen en dos las cuales se menciona a continuación:

Se describen dos categorías distintas de actividades:

“**Actividades primarias:** Las actividades primarias se relacionan con la elaboración de un producto, su distribución y su venta a los compradores y su servicio después de la venta.”(Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2008, pág. 89)

Tabla N° 19: Análisis del potencial de las actividades primarias para crear valor

CADENA DE VALOR
ACTIVIDADES PRIMARIAS
LOGÍSTICA INTERNA
Las actividades, como manejo de materiales, almacenaje y control de inventarios, que se desarrollan para recibir, almacenar y distribuir los insumos para un producto.
OPERACIONES
Las actividades necesarias para que los insumos proporcionados por la logística interna sean convertidos a su forma de producto final. Algunos ejemplos de actividades de operaciones son la producción con máquinas, el embalaje, el ensamble y el mantenimiento del equipo.
LOGÍSTICA EXTERNA
Las actividades que se desarrollan para reunir y almacenar el producto final y distribuirlo de forma física a los clientes. Algunos ejemplos de estas actividades son el almacenaje de bienes terminados, el manejo de materiales y el procesamiento de pedidos.
MARKETING Y VENTAS
Las actividades que se desarrollan para ofrecer medios que permitan a los clientes comprar los productos y que sirvan para inducirles a comprarlos. Para comercializar y vender los productos de forma efectiva las empresas realizan campañas de publicidad y promoción, eligen los canales de distribución adecuados y seleccionan, desarrollan y apoyan a su fuerza de ventas.
SERVICIOS
Las actividades que buscan mantener o mejorar el valor de un producto. Las empresas desempeñan una amplia gama de actividades relacionadas con los servicios, entre otras la instalación, la reparación, la capacitación y el ajuste.
Nota: Las empresas deben analizar cada actividad en relación con las capacidades de los competidores y después calificar cada una como superior, equivalente o

inferior.

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Hitt, M, Ireland, D, & Hoskisson, R, (2008). Administración Estratégica: Competitividad y Globalización. México: Editorial Cengage Learning S.A. Página. 90

“**Actividades de apoyo:** Las actividades de apoyo brindan la ayuda que se requiere para el buen desarrollo de las actividades primarias.” (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2008, pág. 89)

Tabla N° 20: Análisis del potencial de las actividades de apoyo para crear valor

CADENA DE VALOR
ACTIVIDADES DE APOYO
ADQUISICIONES
Las actividades que se desarrollan para comprar los insumos que se necesitan para fabricar los productos de una empresa. Los insumos que se compran incluyen bienes que se consumen del todo durante la fabricación de los productos (por ejemplo, materias primas y suministros, así como activos fijos, es decir maquinaria, equipo de laboratorio, equipo de oficina y edificios.)
DESARROLLO TECNOLÓGICO
Las actividades que se desarrollan para mejorar el producto de una empresa y los procesos utilizados para producirlo. El desarrollo tecnológico adopta diversas formas, como el equipo de procesos, la investigación básica y el diseño del producto, así como los procedimientos para brindar servicios.
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Las actividades que se desarrollan para el reclutamiento, la contratación, la capacitación, el desarrollo y la remuneración de todo personal.
INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA
La infraestructura de la empresa incluye actividades como la administración general, la planeación, las finanzas, la contabilidad, el apoyo jurídico y las relaciones con el gobierno que se requieren para apoyar el trabajo de la cadena de valor completa. Por medio de su infraestructura la empresa lucha por identificar de forma efectiva y consistente las oportunidades y las amenazas externas, identificar

los recursos y las capacidades y apoyar las competencias centrales.

Nota: Las empresas deben analizar cada actividad, en relación con las capacidades de la competencia y después calificar cada una como superior, equivalente o inferior.

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Fuente: Hitt. M, Irelan. D, & Hoskisson. R, (2008). Administración Estratégica: Competitividad y Globalización. México: Editorial Cengage Learning S.A. Página. 91

Estas actividades son de importancia aplicarla en la empresa, puesto que gracias a estos se podrá conocer y analizar cada uno de las actividades y procesos que se realizan dentro del sistema productivo de jean.

Para Agudelo & Escobar (2007) menciona que “Un buen proceso se reconoce si tiene claramente definidas y establecidas las siguientes características.”

Tabla N° 21: Características para un buen proceso

CARACTERÍSTICAS PARA UN BUEN PROCESO	
OBJETIVO	Propósito del proceso, que se pretende lograr con él; tiene relación con el producto.
RESPONSABLE	Personas que orientan, observan y mantienen el proceso bajo control y asignación de los recursos necesarios para lograr el objetivo.
ALCANCE	Determinación de responsabilidad del proceso, de tal manera que facilita la labor.
INSUMOS	Todo lo que requiere como materia prima para ser transformada en producto final.
PRODUCTOS	Todo lo que entrega el proceso para un cliente, bien se internó o externo y que debe responder a las necesidades identificadas para este.
RECURSOS	Todo aquello que permite transformar los insumos en producto, clasificar como mano de obra, maquinas, medios logísticos o

tecnología dura y blanda.

DURACIÓN	Para el cliente es importante la oportunidad en la respuesta o el tiempo que se demora en entregar el producto.
CAPACIDAD	Lo que el proceso puede entregar en el tiempo determinado por la duración, y establece como volumen o cantidad de unidades entregadas en relación con el producto ofrecido.

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Agudelo Tobon. L, & Escobar Bolivar. J, (2007). Gestión por Procesos. Medellín. Editorial Los Autores.

6.6.4. COMPETITIVIDAD

De acuerdo con Villareal René (2006) “La competitividad va más allá de la productividad; es generar y fortalecer las capacidades (productivas y organizacionales) para enfrentar de manera exitosa la hipercompetencia, transformando las ventajas comparativas en competitivas, dándoles sustentabilidad a través del tiempo como condición indispensable para alcanzar niveles de desarrollo más elevados.

La competitividad es un fenómeno sistémico inherente a la interfuncionalidad de los niveles económicos desde el nivel de las empresas, de los sectores de la economía nacional, del gobierno y de las instituciones.”

6.6.4.1. Indicadores de competitividad

“La competitividad de las empresas se calcula en forma comparativa, utilizando índices o indicadores de competitividad. La comparación puede efectuarse con empresas del mismo ramo o giro y de tamaño similar; puede hacerse un ranking de organización del sector o rama productiva.

Los índices o indicadores de competitividad son los aspectos que se medirán para conocer si se es competitivo en ese aspecto o no, para saber el grado de

competitividad para trabajar y obtener una mejor calificación en este rubro.” (Méndez Morles, 2011, pág. 311)

Tabla N° 22: Factores e indicadores de competitividad empresarial

Factores	Indicadores
Cultura organizacional	-Valores -Normas -Conocimiento de la empresa -Conocimiento de las expectativas de la empresa
Integración, compromiso y participación en la empresa	-Confianza -Credibilidad -Deseo de logro y perfección
Estilo de comunicación y toma de decisiones	-Comunicación en la empresa -Objetivos específicos y/o metas -Sistema de calidad total -Sistema de mejora continua acelerada
Desarrollo del potencial organizacional	-Madurez de la estructura organizacional -Experiencia industrial -Programa de motivación, comunicación y reconocimiento -Programa de promoción de personal
Calidad y productividad	-Definición de calidad -Definición de productividad -Medición de calidad y productividad -Conocimiento de los beneficios de calidad
Visualización del entorno extremo competitivo	-Matriz competitiva -Porción del mercado competidor
Conocimiento de la posición competitiva	-Mercado potencial total -Detección de programas e inversiones

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Méndez Morales. J, (2011). La economía en la empresa en la sociedad del conocimiento. México: McGraw-Hill. Pág. 311

6.7. METODOLOGÍA: MODELO OPERATIVO

Para la elaboración de la propuesta se dividirá en tres fases, las mismas constaran con sus respectivas acciones a realizarse para el cumplimiento de la misma.

6.7.1. FASE 1: Identificar los diferentes componentes que integran la planificación de la empresa

Es necesario identificar los diferentes componentes que integran la planificación de la empresa, para después realizar un análisis de ellos y mejorarlos.

A continuación se detallan:

6.7.1.1. Misión

Con pasión diseñamos, producimos y comercializamos jean, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, garantizando una rentabilidad sostenible.

6.7.1.2. Visión

Consolidaros como la mejor empresa en la confección de jean, con productos de calidad e innovación permanente.

6.7.1.3. Objetivo

Ser una empresa exitosa en el ramo de la confección de jean, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con productos de calidad, mediante la mejora continua de los procesos.

6.7.1.4. Políticas

- Generar alianzas estratégicas con los proveedores.
- Potenciar el desarrollo del talento humano.
- Orientar el accionar de la empresa al cumplimiento de los objetivos estratégicos.
- Ampliar procesos de mejora continua.
- Orientación hacia los clientes, conseguir la satisfacción y fidelidad de nuestros clientes.
- Orientación hacia los procesos mediante la gestión sistemática y mejora continuo de procesos.

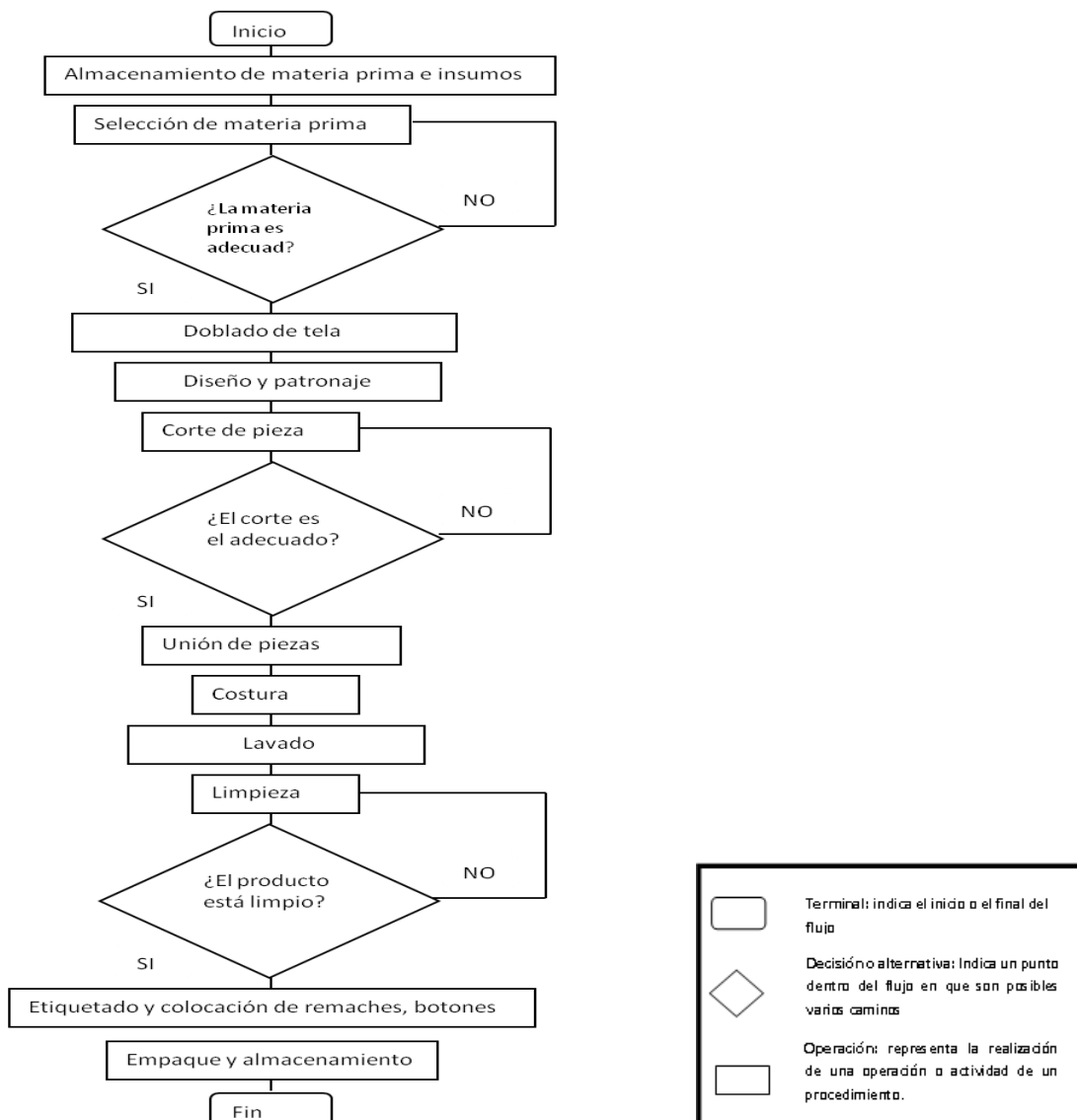
-Situarse hacia los resultados basándose buscando el equilibrio de la satisfacción de todas las partes interesadas. (Accionistas, proveedores, clientes, otros)

-Orientarse hacia la protección del medio ambiente realizando integraciones para crear procesos eco-eficientes.

6.7.1.5. Proceso de elaboración de Jean empresa “OZZONO”

Diagrama de procesos de producción de jean

Gráfico 26: Diagrama de procesos



Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 23: Descripción del proceso productivo de jean

N°	Secuencia	Descripción de Proceso
1	Almacenamiento de materia prima	Es la recepción de materia prima e insumos para poder verificar si estos se encuentran en perfecto estado.
2	Doblado de tela	Se lo realiza para el cuidado de la tela y su fácil manejo al momento, para no dañar la materia prima.
3	Diseño y patronaje	Se realiza en un papel para luego realizarlo en la tela de acuerdo al modelo que se va a confeccionar.
4	Corte de pieza	Se procede a cortar las piezas de acuerdo al diseño que forma la prenda para la confección.
5	Unión de piezas	En esta fase las piezas se las une para posteriormente ir al área de costura.
6	Costura de ensamblaje de prenda	Se procede a coser o ensamblar todas las piezas en una maquina dedicada al ojalado y formar el jean.
7	Lavado	Luego de que el jean está totalmente cosido, se procede al lavado esto dura 25 minutos a 75 grados.
8	Colocación de botones, cierres y remaches	Se lleva al proceso de colocación de accesorios donde procede a poner los cierres, botones y remaches.
9	Limpieza	En este proceso se coloca el jean en la mesa para proceder a limpiar es decir corte de hilos sobrantes.
10	Planchado	Luego de que el jean esté listo se coloca para el planchado.
11	Etiquetado	Luego de todo el proceso viene el etiquetado del jean.
12	Empaque y almacenamiento	Posteriormente se etiqueta el producto para luego empacarlo y almacenarlo para su distribución al mercado.

Elaborado por: Punina Martha

Dentro del diagrama de procesos se representa, los factores de los procesos Productivos que se sigue para la confección de jean, mismo que comprende de una entrada y salida de cada una de las actividades, con el propósito de determinar el correcto funcionamiento del mismo y para la agilización del trabajo de producción.

6.7.1.6. Análisis de la empresa

El análisis de la empresa es esencial para la dirección empresarial puesto que aporta un gran valor, para lo cual se debe diagnosticar los puntos fuertes y débiles de la empresa; y de este modo poder evaluar el potencial que tiene la empresa y poder alcanzar los objetivos establecidos.

Para el análisis interno y externo de la empresa OZZONO ante sus potenciales competidores se utiliza las técnicas del FODA, la matriz de evaluación de factores externos, matriz de evaluación de factores internos y la matriz de factor competitivo, donde podremos conocer si la empresa con la propuesta establecida es competitiva o no ante el mercado. A continuación se detalla cada una de las matrices.

6.7.1.6.1. Matriz de evaluación de factores externos de la empresa OZZONO

Tabla N° 24: Matriz de evaluación de factores externos

N° Orden	Factor externo clave	Ponderación	Clasificación	Resultado Ponderado
Oportunidades				
1	Proveedores fijos	0,18	4	0,72
2	Incrementar participación en el mercado	0,10	4	0,40
3	Dirigir promociones	0,08	3	0,24
4	Aumentar publicidad	0,15	4	0,6
Amenazas				
1	Muchos competidores	0,15	2	0,3
2	Políticas Arancelarias	0,15	2	0,3
3	Políticas Ambientales	0,09	3	0,27
4	Incremento de precio de materia prima	0,10	1	0,10
TOTAL		1,00		2,93

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Empresa OZZONO

Se puede analizar que el resultado de la ponderación de los factores externos de la empresa es de 2,93 que está por encima del promedio ponderado el cual es del 2,5 que significa que la empresa está respondiendo positivamente ante las amenazas y oportunidades que tiene la misma, lo que indica que está aprovechando con eficacia la oportunidades y minimizando poco a poco sus amenazas. Adjunto explicación de cómo se realizó esta tabla en el **Anexo 3**

6.7.1.6.2. Matriz de evaluación de factores internos de la empresa OZZONO

Tabla N° 25: Matriz de evaluación de factores internos

N° Orden	Factor interno clave	Ponderación	Clasificación	Resultado Ponderado
Fortalezas				
1	Calidad de materia prima	0,17	4	0,68
2	Experiencia	0,15	4	0,60
3	Recursos Humanos comprometidos	0,15	3	0,45
4	Fidelidad de los clientes	0,11	3	0,33
Debilidades				
1	Falta de capacitación al personal	0,10	3	0,30
2	Inadecuado mantenimiento de Maquinaria	0,10	3	0,30
3	Desperdicio de materia prima	0,12	2	0,24
4	Inadecuado instalación	0,10	1	0,10
TOTAL		1,00		3,00

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Empresa OZZONO

El resultado de la ponderación es de 3,00 lo que significa que está por encima del promedio ponderado 2,5, es decir que la empresa está poniendo esfuerzo por seguir las estrategias que fortalezcan sus fortalezas y neutralicen sus debilidades. Explicación **Anexo 3**

6.7.1.6.3. Matriz de evaluación del perfil competitivo de la empresa OZZONO

Tabla N° 26: Matriz de evaluación del perfil competitivo

Factores críticos para el éxito	OZZONO			ECUASERVITEX		BARATON	
	Peso	Calif.	Peso Ponderado	Calif.	Peso Ponderado	Calif.	Peso Ponderado
Materia prima de calidad	0,17	4	0,68	4	0,68	3	0,51
Servicio al cliente	0,11	3	0,33	3	0,33	1	0,11

Publicidad	0,12	1	0,12	3	0,36	3	0,36
Tecnología de Punta	0,13	3	0,39	4	0,52	4	0,52
Recursos Humanos Capacitados	0,15	4	0,60	4	0,60	3	0,45
Proceso de producción definidos	0,12	2	0,24	4	0,48	3	0,36
Estrategias eficientes	0,20	3	0,60	4	0,80	2	0,40
TOTAL PONDERADO	1,00		2,96		3,77		2,71

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Empresa OZZONO

Del análisis se deduce que “OZZONO.”, con un puntaje de 2,96 puntos, mantiene una competencia relativa con “ECUASERVITEX” quien es nuestro mayor competidor con un puntaje de 3,77; y la competencia menor es “BARATON” con un puntaje de 3,53. Lo que quiere decir que “OZZONO está tomando en cuenta sus estrategias y puede ser competitivo. Explicación **Anexo 4**

6.7.1.6.4. Matriz FODA

Tabla N° 27: Matriz de FODA

	Fortalezas	Debilidades
FACTORES INTERNOS	Calidad de materia prima Experiencia	Falta de capacitación al personal Inadecuado mantenimiento de Maquinaria
FACTORES EXTERNOS	Recursos Humanos comprometidos Fidelidad de los clientes	Desperdicio de materia prima Inadecuado instalación
Oportunidades	Estrategias: FO	Estrategias: DO
Proveedores fijos	1. Estrategias de innovación de nuevos productos.	1. Capacitación a talento Humano en manejo de maquinaria y equipos.
Incrementar participación en el mercado	2. Apertura de nuevos nichos de mercado.	2. Desarrollar adecuado proceso productivo.
Dirigir promociones		

Aumentar publicidad		
Amenazas	Estrategias: FA	Estrategias: DA
Muchos competidores	1. Buscar materia prima de calidad nacional para la producción. 2. Aprovechar la fidelidad de los clientes.	1. Establecer adecuado proceso de producción que permita ajustar los precios de los productos.
Políticas Arancelarias		
Políticas Ambientales		
Incremento de precio de materia prima		

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Empresa OZZONO

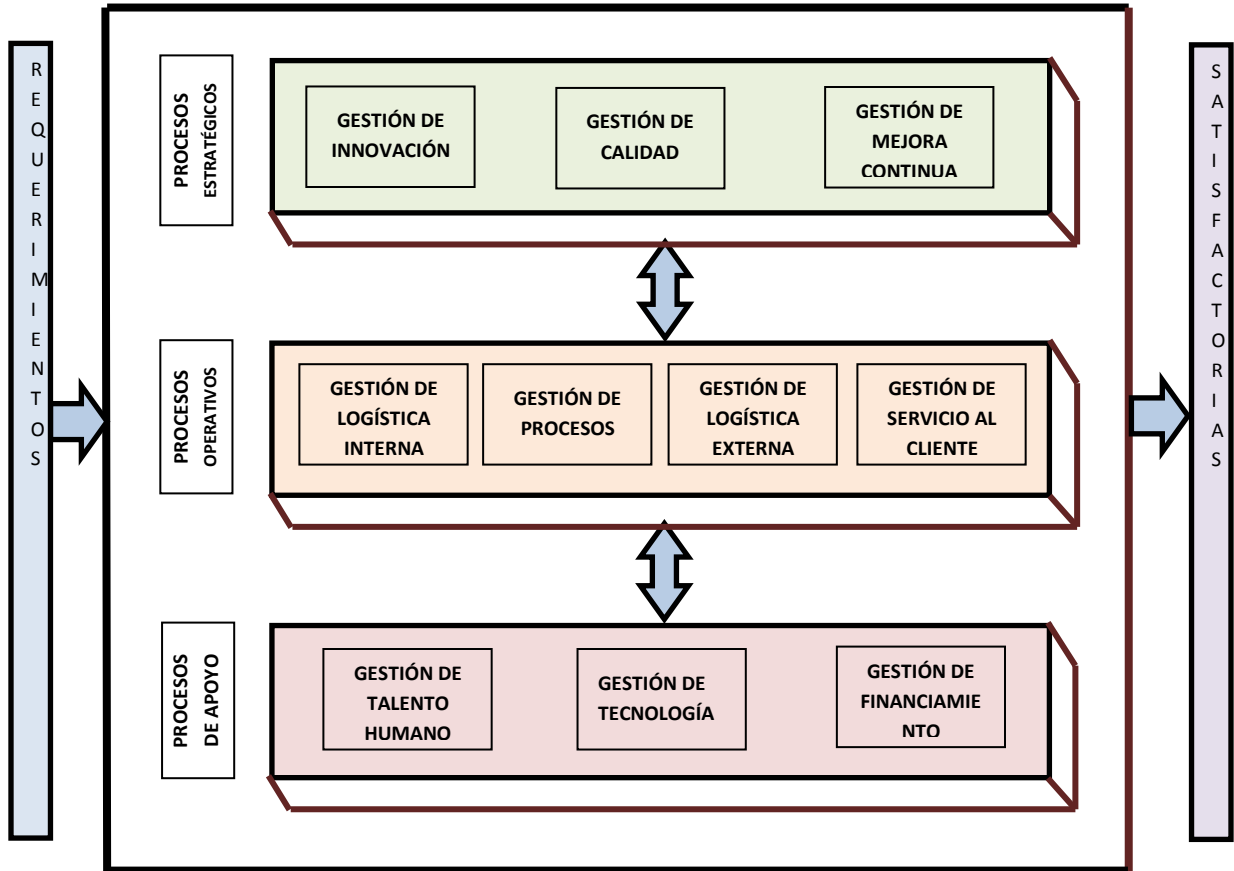
Todos los datos fueron recogidos después de analizar la empresa OZZONO, y se procedió a desarrollar esta tabla. Explicación **Anexo 4**

6.7.2. FASE 2: Estructurar los procesos de producción mediante la cadena de valor

En la cadena de valor se identifica cada uno de las actividades relacionadas con la empresa OZZONO, el cual debe aplicar tanto en las actividades administrativas y productivas, para de esta manera poder identificar cada uno de las actividades que se desarrollan dentro de la producción de jean.

Cadena de valor direccionado al proceso de producción de jean

Gráfico 27: Cadena de valor de producción



Elaborado por: Punina Martha

6.7.2.1. Procesos estratégicos

Tabla N° 28: Gestión de innovación

Objetivo: Generar nuevas ideas y aumentar conocimientos.	
Entrada	Genera conocimiento necesario para el crecimiento económico de la empresa.
Actividades	Investigar mercado Adquirir nueva tecnología Desarrollar estrategias para incentivar al personal
Resultado	incremento en la productividad y mayor rentabilidad

Control	Controlar las estrategias y objetivos establecidos por la empresa
Recursos	recursos financiero Recursos humanos Recursos tecnológicos
Indicador	Eficiencia

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 29: Gestión de calidad

Objetivo: Satisfacer al cliente con productos de calidad

Entrada	Productos de calidad
Actividades	Control de calidad en el proceso Conocer las necesidades del cliente Un análisis de mercado
Resultado	clientes satisfactoriamente complacidos con el producto
Control	Verificación en todo el proceso de producción hasta su distribución al mercado
Recursos	Económicos Humanos Tecnológicos
Indicador	clientes satisfechos/total clientes registrados

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 30: Gestión de mejora Continua

Objetivo: Mejorar en todo el ámbito del proceso	
Entrada	Innovación y estrategias competitivas
Actividades	Marketing Expansión de mercado Innovación tecnológica
Resultado	Generación de un adecuado proceso productivo y alta competitividad

Control	Registro de todo el control y mejora del proceso
Recursos	Económicos Humanos Tecnológicos
Indicador	Porcentaje de simplificación de procesos

Elaborado por: Punina Martha

6.7.2.2. Procesos Operativos

Tabla N° 31: Gestión de Logística interna

Objetivo: Administrar la recepción, almacenamiento y distribución de los materiales para la producción	
Entrada	Materiales e insumos para la producción de jean
Actividades	Contar con materia prima disponible Clasificación de la tela para la producción almacenar los insumos en lugar adecuado
Resultado	Acopio adecuado de los insumos y materia prima de producción
Control	Registro de entradas y salidas de la materia prima Confirmar el almacenamiento de los insumos y materia prima
Recursos	Económicos Humanos Tecnológicos
Indicador	registros realizados/registros programaos

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 32: Gestión de Procesos-Etapa de Proceso

Objetivo: Diseñar y elaborar jean de calidad	
Entrada	Selección de tela para el diseño de jean
Actividades	Elaboración del diseño Corte de tela y piezas para la elaboración Producción de jean de acuerdo al diseño
Resultado	Producto con Estándares de calidad Aceptación del cliente en el mercado Medidas adecuadas del producto
Control	Verificación del corte de piezas Enumeración de piezas para la producción

	Verificación del diseño
Recursos	Economía
	Humanos
	Tecnología
Indicador	Diseños realizados/ total diseños elaborados

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 33: Etapa de Proceso

Objetivo: Elaboración del diseño, patronaje y corte	
Entrada	Tela seleccionada para la producción
Actividades	Almacenamiento de materia prima
	Diseño patronaje y corte
	Confecciono ensamblaje
	Lavado
	Terminado
Resultado	Confección del Producto semiterminados
Control	Verificación de la calidad de tela
	Verificación de unión de piezas
Recursos	Economía
	Humanos
	Tecnología
Indicador	materia prima utilizada/materia prima registrada

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 34: Etapa de Proceso de término

Objetivo: Obtener un producto de calidad	
Entrada	Producto semiterminados
Actividades	Limpieza del producto
	Ubicación de aditamentos
	Planchado del producto
Resultado	Producto terminado de calidad listo al mercado
Control	Registro del producto terminado y empaçado
Recursos	Economía
	Humanos
	Tecnología
Indicador	productos defectuosos/total de productos

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 35: Gestión de Logística Externa

Objetivo: Distribuir a tiempo el producto terminado	
Entrada	Producto terminado(jean) empacado y almacenado para la venta
Actividades	Empacado Embalado Almacenado
Resultado	Comercialización del producto al mercado de acuerdo al pedido
Control	Verificar y registrar los productos terminados
Recursos	Económicos Humanos Tecnológicos
Indicador	número de devoluciones/total producto vendido

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 36: Gestión de Servicio al Cliente

Objetivo: Determinar los factores indicados para cumplir con las exigencias del cliente	
Entrada	Clientes satisfechos y rentabilidad
Actividades	Compara materia prima e insumos de calidad Capacitación en servicio y atención al cliente Conocer al cliente
Resultado	Clientes satisfechos con un servicio de calidad
control	contar con un buzón de quejas
Recursos	Económicos Humanos Tecnológicos
Indicador	insumo para mejorar la calidad/total de producción

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 37: Gestión de Talento Humano

Objetivo: capacitar y administrar al talento humano de la empresa	
Entrada	Requerimiento empresarial
Actividades	Evaluación en el desempeño laboral Capacitación continua

	Distribución del personal
Resultado	Personal activo, eficiente y que aporten al desarrollo de la empresa
control	Registro de llegadas y salidas del personal
Recursos	Económicos
	Humanos
	Tecnológico
Indicador	Incremento de productividad/Número de empleados

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 38: Gestión de Tecnología

Objetivo: Mejorar la tecnología con el que cuenta la empresa	
Entrada	Adquisición de tecnología para la producción a proveedores
Actividades	Contar con financiamiento para la adquisición de maquinaria y otros elementos tecnológicos.
	Aprovechar la tecnología de manera eficiente
	Mantenimiento adecuado para la maquinaria
Resultado	Mejorar los procesos de producción y tener mayor productividad
Control	Cumplir con los objetivos propuestos
Recursos	Económico
	Humano
	Tecnológico
Indicador	producción total/Capacidad instalada

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 39: Gestión de Financiamiento

Objetivo: Invertir los recursos económicos de forma adecuada	
Entrada	necesidad de recursos financieros
Actividades	Planificar los recursos obtenidos
	Organizar los presupuestos de la empres
	Elaborar libro de registro de ingresos y egresos
Resultado	Incremento del capital financiero para la producción

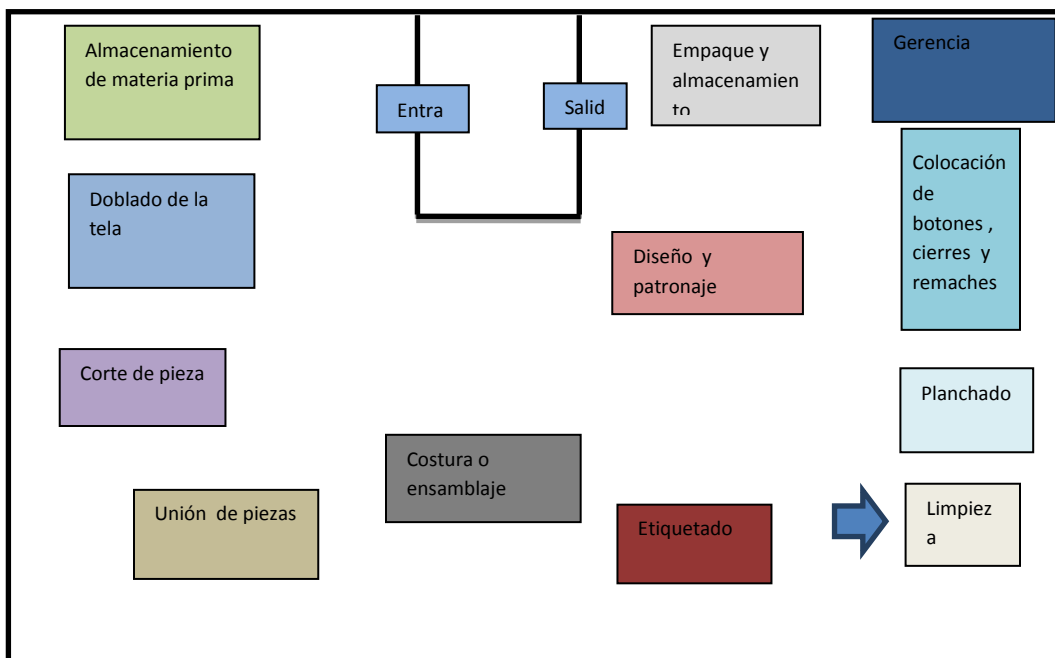
Control	Registrar los documentos financieros
Recursos	Económicos
	Humanos
	Tecnológicos
Indicador	Flujo de caja

Elaborado por: Punina Martha

6.7.3. FASE 3: Desarrollo del control de los procesos y la competitividad

En esta fase se desarrollara cada una de las actividades y los costos que esta requiere para la producción de jean, para luego hacer un análisis de competitividad ante sus competidores.

Gráfico 28: Distribución de planta



Elaborado por: Punina Martha

Gráfico 29: Flujo grama analítico del proceso productivo del jean

No	Procesos	Tiempo (minutos)	Símbolo				
			Operación ○	Transporte ⇒	Espera ◻	Inspección □	Almacenamiento ▽
1	Almacenamiento de materia prima	10					●
2	Doblado de tela	15	●				
3	Diseño y patronaje	20	●				
4	Corte de pieza	10	●				
5	Unión de piezas	4	●				
6	Costura o Ensamblaje de prenda	25	●				
7	Lavado	4	●				
8	Colocación de botones, cierres y remaches	3	●				
9	Limpieza	4	●				
10	Planchado	4	●				
11	Etiquetado	5	●				
12	Empaque y almacenamiento	6	●				●
TOTAL MINUTOS		110					

Elaborado por: Punina Martha

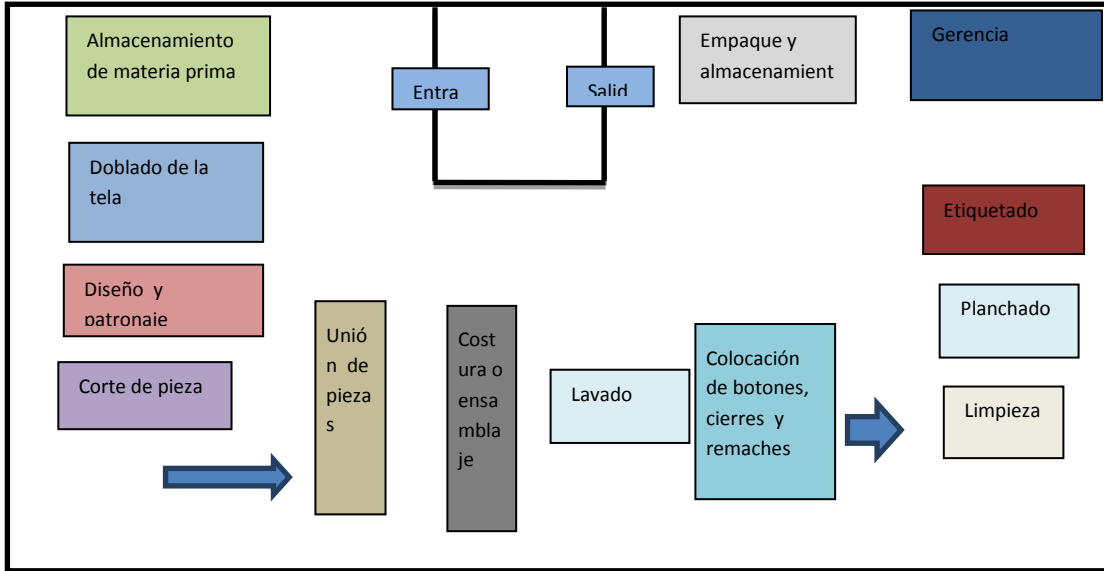
Tabla N° 40: Simbología del flujo grama analítico

Símbolo	Nombre	Descripción
○	Operación	Indica las principales fases de proceso de transformación del producto.
□	Inspección	Verifica la calidad y/o cantidad. En general no agrega valor
⇒	Transporte	Indica el movimiento de materiales. Traslado de un lugar a otro.
◻	Espera	Indica demora entre dos operaciones o abandono momentáneo.
▽	Almacenamiento	Indica depósito o almacenamiento de los elementos de producción.

Elaborado por: Punina Martha

La empresa anteriormente no contaba con una adecuada distribución de planta, por lo que el proceso de producción era lento, es decir que se demoraban mucho tiempo al elaborar el producto y había retrasos dentro del mismo.

Gráfico 30: Distribución d planta Actual para la empresa OZZONO



Elaborado por: Punina Martha

Gráfico 31: Flujo grama analítico actual de la empresa OZZONO

N°	Procesos	Tiempo (minutos)	Símbolo				
			Operación	Transporte	Espera	Inspección	Almacenamiento
1	Almacenamiento de materia prima	5					
2	Doblado de tela	3					
3	Diseño y patronaje	10					
4	Corte de pieza	3					
5	Unión de piezas	3					
6	Costura o Ensamblaje de prenda	25					
7	Lavado	25					
8	Colocación de botones, cierres y remaches	3					
9	Limpieza	3					
10	Planchado	5					
11	Etiquetado	3					
12	Empaque y almacenamiento	2					
	Total minutos	90					

Elaborado por: Punina Martha

La distribución de planta implica a que todas las actividades productivas estén ordenadas ocupando los espacios necesarios para el movimiento del material para la producción, es decir integrar todos los factores que intervienen dentro de la producción de jean, que la circulación a través de la planta sea segura y que implique la mayor efectividad del área de producción.

Con la ejecución de la nueva planta de producción se logrará ocupar de manera efectiva todo el espacio disponible, para que la localización de las maquinarias para la producción estén ubicadas adecuadamente, de este modo agilizar la producción y flexibilizar las distintas actividades que intervienen en la misma, también ayudará a la disminución de tiempos dentro de la misma, aumentando de esta manera la productividad de la empresa; ayudará a conseguir que los trabajadores puedan moverse dentro del área de producción de manera segura y rápida impidiendo que haya retrasos en el trabajo y a ahorrar en costos.

Para demostrar esto de manera numérica a continuación se elaboró el cuadro de costos por procesos, para demostrar que si es eficiente el adecuado distribución de planta.

Tabla N° 41: Salarios

N° Trabajadores	Producción	Salario Básico Unificado	Días Laborales	Total	Diario de mano de obra	Días laborales en semana (5 días)	Valor mano de obra
1	Almacenamiento de materia prima	354	22	16,09	16,09	5,00	80,45
2	Diseño, patronaje y corte	354	22	16,09	32,18	5,00	160,91
3	Confección o ensamblaje	354	22	16,09	48,27	5,00	241,36
1	Lavado	354	22	16,09	16,09	5,00	80,45
1	Terminado del producto	354	22	16,09	16,09	5,00	80,45

N° Trabajadores	Producción	
1	Almacenamiento de materia prima	mano de obra directa + costos indirectos de fabricación
2	Diseño, patronaje y corte	materia prima + mano de obra directa + costos indirectos de fabricación
3	Confección o ensamblaje	mano de obra directa + costos indirectos de fabricación
1	Lavado	mano de obra directa + costos indirectos de fabricación
1	Terminado del producto	mano de obra directa + costos indirectos de fabricación

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 42: Costo de Maquinaria

TABLA DE COSTO DE MAQUINARIA				
N°	Maquinaria	Unidad	P. Unitario	Total
1	Recta	5	\$ 520,00	\$ 2.600,00
2	Cerradora de codo	1	\$ 3.720,00	\$ 3.720,00
3	Cadeneta	3	\$ 13.000,00	\$ 39.000,00
4	Cadeneta plana	1	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00
5	Recubridora	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
6	Tracadora	1	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00
7	Ojaladora	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
8	Pretinadora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
9	Bordadora	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Planchas Industriales				
10	A vapor	4	\$ 1.243,00	\$ 4.972,00
11	Eléctrica	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00
TOTAL			\$ 44.583,00	\$ 77.692,00

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 43: Costo de materia prima

N°	Materiales	Cantidad	Unidad en Medida	P. Unitario	Total
1	Tela	1500	metros	\$ 5,00	\$ 7.500,00
2	Cierres	500	unidades	\$ 0,26	\$ 130,00
3	Botones	500	unidades	\$ 0,15	\$ 75,00
4	Hilos	8	unidades	\$ 3,90	\$ 31,20
5	Etiquetas	500	unidades	\$ 0,16	\$ 80,00
8	Agujas	1	Caja	\$ 3,35	\$ 3,35
TOTAL				\$ 12,82	\$ 7.819,55

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 44: Depreciación y costos indirectos de fabricación

N°	Detalle	Costo	Valor depreciación anual	Valor depreciación mensual
1	Recta	\$ 520,00	51,99	4,33
2	Cerradora de codo	\$ 3.720,00	371,99	31,00
3	Cadeneta	\$ 13.000,00	1299,99	108,33
4	Cadeneta plana	\$ 13.000,00	1299,99	108,33

5	Recubridora	\$ 1.300,00	129,99	10,83
6	Tracadora	\$ 3.900,00	389,99	32,50
7	Ojaladora	\$ 3.500,00	349,99	29,17
8	Pretinadora	\$ 2.000,00	199,99	16,67
9	Bordadora	\$ 1.100,00	109,99	9,17
	SUB TOTAL			350,33
10	Plancha A vapor	\$ 1.243,00	124,29	10,36
11	Plancha Eléctrica	\$ 1.300,00	129,99	10,83
	SUB TOTAL	\$ 13.000	2599,98	216,67
	TOTAL DEPRECIACIÓN			566,99

Tabla de Costos Indirectos de Fabricación

Servicios básicos	Costo
agua	\$ 25
Luz	\$ 30
Teléfono	\$ 20
TOTAL	\$ 80

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 45: Costos por proceso

N° de procesos	Procesos	Unidades Producidas		costo directo	Materia prima	Mano de obra directa	Costos indirectos de fabricación	Suma	Costos acumulados	Producto en proceso	
		entradas	salidas								
1	Almacenamiento de materia prima	500	500		0	80,45	0	80,45	80,45	-	
2	Diseño, patronaje y corte	500	500		0	160,91	0	160,91	241,36	-	
3	Confección o ensamblaje	500	500		7819,55	241,36	350,33	8411,24	8572,15	-	
4	Lavado	500	500	150,00	0		0	150,00	8561,24	-	
5	Terminado del producto	500	500		0	80,45	246,67	327,12	477,12	-	
TOTAL					7819,55	563,18	597,00	9129,73	17932,34	0	
									Costo de Producción	8,97	

Elaborado por: Punina Martha

El costo de producción total es de \$35864,68 dólares americanos mensuales, la empresa produce mensualmente 2000 prendas para sacar el costo de producción por prenda, se procedió a dividir el total del costo de producción para las 2000 prendas producidas, donde el resultado es de \$8, 97, es decir que el costo de producción por prenda cuesta ocho dólares noventa y siete centavos, y se vende al costo de 16,00 dólares por prenda en el cual estaría ganando 7 solares por producto.

Tabla N° 46: Análisis de los factores competitivos.

N°	Factores competitivos	Prioridad de acuerdo al cliente	Posición con la respectiva competencia	Promedio
1	Costos bajos en producción	4	4	4
2	Materia prima importada	3	2	2,5
3	Innovación	4	3	3,5
4	Tecnología	4	3	3,5
5	Presentación del producto	3	2	2,5
6	calidad y productividad	3	3	3
7	distribución del producto	4	3	3,5
8	Capacitación del personal	4	3	3,5
9	Mantenimiento adecuado de maquinarias	4	4	4
10	Distribución adecuada de planta	4	4	4
11	Servicio de calidad	4	3	3,5
12	Recursos financieros	4	3	3,5
13	Infraestructura	4	3	3,5
14	Proveedores fijos	4	3	3,5
15	Materia prima de calidad	4	3	3,5
16	Objetivos determinados	4	3	3,5
17	Lograr procesos de producción de manufactura estándar. Seguridad del impacto ambiental.	4	2	3
18	Cultura organizacional	4	2	3
	Total	3,83	2,94	3,39

Elaborado por: Punina Martha

PRIORIDAD DE ACUERDO AL CLIENTE: Grado 1 (baja importancia), Grado 2 (mediana importancia), Grado 3 (alta Importancia), Grado 4 (extrema importancia)

POSICIÓN RELATIVA A LA COMPETENCIA: + (Mejor), = (Igual), - (menor)

El resultado muestra que la empresa OZZONO obtuvo un puntaje de 3,83 ante su competidor, el cual obtuvo 2,94, lo que quiere decir que la empresa es mejor en los factores competitivos, dando a notar que si se cumple con el objetivo propuesto en el trabajo.

6.8. ADMINISTRACIÓN

La administración propuesta lo realizarán las siguientes personas:

Tabla N° 47: Administración

Nombre	Cargo	Función
Ing. Carlos Barroso Llerena	Gerente propietario	Dirige y toma decisiones.
		Determina cargos y funciones del personal
		Evalúa periódicamente las funciones designadas del personal
	Jefe de producción	Planear y desarrollar metas para cumplir con el objetivo
		Planificar la producción
		Controlar cada uno de los procesos de producción
Srta. Martha Punina	Investigadora	Elaborar el modelo propuesto para la empresa con el objeto de alcanzar la competitividad en un nivel alto

Elaborado por: Punina Martha

6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Tabla N° 48: Previsión de la evaluación

Pregunta	Plan de Evaluación
¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente propietario de la empresa OZZONO
¿Por qué evaluar?	Por medio de la evaluación se puede observar fácilmente los problemas que existe dentro de la producción
¿Para qué evaluar?	Para identificar en cuál de los procesos se generan los retrasos
¿Qué evaluar?	Los procesos de producción
¿Quién evalúa?	Gerente Propietario
¿Cuándo evaluar?	Cada mes
¿Cómo evaluar?	Mediante la productividad
¿Con que evaluar?	Mediante indicadores de competitividad

Elaborado por: Punina Martha

Tabla N° 49: Hoja de Hallazgos

HOJA DE HALLAZGOS	
EMPRESA PRODUCTORA DE JEAN "OZZONO"	
ÁREA DE PRODUCCIÓN	
EVIDENCIA	Encuesta realizada a los empleados del área operativa y administrativa de la empresa.
CONDICIÓN	En muchas ocasiones el mismo trabajador realizaba el mantenimiento de maquinaria y ayudaba a su compañero realizando otra actividad, parando la actividad que él estaba realizando, por ende existe una acumulación dentro del proceso.
CRITERIO	Este hallazgo ha incurrido en el tiempo de elaboración del producto, por ende afecta a los costos de producción.
CAUSA	Falta de mantenimiento a la maquinaria, procesos de producción no definidos y falta de control en los procesos.
EFEECTO	Como consecuencia causara pérdidas económicas, costos altos por tiempos de producción.
CONCLUSIÓN	Se ha llegado a la conclusión de que si no existe un control adecuado, si no se cuenta con un proceso de producción bien definidos y las maquinarias no son mantenidas adecuadamente, causara problemas económicos y los costos serán más altos.
RECOMENDACIÓN	Se recomienda a la empresa que realice un análisis general de las actividades que intervienen en la producción y la inmediata actuación ante este problema de acuerdo a la solución establecida en este trabajo de investigación.

Elaborado por: Punina Martha

Fuente: Empresa "OZZONO"

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Análisis de Encuestas*. España: ESIC Editorial.
- Agudelo Tobon, L. F., & Escobar Bolivar, J. (2007). *Gestion por procesos*. Medellin: Editorial Los Autores.
- Alarcón Yépez, S. E. (2012). *El proceso de producción y su incidencia en la materia prima de Confecciones GEORGE*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Alcalde, P. (2009). *Calidad*. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Alvarado Cervantes, D. G., & Morán Delgado, G. (2010). *Métodos de investigación* (Primera edición ed.). México: Pearson.
- Arizpe Farías, J. (2007). *Dirección de capital humano*. México: Trillas, S.A.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Lexis.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Lexis.
- Asociación Española para la Calidad. (24 de Junio de 2001). <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/herramientas>. Recuperado el 23 de Enero de 2015, de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/herramientas>
- Ávila, J. (2004). *Introducción a la economía*. México: Plaza y Valdés S.A. .
- Band, W. (1994). *Creación del valor La clave de la gestión competitiva: Diseño e implantación de una estrategia global*. Madrid : Ediciones Díaz de Santos.
- Barrantes Echaverría, R. (1999). *Investigación: Un camino al conocimiento: Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. (Primera edición ed.). San Jose: Funed.

- Bateman, T., & Snell, S. (2005). *Administración un nuevo panorama competitivo* (Sexta Edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Bayé, M. (2006). *Economía de Empresas* (Quinta edición ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Bellene, R. (S/N). *Análisis de Costos II*. Argentina: Ediciones Jurídicas Cuyo.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson editores.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación.
- Biografías y Vidas. (18 de Mayo de 2004). Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://www.biografiasyvidas.com/monografia/ford/fotos5.htm>
- Bonifaz, C. (11 de Junio de 2015). *Efi. Economía y Finanzas Internacionales*. Recuperado el 2015 de Enero de 23, de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/59-ventaja-comparativa>
- Buenas Tareas. (6 de Mayo de 2010). *BuenasTareas.com*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Flujo-De-Productos/285707.html>
- Business Solutions. (20 de Agosto de 2010). *La productividad*. Recuperado el 1 de Junio de 2013, de <http://www.bscgla.com/04.%20Educacion/00010.%20Productividad/Productividad.pdf>
- Campos Bueno, E. (2005). *Curso Básico de Economía de la Empresa: Un enfoque de organización*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Carrillo, D. (2010). *Diagnóstico del Sector Textil y de la Confección*. Quito: S/N.

- Castillo, S. G. (27 de Julio de 2012). *Mirador economico. actualidad, analisis y opinion*. Recuperado el 15 de Mayo de 2013, de <http://www.miradoreconomico.com/2012/07/alimentacion-y-productividad/>
- Cázares Hernández, L. (1990). *Técnicas Actuales de la Investigacion Documental*. México: Trillas .
- Cervera Martinez, J. (2001). *La transicion a las nuevas ISO 9000:2000 y su mplementacion*. Madrid: Edigrafos S.A.
- CONCEPTO.DE. (S/N de S/N de 2011). <http://concepto.de/factores-de-produccion/>. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de <http://concepto.de/factores-de-produccion/>
- Conocimientosweb.net. (5 de Enero de 2011). Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://www.conocimientosweb.net/portal/article2503.html>
- Cuevas Sarmiento, M. (s/n de s/n de s/n). Recuperado el 11 de Agosto de 2015, de <https://maricuevas.files.wordpress.com/2013/11/matriz-evaluacion.pdf>: <https://maricuevas.files.wordpress.com/2013/11/matriz-evaluacion.pdf>
- Chaves Vega, E. (s.f.). *Administración de Materiales*. EUNED.
- Dess, G. G., Tom Lumpkin, G., & Eisner, A. B. (2011). *Analisis de la cadena de valor* . McGRAW_HILL Interamericana Editores S.A. de C.V.
- EcuRed. (20 de Mayo de 2015). *EcuRed conocimiento con todos y para todos* . Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de http://www.ecured.cu/index.php/Proceso_de_producci%C3%B3n
- Elergonomista. (S/N de S/N de 2004). Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://www.elergonomista.com/relacioneslaborales/rl61.html>
- Escobar Bolivar, J., & Agudelo Tobon, L. F. (2007). *Gestión por Procesos* . Medellin-Colombia: Editorial Los Autores.

- Espinosa, R. (23 de Julio de 2013). Recuperado el 11 de Agosto de 2015, de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>:
<http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de calidad* (Septima edición ed.). México: Cengage editorial.
- Fernandez, E., Avellana Camarero, L., & Fernandez Barcola, M. (2006). *Estrategia de producción*. Madrid: Mc Grand Hill.
- García Cordova, F. (2004). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*. Mexico: Limusa S.A de C.V.
- García Cordova, F. (2004). *Recomendaciones Metodológicas para el Diseño de un Cuestionario*. Mexico: Limusa S.A de C.V.
- García Ramos, M. C., Yaguez Insa, M., Jurado Gonzalez, P., & Casanovas, R. (2007). *Guía práctica de economía de la versión II: Áreas de Gestión y Producción*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.
- Gross, M. (16 de Septiembre de 2010). *Pensamiento Imaginativo*. Recuperado el 03 de Julio de 2013, de <http://manuelgross.bligoo.com/>:
<http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
- Gryma, F., Bingham, R., & Juran, J. (2005). *Manual de control de la Calidad* (Segunda Edición ed.). Barcelona: McGraw-Hill.
- Guerra, G. (2002). *El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI*. San José de Costa Rica: Editorial Agrometrica .
- Gutiérrez Pulido, H. (2010). *Calidad Total y Productividad* (Tercera Edición ed.). México: Mc Graw Hill.

- Hernandez. (27 de Noviembre de 2003). *Catarina UDLAP*. Recuperado el 03 de Julio de 2013, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/calva_p_db/capitulo3.pdf
- Hernández, S. (2008). *Administración, Teoría, Procesos, Áreas Funcionales y Estrategicas para la competitividad*. (Segunda edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Teoria de la investigacion cientifica*. Quito: Dimerino Editores.
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2008). *Administracion estrategica: competitividad y Globalizacion*. Mexico: Cengage Learning Editores S.A.
- Hurtado Muñoz, O. (25 de Enero de 2011). Recuperado el 4 de Octubre de 2014, de http://www.academia.edu/9000199/JUSTO_A_TIEMPO
- Juez Martel, P., & Diez Vegas, J. (1997). *Pbrobabilidad y estadistica en edicina*. México: Lavel editores.
- Juez Martel, P., & Díez Vegas, J. (1997). *Pbrobabilidad y estadistica en medicina*. México: Lavel editores.
- Juran, J. M., Gryna, F. M., & Bingham, R. S. (2005). *Manual de Control de Calidad*. Barcelona: Mc Graw Hill Book Company.
- Keat, P., & Young, P. (2004). *Economia de Emprezas* (Cuarta edición ed.). México: Pearson Educación.
- Kennan, M. (S/N de S/N de 1999). *Ehow en español*. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de http://www.ehowenespanol.com/cuatro-factores-produccion-economia-lista_166533/

- Krajewski, L. J., & Ritzman, L. P. (2000). *Administración de Operaciones: estrategia y Análisis*. Mexico: Pearson Educación.
- La Hora. (7 de Junio de 2010). Industria Textil fortalecida en Tungurahua. *Noticias Tungurahua*, pág. s/n.
- Lagos, E. (1 de Noviembre de 2011). *Blogspot*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://almacenamientolog.blogspot.com/2011/11/almacenamiento-concepto.html>
- Laza, S. (24 de Abril de 2006). *Adam Smith: Zona Económica*. Recuperado el 1 de Junio de 2013, de *Zona Económica*: <http://www.zonaeconomica.com/adamsmith>
- Leon, C. (7 de Abril de 2008). *Aspecto axiológico: Monografías*. Recuperado el 23 de Mayo de 2013, de *Monografías.com*: <http://www.monografias.com/trabajos75/aspecto-axiologico-investigacion/aspecto->
- Linton, I. (3 de Mayo de 2011). Recuperado el 15 de Enero de 2015, de http://www.ehowenespanol.com/importante-empresa-obtenga-ventaja-competitiva-mercado-info_270876/:
http://www.ehowenespanol.com/importante-empresa-obtenga-ventaja-competitiva-mercado-info_270876/
- Llopis Goig, R. (2004). *Grupos de Discusión*. España: ESIC Editorial.
- Marín, F., & Delgado, J. (21 de Mayo de 2013). *Calidad y Mediambiente*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://www.cge.es/portalcge/tecnologia/innovacion/4115sistemajust.aspx>
- Medianero Burga, D., & Lama More, A. (s/n de Marzo de 2005). *Productividad y Competitividad: Los verdaderos retos de la nación*. Recuperado el 23 de

Noviembre de 2014, de
<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/economia/25/a10.pdf>

Méndez Morles, J. S. (2011). *La Economía en la Empresa en la sociedad del conocimiento* (Cuarta edición ed.). México: Mc Graw Hill.

Merino Sanz, M. J., Pintado, T., Sánchez, J., Grande, I. E., & Estévez Muñoz, M. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. España: ESIC Editorial.

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (22 de Junio de 2011). <http://www.produccion.gob.ec/>. Recuperado el 18 de Julio de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://es.slideshare.net/mcpec1/pmc-textil-y-confecciones>

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (22 de junio de 2011). *Plan de Mejora Competitiva Sector Textil y Confecciones* . Recuperado el 18 de julio de 2014, de <http://es.slideshare.net/mcpec1/pmc-textil-y-confecciones>

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (s/n de Mayo de 2011). Recuperado el 22 de Julio de 2014, de Agendas para la Transformación Productiva Territorial: Provincia de Tungurahua: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>

Ministerio de Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (17 de Diciembre de 2013). *MIPYMES TEXTILES DE ANTONIO ANTE SE BENEFICIARÁN CON CENTRO PRODUCTIVO*. Recuperado el 18 de Julio de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>: <http://www.produccion.gob.ec/mipymes-textiles-de-antonio-ante-se-beneficiaran-con-centro-productivo/>

- Ministerio de Industrias y Productividad. (s/n de Febrero de 2013). <http://www.industrias.gob.ec/>. Recuperado el 18 de Julio de 2014, de <http://www.industrias.gob.ec/>: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/revista4.pdf>
- Montiel, D. (18 de Mayo de 2013). *elblogdeldany.wordpress.com*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <https://elblogdeldany.wordpress.com/bimestres/bimestre-5/tareas/produccion-artesanal/>
- Montoya Restrepo, C. (15 de Mayo de 2007). *Universidad Nacional de Colombia*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/3sis-temasecon.htm>
- Morán Delgado, G., & Alvarado Cervantes, D. G. (2010). *Metodo de investigacion* (Primera edicion ed.). Mexico: Pearson editorial.
- Morán Delgado, G., & Alvarado Cervantes, D. G. (2010). *Metodos de investigación* (Primera edición ed.). México: Pearson editores.
- Moreno Bayardo, M. G. (1987). *Introduccion a la metodologia investigacion de la investigacion educativa* (Primera edición. ed.). Mexico: Progreso editores.
- Muñoz Negron, D. (2009). *Administración de Operaciones. Enfoque de Administración de Procesos de Negocios*. Mexico: Cengage Learning Editores.
- Muñoz Negron, D. F. (2009). *Administracion de las Operaciones. Enfoque de administración de procesos de negocios*. Mexico: Cengage Learning Editores.
- Pau Cos, J., & Narvacues, R. (1998). *Manual de logistica integral*. Madrid: Edicione Diaz de Santos.

- Paulo Nuñez. (26 de marzo de 2012). *Knoow.net*. Recuperado el 10 de octubre de 2013, de [www.knoow.net:
http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/ventajacompetitiva.htm](http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/ventajacompetitiva.htm)
- Peñarrieta Córdova, M. I. (2005). *Módulos de Aprendizaje*. México: Plaza y Valdes Editores.
- Ponce de León, N. (20 de agosto de 2009). *blogspot*. Recuperado el 11 de octubre de 2013, de <http://innovaadministracion.blogspot.com/2009/08/tipos-de-ventajas-competitivas.html>
- Porter, M. (s/d de s/n de 2007). *Micrositios*. Recuperado el 5 de octubre de 2013, de [www.itson.mx:
http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf](http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf)
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Gestion del Punto de Venta*. España: Editorial Vértice.
- Quinga Escobar, O. L. (2013). *La Planificacion de la Produccion y su incidencia en la Productividad de la Empresa Consertexa de la ciudad de Ambato en el año 2012*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato .
- Rendón Rojas, M. Á. (2005). *Bases teóricas y filosóficas de la bibliotecología*. México: UNAM.
- Robbins, S. (2005). *Administración* (Octava edicion ed.). México: Pearson Educacion.
- Rodríguez Combeller, C. (1999). *El Nuevo Escenario: la cultura de Calidad y Productividad En Las Empresas*. Mexico: ITESO.
- Rodríguez Moguel, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Univ. J. Autónoma de Tabasco.

- Sánchez Gómez, G. (2008). *Cuantificación de valor en la cadena de suministros extendida*. León: Del Blanco Editores.
- Significados.com. (S/N de S/N de 2013). *Significados.com*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2014, de <http://www.significados.com/proceso-de-produccion/>
- Silva, L. C. (1997). *Cultura Estadística e Investigación Científica en el Campo de la Salud: Una Mirada Crítica*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Sites.upiicsa.ipn.mx. (16 de Abril de 2013). Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/polilibros/p_terminados/Admin-II-Form/conocimiento/unidad5/U5541.htm
- Sobre Conceptos. (3 de Septiembre de 2009). *Sobre Conceptos* . Recuperado el 13 de Diciembre de 2014, de <http://sobreconceptos.com/factores-de-produccion>
- Tamayo Tamayo, M. (2004). *El Proceso de Investigación Científica*. Mexico : Limusa S.A.
- Tejada, B. D. (2007). *Administración de Servicios de Alimentación. Calidad, Nutrición, Productividad y Beneficios* (Segunda edición ed.). Medellín: Universidad de Antioquia.
- To Be Productive. (25 de Enero de 2011). *blogspot.com*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://tobeproductive.blogspot.com/2011/01/produccion-unitaria-o-por-proyecto.html>
- UNAD-Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (11 de Mayo de 2011). Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/256597/JITyTOC.pdf>
- Valdez, L. R. (2005). *Comunidades Productivas: Asociatividad y Producción en el Territorio*. República Dominicana: Amazon.

- Valera Corral, A. (15 de Agosto de 2007). Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17827/Capitulo3.pdf>
- Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial* (Tercera edición ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Vargas Sabadías, A. (1995). *Estadística Descriptiva e Inferencial*. España: Campobell .
- Varo, J. (1994). *Gestión estratégica de la calidad*. Madrid: Ediciones Díaz Santos.
- Villarreal, R. (2006). *El Método de Competitividad Sistémica de los Agronegocios en la Cadena Global de Vallor* . México: ISCD.
- Vitez, O., & Media, D. (s/n de s/n de 2008). *La Voz de Houston*. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de <http://pyme.lavoztx.com/definicion-economica-de-los-cuatro-factores-de-produccion-4483.html>
- Web y Empresas. (s/n de s/n de s/n). Recuperado el 11 de Agosto de 2015, de <http://www.webyempresas.com/la-matriz-del-perfil-competitivo/>:
<http://www.webyempresas.com/la-matriz-del-perfil-competitivo/>
- Yanchapanta Guamán, V. A. (2014). *Modelo de Gestión para la competitividad y sus incidencia en la productividad de textiles Andela Cía.Ltda., de la ciudad de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

ANEXO



Anexo 1
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA



Encuesta

OBJETIVO: Evaluar el proceso de producción de jean de la empresa “OZZONO” del cantón Pelileo.

INDICACIONES: Lea detenidamente y conteste a las preguntas del cuestionario marcando una (X) la respuesta que se adapte a la situación de la empresa.

P1 ¿Cree usted que la empresa cuenta con un proceso de producción determinado?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

P2 ¿Cuenta la empresa con maquinaria y equipo apto para la producción?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

P3 ¿La empresa OZZONO cuenta con una planificación adecuada para la producción?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

P4 ¿Existe un control adecuado de la materia prima?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

P5 ¿Cómo califica la calidad de la materia prima?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Malo	<input type="checkbox"/>

P6 ¿Cuenta la empresa con proveedores fijos de materia prima?

Si	
No	

P7 ¿Cumple con la cuota de producción mínima establecida?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Nunca	

P8 ¿En qué porcentaje aprovecha la capacidad de la maquinaria y equipo para la producción?

60% o mas	
40% a 60%	
40% o menos	

P9 ¿El personal de la empresa es debidamente capacitada?

Si	
No	

P10 ¿los procesos que se lleva en la producción de jean son fáciles de ejecutar?

Si	
No	

P11 ¿El producto se apega de acuerdo a las especificaciones del cliente?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Nunca	

P12 ¿Cada qué tiempo realiza el mantenimiento de las maquinarias y equipos?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	
Cada 2 años o mas	

P13 ¿Cuál de los siguientes factores podrían causar la baja producción de jean en la empresa?

Inadecuada instalación de maquinaria	
Mano de obra no capacitada	
Inadecuado mantenimiento de maquinarias	

P14 ¿La entrega del producto final es adecuada y a tiempo?

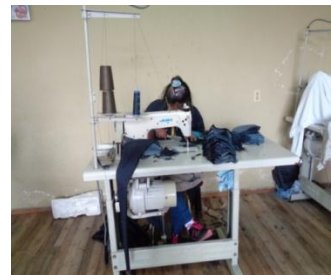
Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Nunca	

P15 ¿Cree usted que el nivel competitivo de la empresa ha incrementado en el último año?

Si	
No	

Anexo 2

Imágenes del proceso de producción de jean de la empresa OZZONO



Anexo 3

Explicación de las Matrices elaboradas en la Fase 2

“MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

El procedimiento para la construcción de una matriz de factores externos es el siguiente:

- a) Elaborar una lista de amenazas y oportunidades decisivas para la institución (de 5 a 20)
- b) Asignar una ponderación a cada factor que oscila entre:

Sin importancia 0.0

Muy importante 1.0

La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de una institución. La sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deben ser 1.0.

- c) Hacer una clasificación de 1 a 4 para indicar el impacto que cada variable representa que cada variable presenta:

Amenaza importante 1

Amenaza menor 2

Oportunidad menor 3

Oportunidad importante 4

- d) Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer ponderado para cada variable.
- e) Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado total ponderado para una institución.

El resultado ponderado más alto posible para una institución es 4,0 y el resultado total ponderado menor posible es 1,0. El resultado ponderado promedio es, por lo tanto 2,5. Un resultado 4,0 indicaría que una organización desarrolla su gestión en un entorno atractivo y que tiene grandes oportunidades externas, mientras que un resultado 1,0 mostraría una organización que está en un entorno difícil y que enfrenta graves amenazas externas.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

Los procedimientos para estructurar la matriz de evaluación de factores internos son los siguientes:

a) Identificar las fortalezas y debilidades claves de la institución (de 5 a 20).

Sin importancia 0.0

Muy importante 1.0

b) Asignar una ponderación a cada variable que oscila entre:

La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de una institución. Sin importar si los factores claves dan fortalezas o debilidades internas, los factores considerados como los de mayor impacto en el rendimiento deben recibir ponderaciones altas. Las sumas de dichas ponderaciones deben totalizar 1,0.

c) Asignar una clasificación de uno a cuatro a cada factor:

Debilidad importante 1

Debilidad menor 2

Fortaleza menor 3

Fortaleza importante 4

f) Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer ponderado para cada variable.

g) Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado total ponderado para una institución.

Sin importar el número de factores incluidos, el resultado total ponderado puede oscilar de un resultado bajo de 1,0 a otro alto de 4,0, siendo 2,5 el resultado promedio. Los resultados mayores que 2,5 indican una institución poseedora de una fuerte posición interna, mientras que los menores que 2,5 muestran una organización con debilidades internas.” (Cuevas Sarmiento, s/n)

Anexo 4

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

“La matriz del perfil competitivo (MPC) es una herramienta que compara la empresa y sus rivales y pone de manifiesto sus fortalezas y debilidades relativas.

El Peso en la matriz

Cada factor crítico de éxito debe tener un peso relativo que oscila entre 0,0 (poca importancia) a 1,0 (alta importancia). El número indica la importancia que tiene el factor en la industria. Si no hubiera pesos asignados, todos los factores serían igualmente importantes, lo cual es un escenario imposible en el mundo real. La suma de todos los pesos debe ser igual a 1,0. A los factores independientes no se les debe dar demasiado énfasis (asignando un peso de 0,3 o más) porque el éxito en una industria rara vez se determina por uno o unos pocos factores.

El Rating

El rating en la MPC se refiere a lo bien que lo están haciendo las empresas en cada área. Van desde 4 a 1, en donde 4 significa una gran fortaleza, 3 – fuerza menor, 2 – debilidad menor y 1 – gran debilidad. Valoraciones, así como los pesos, se les asigna subjetivamente a cada empresa. Este proceso se puede hacer más fácil a través de la evaluación comparativa. Benchmarking revela lo bien que están haciendo las empresas en comparación el uno con el otro o el promedio de la industria. Hay que recordar que a las empresas de la matriz se le pueden asignar calificaciones iguales por el mismo factor. Por ejemplo, si la empresa A, B y C tienen cuotas de mercado del 25%, 27% y 28% respectivamente en consecuencia, todos recibirán la calificación de 4 en lugar de recibir calificaciones 2, 3 y 4.

Puntaje

El puntaje es el resultado de la multiplicación del peso por el rating. Cada empresa recibe una puntuación en cada factor. El puntaje total es simplemente la suma de todos los puntajes individuales. La empresa que recibe el mayor puntaje total es relativamente más fuerte que sus competidores. En nuestro ejemplo, el mejor desempeño en el mercado debe ser la empresa B con 2,94 puntos.”(Web y Empresas, s/n)

MATRIZ FODA

“La **matriz de análisis dafo** o **foda**, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

ANÁLISIS EXTERNO

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La **matriz dafo** divide por tanto el **análisis** externo en oportunidades y en amenazas.

- Oportunidades: representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con nuestra empresa?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?
- Amenazas: pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas de nuestra organización, podemos responder a preguntas como: ¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores?

ANÁLISIS INTERNO

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiación, marketing, producción, organización, etc. En definitiva se trata de realizar una autoevaluación, dónde la **matriz de análisis dafo** trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa.

- Fortalezas: Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: ¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?
- Debilidades: Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa podemos responder a preguntas como: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos compren?”(Espinosa, 2013)