



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “La competitividad en la productividad de
las Pymes”**

AUTOR: Luis Miguel Tubón Morales

TUTOR: Ing. Mg Carlos Vinicio Mejía Vayas

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2018



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg Carlos Vinicio Mejía Vayas

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**La competitividad en la productividad de las Pymes**” presentado por el señor **Luis Miguel Tubón Morales** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 20 agosto del 2018



Ing. Mg. Carlos Vinicio Mejía Vayas
C.I. 0400730693

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Luis Miguel Tubón Morales**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Luis Miguel Tubón Morales

C.I.1803860095

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dra. Mg. Jenny Margoth Gamboa Salinas

C.I. 1802289320



Ing. MBA. Rodrigo Fernando Miranda López

C.I. 1803556040

Ambato, 20 de agosto del 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

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



Luis Miguel Tubón Morales

C.I.1803860095

DEDICATORIA

A mi madre Zoila Beatriz Morales que me brinda su apoyo, sus consejos y su amor. Por ser siempre mi pilar fundamental y la persona con la que siempre puedo contar y ser la fortaleza en cada paso que doy o emprendo en la vida.

A mis hermanos Diana y Diego que están siempre pendientes en cada logro o tropiezo y ser ese apoyo incondicional para alcanzar mis metas trazadas en mi vida.

A mi sobrino Dylan que con cada ocurrencia o pequeña sonrisa me alegra la vida y me da fuerzas para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto de investigación está dedicado a Dios y a mis docentes ya que gracias a ellos he logrado culminar mi carrera y poder ser un Profesional.

La mi madre que con su amor y enseñanza ha sembrado los valores y virtudes que se necesitan para vivir con anhelo y felicidad.

A mi familia porque siempre estuvieron a mi lado, brindándome su apoyo incondicional para hacer de mí una mejor persona.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
ABSTRACT.....	XIV
CAPITULO I.....	1
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	1
1.1. Tema de Investigación.....	1
1.2. Contextualización.....	1
1.3. Análisis crítico.....	9
CAPITULO II	10
2.1. Objetivo general	10
2.2. Objetivos específicos.....	10
2.3. Señalamiento de las variables.....	10
2.4. Preguntas de Investigación	10
2.5. Hipótesis	11
CAPITULO III.....	12
FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	12

3.1. Fundamentación de la variable independiente	12
3.1.1. La Competitividad	12
3.1.2 La importancia de la competitividad	14
3.1.3. Tipos de competitividad.....	15
3.1.4. Estrategias de competitividad	16
3.1.5. Ventaja competitiva	16
3.1.6. Tipos de Ventajas Competitivas	17
3.1.7. Ventajas de costes	18
3.1.8. Las fuerzas Competitivas de Porter	19
3.1.9. Factores de la Competitividad	21
3.2. Fundamentación de la variable dependiente	23
3.2.1. Productividad.....	23
CAPITULO IV	33
METODOLOGÍA	33
4.1 Enfoque de investigación	33
4.2. Modalidad de la investigación.....	34
4.3. Tipos de investigación.....	35
4.3.1. Investigación exploratoria.....	35
4.3.2. Investigación descriptiva	35
4.3.3. Investigación correlacional	36
4.4. Población y Muestra.....	36
4.5. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	41
4.6. Recolección de información	41
4.7. Procesamiento de Información	42
4.8. Validación del instrumento de recolección de información	42
4.9. Verificación de la Hipótesis por el método del Chi Cuadrado.....	43
CAPITULO V.....	50

RESULTADOS	50
5.1. Análisis e interpretación	50
5.2. Analizar la evaluación de los factores que inciden en la competitividad de las pymes de calzado del cantón Cevallos.	62
CAPITULO VI	64
6.1. Conclusiones	64
CAPITULO VII	65
7.1. Recomendaciones	65
Bibliografía	66
ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Empresas de Calzado en Cevallos	36
Tabla 2 Técnica de investigación	41
Tabla 3 Recolección de información.....	41
Tabla 4 Frecuencia Observadas	45
Tabla 5 Frecuencia Esperada Frecuencias Esperadas	46
Tabla 6 Calculo de Chi- Cuadrado Forma 1	47
Tabla 7 Cálculo Del Chi – Cuadrado Forma 2.....	48
Tabla 8 Distribución Del Chi – Cuadrado.....	48
Tabla 9 Calidad de la Productividad	50
Tabla 10 Aspectos de la Productividad.....	51
Tabla 11 Medidas de la Productividad.....	52
Tabla 12 Acciones de la Productividad.....	53
Tabla 13 Control de Producción	54
Tabla 14 La capacitación	55
Tabla 15 Efecto de la Capacitación.....	56
Tabla 16 Efecto de la Capacitación.....	57
Tabla 17 Aspectos de competitividad	58
Tabla 18 La competitividad de las Pymes	59
Tabla 19 Los aspectos de la competitividad	60
Tabla 20 Estrategia de la competitividad	61
Tabla 21 Análisis de los factores de la competitividad.....	62
Tabla 22 Análisis de los factores de la productividad.....	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Árbol de Problemas.....	8
Gráfico 2	Modelo de competitividad	14
Gráfico 3	Las 5 fuerzas de Potter.....	21
Gráfico 4	Modelo de la Productividad.....	27
Gráfico 5	Distribución del Chi Cuadrado	49
Gráfico 6	Calidad de la Productividad.....	50
Gráfico 7	Aspectos de la Productividad.....	51
Gráfico 8	Medidas de la Productividad.....	52
Gráfico 9	Acciones de la Productividad.....	53
Gráfico 10	Control de Producción	54
Gráfico 11	La capacitación	55
Gráfico 12	Efecto de la Capacitación.....	56
Gráfico 13	Indicadores de la Competitividad	57
Gráfico 14	Aspectos de la Competitividad	58
Gráfico 15	La competitividad de las Pymes	59
Gráfico 16	Los aspectos de la competitividad	60
Gráfico 17	Estrategia de la competitividad.....	61

RESUMEN EJECUTIVO

Las pymes dedicadas a la actividad de calzado del cantón Cevallos es la actividad que ha permitido el desarrollo al cantón ya que su calzado se caracteriza por su calidad, variedad, innovación y confort para sus clientes y turistas que optan por los productos en las diferentes líneas que exponen los productores como son de dama, caballero, niña y niño. Pero las pymes presentan la pérdida de competitividad en la productividad para lo cual que ha propuesto mejor los problemas que tiene las pymes.

Las estadísticas muestran que las PYME representan el 90% del total de empresas en la gran mayoría de las economías de todo el mundo y proporcionan entre el 40% y el 80% de las oportunidades laborales, además de contribuir en gran medida al PIB de muchos países. Las pymes debido a sus mayores beneficios económicos en comparación con las grandes empresas generan más empleo.

Con los datos obtenidos en la investigación realizamos una encuesta tomando una muestra de 123 pymes de calzado en el cantón Cevallos y esta encuesta fue dirigida a los gerentes o propietarios de las empresas para recabar información sobre la competitividad y productividad.

La investigación de este proyecto está relacionada en la competitividad de la productividad de las pymes de calzado del cantón Cevallos con el fin de mejorar la competitividad y productividad en las empresas existen cerca de 180 talleres artesanales, 40 almacenes de calzado, tres organizaciones de producción.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, COMPETITIVIDAD, PRODUCTIVIDAD, PYMES, INNOVACIÓN.

ABSTRACT

The cameras are dedicated to the shoe activity of the canton. Cevallos is the activity that has allowed the development of the canton that is characterized by its quality, variety, innovation and comfort for its customers and tourists who choose the products in the other lines that expose the producers as a child of a lady, a gentleman, a girl and child But SMEs present the loss of competitiveness in productivity for what has been better than the problems that SMEs have.

Statistics show that SMEs account for 90% of all companies in the vast majority of economies around the world and the capacity of 40% and 80% of job opportunities, in addition to contributing greatly to the GDP of many countries SMEs, due to their greater economic benefits compared to large companies generate more employment.

With the data obtained in the research, we conducted a survey, taking a sample of 123, the questions and answers of the respondents about the competence and productivity.

The investigation of this project is related to the competitiveness of the practices of footwear brands of the canton. Cevallos with the aim of competitiveness and productivity in companies there are about 180 craft workshops, 40 shoe stores, three production organizations.

KEYWORDS: RESEARCH, COMPETITIVENESS, PRODUCTIVITY, SMES, INNOVATION.

CAPITULO I

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Tema de Investigación

“LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES”

1.2. Contextualización

Según. (Riis, 2015), manifiesta que, Las empresas deben mejorar continuamente su desempeño para seguir siendo competitivas, lo que justifica la constante demanda de nuevas tecnologías relacionadas con productos, procesos y administración. Destacaron que el entorno económico en el que operan las empresas les ha obligado a introducir cambios en sus líneas de productos para ganar posicionamiento en nuevos segmentos de mercado. También.(Waehrens , 2016), dice que, han invertido en la modernización de los equipos de fabricación, y en la adopción de nuevas políticas hacia los proveedores, de cosechar los beneficios de la cooperación vertical en la cadena productiva y en las relaciones con el mercado en términos de la simetría de las estrategias competitivas.

Afirma. (Ariano, 2015), que, las micro, pequeñas y medianas empresas (PYME) son clave agente, y grandes segmentos de la población y la economía depende en su actividad y su rendimiento. En los países de Europa y de América Latina y el Caribe, las PYME representan aproximadamente. El 99% de todas las empresas son responsables de una gran parte del empleo (67%) y están activos en una amplia variedad de productos y servicios. Además. (Bonilla , 2014), dice que, en general, las PYME tienen un mayor peso en términos de empleo que de salida, lo que indica que sus niveles de productividad son inferiores a los de grandes empresas, y su participación limitada en las exportaciones refleja su fuerte orientación hacia el mercado interno.

Define (Guerra, 2014), que, el Ecuador es uno de los países menos diversificados de América Latina y el Caribe, que depende en gran medida del petróleo y la agricultura. El sector de servicios en Ecuador tiene un desempeño deficiente en productividad y

competitividad comercial. Además, los servicios no agregan valor suficiente para los proveedores de exportación y los usuarios a lo largo del tiempo. Según.(Bermejo, 2015), dice que, el déficit en la integración de los servicios empresariales, especialmente los servicios empresariales intensivos en conocimiento, es particularmente alto, lo que afecta la competitividad de todos los sectores y sus cadenas de valor.

Afirma.(Fiallos , 2015), que, la industria del calzado en comparación con otros países tiene una falta de tecnología en los procesos de producción, es intensivo de mano de obra y principalmente artesanal. Las compañías creen que la implementación de las nuevas tecnologías proporcionara una mejor productividad y competitividad para las empresas. También.(Lopez, 2015), expone que, los empleados perciben la tecnología como un factor de aumento del desempleo y declaró que la competencia basada en el tiempo es una estrategia competitiva que permite a las empresas desarrollar un liderazgo sostenible en ambos y mercados internacionales.

Una competitividad basada en el tiempo implica la compresión del tiempo necesario para realizar una serie de actividades operacionales tales como planificación, diseño, desarrollo de productos, innovación, fabricación, logística, comercialización y distribución de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes, (Laverde, 2014). Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son en su mayoría son afectadas en este escenario. Estas compañías tienen menos capacidad de productividad y capacidades tecnológicas para competir tanto en el mercado nacional como internacional mercados con productos de calidad, diseño competitivo,(Castillo, 2015).

Según.(Gago, 2015), afirma que, los factores impulsores de la productividad y la competitividad, la innovación es el factor clave de diferenciación y calidad (a diferencia de los factores relacionados con los precios, la regulación y la competencia). La innovación en las empresas de servicios ecuatorianas no afecta significativamente el rendimiento (por ejemplo, las ventas y las exportaciones), aunque la innovación en la fabricación sí mejora el rendimiento de las empresas manufactureras. Los servicios están orientados a fomentar la competitividad y la innovación.

Las estadísticas muestran que las PYME representan el 90% del total de empresas en la gran mayoría de las economías de todo el mundo y proporcionan entre el 40% y el

80% de las oportunidades laborales totales, además de contribuir en gran medida al PIB de muchos países. Las PYMES debido a sus mayores beneficios económicos en comparación con las grandes empresas en términos de creación de empleo, eficiencia y crecimiento,(Elasrag, 2014).

Según.(Malaret, 2014), manifiesta que, al Director Corporativo de los Servicios Productivos y Financieros de la CAF, explica que "los países de América Latina deben promover un contexto económico e institucional que fomente la innovación y ayude a fortalecer el capital humano, mientras que al mismo tiempo promueven la competencia y aumentan la productividad. Afirma,(kotter, 2015). Dice que, una competencia sana, las empresas tienden a explorar nuevos mercados de exportación, lo que contribuye a su profesionalización, su crecimiento y su internalización". Según el experto, las pequeñas empresas han estado en el centro de las políticas públicas, tratando de aliviar la falta de crecimiento empresarial.

Según.(CEPAL, 2014), Indica que, las pequeñas y medianas empresas, PYMES, contribuyen a la economía del Ecuador, generando empleo y al aumento de los ingresos del país, contribuyendo en introducir mejoras a la producción que aumenta la participación en los mercados, promoviendo mayor competitividad empresarial para lo cual es importante disminuir brechas de productividad incorporando tecnología, innovación y conocimiento a sus productos y así impulsar mejoras en la gestión de competitividad.

La competitividad desde un punto de vista es un enfoque más efectivo ya que los problemas son resueltos por equipos multidisciplinarios. Sin embargo, esta perspectiva necesita un análisis más profundo teniendo en cuenta que los diferentes grupos de empresas tienen diferentes enfoques de gestión,(Johansen, 2016). Así que esto implica adoptar diferentes estrategias para enfrentar un entorno más competitivo. La innovación se ve desde diferentes puntos de vista por diferentes empresas partiendo del supuesto de que existe una asimetría en la gestión de la innovación y en la correlación entre grupos de empresas en el mismo nivel de la cadena productiva,(Perez W. , 2014).

El Informe de Competitividad Global 2016-2017 evalúa el panorama de competitividad de 138 economías, proporcionando información sobre los impulsores

de su productividad y prosperidad, (Chavez , 2015). Destaca que las medidas de estímulo monetario como la flexibilización cuantitativa no son suficientes para sostener el crecimiento y deben ir acompañadas de reformas de competitividad. Los hallazgos clave finales apuntan al hecho de que las prácticas comerciales actualizadas y la inversión en innovación son ahora tan importantes como la infraestructura, las habilidades y los mercados eficientes,(Zervos, 2014).

Según, (Garcia, 2015). Manifiesta que, la competitividad se refiere a las ventajas que permiten que una empresa supere a sus competidores. La medida en que una empresa es más competitiva, o al menos tan competitiva, como otras empresas se puede medir de varias maneras. Tradicionalmente, las principales medidas de competitividad se encuentran en términos financieros o de comercialización. Por ejemplo, se espera que un negocio competitivo logre uno o más de los siguientes. Una tasa de crecimiento más alto que la competencia y el mercado en general.

Define.(Burgelmant, 2016), que, La innovación como un proceso que se caracteriza como un acto de introducción de algo nuevo. Este proceso involucra la generación, adopción, implementación e incorporación de nuevas ideas y prácticas para crear riqueza. Asegura. (Mandique , 2014), que, la gestión del conocimiento juega un rol central ya que es el medio para aumentar la capacidad organizacional enfocándose en lograr la eficiencia a través de la creación y adopción del conocimiento científico y tecnológico para mejorar la competitividad en las empresas.

La innovación puede definirse como una forma de aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas cosechando los beneficios generados por las estructuras locales a través de una relación de cooperación, (Idrissia, 2014). Nos plantea la competitividad promueve variedad de producción, reducciones en los costos de inversión, reducción en los costos de transacción e incremento en la eficiencia operativa, mayor poder de negociación y el desarrollo de procesos de innovación,(Amaraa , 2014).

Afirma. (Ghung-Shing , 2014), que, la competitividad también se reconoce como una red de relaciones que incluye compañías en el mismo sector industrial y que les ofrece la posibilidad de lograr la innovación y mejorar el desarrollo de productos y procesos. También. (Kuei-Hsien , 2014), Expone que las relaciones de red pueden diferenciar el

valor de la cadena productiva cuando los socios participan en actividades de intereses comunes, permitiendo la mejora de acciones proactivas en el producto o servicio final, lo que crea un ambiente estimulante para el proceso de innovación reducir los costos de transacción en las operaciones y en el desarrollo de productos.

Según. (Petruzzelli, Albino y Carbonara, 2014), dice que la competitividad depende de la infraestructura común del proceso de innovación y un entorno favorable para la innovación, además de un fuerte vínculo entre los sectores regionales y sin embargo, lo que se observa en algunos son barreras que impiden que la tecnología y la innovación sean herramientas para la competitividad, especialmente de las pequeñas y medianas empresas pertenecientes a sectores tradicionales de la industria.

Según, (Diaz, 2014). Afirma que, la industria del calzado ha estado sujeta a un largo período de transición desde principios de los años noventa. Los fabricantes han mantenido su competitividad deslocalizando los procesos de producción más costosos desde sus países de origen a ubicaciones más económicas e introduciendo medidas de reducción de costos, que han incluido una reducción en el empleo dentro del sector, También.(Miles , 2016), Asegura que, en la Comisión Europea se llevó a cabo un estudio sobre la industria que combinó la investigación, una encuesta de los principales interesados en el sector y estudios de casos en nueve regiones diferentes productoras de calzado.

Según.(Quinteros , 2014), afirma que, las pymes como agentes económicos están siendo llamadas a desempeñar un papel nuevo e importante en el fomento de las relaciones entre América Latina y el Caribe y la Unión Europea. Estas dos regiones están estrechamente vinculadas desde el punto de vista económico, en particular a través del comercio y la inversión directa, así como a través del intercambio de personas e ideas desde hace mucho tiempo. También.(Sanchez, 2014), dice que, el crecimiento de América Latina y el Caribe puede ser un factor para mitigar el impacto de la crisis en Europa. La internacionalización de las PYMES, además de ayudar a generar empleo y aumentar los ingresos, ofrece la posibilidad de agregar valor en el origen e introducir mejoras en la producción.

Las pequeñas y medianas empresas son las organizaciones establecidas en todos los países del continente, que simbolizan más de 95% de los negocios que hay en el mundo

y cuentan con diferentes ventajas competitivas con respecto a las grandes empresas, debido a su menor tamaño y facilidad de acondicionarse a los cambios en la economía y modelo de la demanda (González, 2013). También de ser dominantes, son parte fundamental en la creación de fuentes de empleo en todos los países, y estas empresas generan mayor empleo y ayudan al crecimiento en lo económico. (Vázquez y Arredondo, 2014).

Ecuador es un pequeño país andino ubicado al norte del continente sudamericano. Las empresas ecuatorianas son enfrentando tiempos difíciles debido a los problemas políticos y económicos que este país ha sufrido durante los últimos 2 décadas. En Ecuador, el crecimiento económico es apoyado en cierta medida por las pequeñas y medianas empresas (PYME). Dentro de la industria manufacturera, las grandes empresas representan el 16% del negocio y las pymes representan el 84% del negocio (INEC, 2007). Por lo tanto, las PYMES ecuatorianas tienen un gran potencial para generar empleo, ingresos y producción, (Barrera, 2001).

Define. (Niebel, 2014). Que, las mejoras de productividad y eficiencia conducen a una reducción en los costos productivos y por lo tanto hacer que las empresas sean más competitivas. Hay muchas metodologías que ayudan a aumentar los niveles de productividad a través de la gestión como Lean Manufacturing, Kaizen, Total Quality Management. También. (Freivalds, 2015), afirma que, las PYME ecuatorianas trabajan en una forma formal de mejorar su productividad, siendo la productividad la razón para medir qué tan bien una organización convierte los recursos de entrada (mano de obra, materiales, máquinas, etc.) en bienes y servicios.

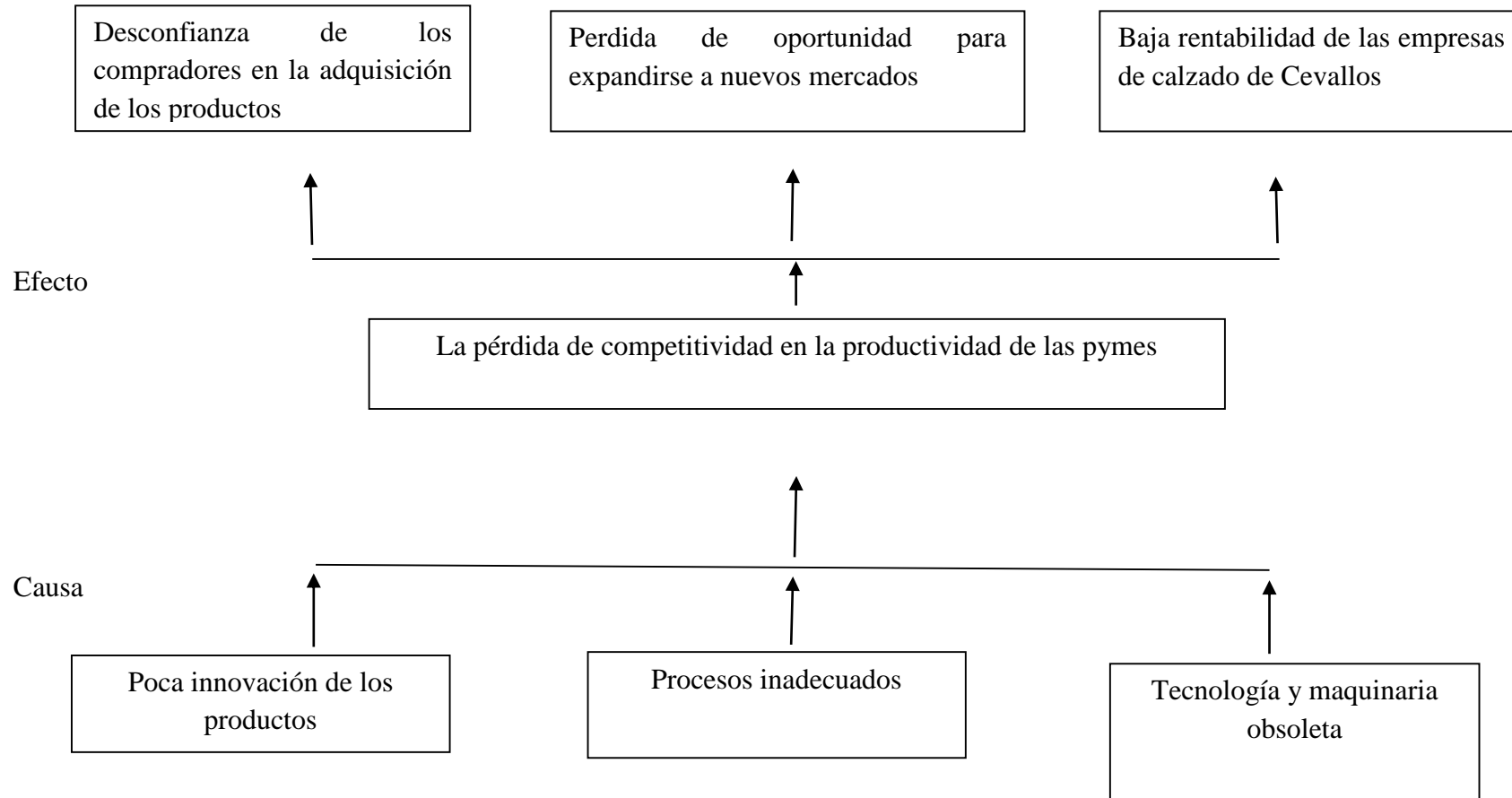
Según. (CAPIG, 2015), manifiesta que, la Cámara de la Pequeña Industria de Guayas la mayoría de las PYMES se encuentra en el sector de servicios seguido del sector manufacturero. Dentro del sector manufacturero: las compañías químicas son las más numerosas con 14%, Agricultura 12%, Plástico 10%, Madera 9%, Alimentos 7% y Papel 6%. Entre las PYME, solo el 6% ha implementado un sistema de calidad, el 30% está interesado en aprender sobre sistemas de calidad, el 49% no interés en los sistemas de calidad, el 14% no sabe y el 0.5% lo sabe. Las principales características de las PYMES ecuatorianas son el uso intensivo de mano de obra, poco desarrollo tecnológico, baja división del trabajo, bajo capital, baja productividad, capacidad de ahorro pequeña y acceso limitado a la financiación.

Según,(Deloitte & Touch , 2014). Manifiesta que, las pymes de Ecuador representan el 95% de las unidades de producción en el país. En este sentido, que los ejecutivos ecuatorianos piensan que la disminución de los costos de producción y la mano de obra barata son su principal fuente de ventaja competitiva. Esta visión limitada reduciría otras posibilidades, como la diferenciación en los productos. Afirma, (Porter ,2014) que, esta opción podría ser útil en industrias en las que la intensidad de la rivalidad es alta. Por lo tanto, es posible que otras opciones disponibles no se tengan en cuenta cuando los propietarios de negocios formulen su posición estratégica.

Según, (Perez A. , 2014)En el país existen algunas actividades económicas como son las manufactureras que cuentan con 11006 establecimientos en todo el territorio nacional y se dividen en el 74,2% que corresponde a la elaboración de prendas de vestir con excepción de la prendas de piel, el 8,2% corresponde a la elaboración de prendas y artículos en textiles con excepción de las prendas de vestir, el 8,2% es de la elaboración de calzado y el 9,5% es de otras actividades como son de manufactura y el restante a las actividades de servicio.

Refiere.(Corrales , 2014), que, las pequeñas y medianas empresas (PYME) son un motor clave del crecimiento de la economía. El sector privado y las PYMES deben superar una serie de obstáculos. Un clima de negocios hostil a la inversión conduce a una baja inversión, especialmente en la economía informal. Según,(Guadalupe, 2014).Dice que, es difícil acceder a servicios (micro) financieros orientados a las necesidades y las cámaras de comercio y artesanías carecen de las capacidades necesarias para desempeñar un papel activo en la conducción de la economía

Gráfico 1 *Árbol de Problemas*



Fuente: investigación
Elaborador por: Luis Tubón

1.3. Análisis crítico

De acuerdo en el árbol de problemas se determina las principales causas de la pérdida de competitividad de las pymes.

La poca innovación de los productos que son fabricados por empresas locales, ha generado pérdida de competitividad en la producción esto es debido a que se genera desconfianza de los compradores en la adquisición de los productos en los mercados nacionales, es por ello que se lleva a cabo esta investigación para poder determinar qué factores están influyendo en las PYMES dedicadas al sector del calzado.

Los procesos inadecuados en la fabricación artesanal es un punto muy relevante para los productores ya que esto ocasiona pérdida de competitividad en la productividad de las PYMES ya que son procesos obsoletos que ya necesitan ser modificados de acuerdo a las necesidades, especificaciones que requiere el mercado adecuado de esta forma no tener pérdida de oportunidades para expandirse a nuevos mercados locales.

La tecnología y maquinaria obsoleta son factores primordiales en la producción de calzado ya que al utilizar maquinaria no adecuado a los procesos que se están realizando, se está produciendo calzado de baja calidad y sin ninguna garantía lo que nos da como resultado una baja rentabilidad en las PYMES dedicadas al sector del calzado.

CAPITULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Determinar los factores que inciden en la competitividad de las pymes del calzado del cantón Cevallos.

2.2. Objetivos específicos

Fundamentar teóricamente los aspectos de la competitividad y sus elementos.

Diagnosticar el grado de la competitividad a través de indicadores en las PYMES del calzado.

Comparar la evaluación de los factores que inciden en la competitividad de las pymes.

2.3. Señalamiento de las variables

Variable independiente: Competitividad

Variable dependiente: Productividad

2.4. Preguntas de Investigación

Para la obtención de información de la relación existente entre la competitividad y la productividad en las pymes de calzado del cantón Cevallos, se formularon y se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué es la competitividad a nivel de las pymes?
2. ¿Qué es la productividad?

3. ¿La competitividad en las pequeñas y medianas empresas se asocian con la productividad de las mismas como vector de sostenibilidad empresarial?

2.5. Hipótesis

De las preguntas de investigación, el presente estudio plantea la siguiente hipótesis.

Existe asociación de la competitividad de las pymes y la productividad de la misma como sostenibilidad empresarial.

CAPITULO III

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

3.1. Fundamentación de la variable independiente

3.1.1. La Competitividad

(Murths, Saboniene, Malakauskaite, Nav, 2014). La competitividad se originó en la palabra latina "competer", que significa participación en una rivalidad de negocios por los mercados. Se ha vuelto común describir la fortaleza económica de una entidad con respecto a sus competidores en la economía de mercado global en la que los bienes, servicios, personas, habilidades e ideas se mueven libremente a través de las fronteras geográficas.

(Valdes , 2014). La capacidad de una empresa para producir servicios o productos que sean aceptables para los clientes en términos de precio y calidad, y que ocupen una porción estadísticamente significativa del mercado para ese servicio o producto. La competitividad también tiene en cuenta la capacidad de generar ganancias mientras se produce un producto o servicio.

El foro económico mundial define la competitividad como el "conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país". Un país competitivo es aquel que aumenta la prosperidad de su propio pueblo, (El Foro Económico Mundial, 2015).

(Fernandez, 2014). La competitividad es la capacidad de proporcionar productos y servicios de manera más efectiva y eficiente que los competidores relevantes. En el sector de comercialización, significa un éxito sostenido en los mercados internacionales sin protección ni subsidio.

La competitividad generalmente se refiere a la ventaja obtenida a través de una productividad superior. Medidas de competitividad en el sector del comercio incluyen la rentabilidad de la empresa, el cociente de exportación de la empresa (exportaciones o ventas en el extranjero, dividido por el producto) y la cuota de mercado regional o mundial. (Meléndez, 2016)

La competitividad es la capacidad de igualar o superar las mejores empresas del mundo en costo y calidad de bienes o servicios. Las medidas de competitividad en esta parte de la economía incluyen la rentabilidad y medidas de costo y calidad. En industrias caracterizadas por extranjeros inversión directa, el porcentaje de ventas en el extranjero de la empresa (ventas en el extranjero divididas por total ventas) y su participación en los mercados regionales o mundiales proporcionan medidas de competitividad,(Hidalgo , 2014).

(Bagnoli, 2014). El éxito de la empresa en el mercado depende del trabajo de la organización de la empresa, el sector y su interrelación. Buscaban dónde se podía establecer una ventaja competitiva devolviendo la superioridad organizacional.

La competitividad internacional ha sido durante mucho tiempo una gran preocupación del pensamiento económico y ha estado recibiendo una mayor atención por parte de los científicos, los responsables de las políticas, las empresas y la población en general. Desde una perspectiva teórica, cualquier evaluación rápida revelaría una evidente falta de consenso con respecto al significado exacto de competitividad,(Meyers, 2016).

(Lawrence , 2015). Afirmó que la competitividad, se pueden rastrear en la economía de los extranjeros comercio y su papel en el bienestar económico nacional e internacional. Los debates teóricos más recientes se amplían en la complejidad conceptual de la competitividad de los países con enfoques existentes que van desde un enfoque exclusivamente perspectiva microeconómica a una perspectiva micro y macroeconómica que lo abarca todo.

3.1.2 La importancia de la competitividad

(El Foro Económico Mundial, 2014). La competitividad se considera un criterio clave para evaluar el éxito de países, industrias y empresas. El Foro Económico Mundial define la competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad. Además, la competitividad puede definirse como la adquisición de una mayor cuota de mercado, una mayor rentabilidad y la estabilidad a largo plazo y el crecimiento de estos indicadores, mejorando así el bienestar y el nivel de vida de las personas.

Gráfico 2 Modelo de competitividad



Fuente: Modelo de competitividad.

Elaborado por: Luis Tubón.

Las empresas y las industrias deben ser competitivas en los mercados nacionales e internacionales para poder sobrevivir. Con respecto al reciente entorno competitivo y dinámico, si las empresas quieren tener éxito en el campo de la competencia, deben tener una ventaja competitiva, lo que significa crear y mantener un rendimiento superior. (Lagos, 2015).

La fuerza de la competencia depende tanto de la conducta de las empresas como del entorno comercial externo en el que compiten, el estado de la infraestructura, el marco legal y la eficacia del sistema financiero. En su mayoría, las barreras a la competencia en

los países en desarrollo son derivadas de políticas gubernamentales inapropiadas y el comportamiento anticompetitivo de las empresas,(Fernandez, 2014).

La competitividad es un factor determinante que hace que las personas trabajen muy duro y fomenta el desarrollo personal. Como esas personas no están dispuestas a quedar fuera de competencia, tienen el impulso interno de estudiar más, trabajar más duro y siempre mejorar lo que saben o lo que tienen,(Rivera, 2014)

3.1.3. Tipos de competitividad

3.1.3.1. Competitividad sistémica

La Competitividad Sistémica es un marco analítico para comprender los determinantes del desarrollo industrial exitoso. Inicialmente se desarrolló con una mirada a los sistemas nacionales, pero ha demostrado ser muy útil para el análisis de las economías locales y regionales enfatiza la importancia de los factores que determinan la evolución de los sistemas económicos que no son abordados sistemáticamente por los enfoques macro y microeconómicos convencionales,(Lopez, 2014)

3.1.3.2. Competitividad dinámica

La competitividad es la capacidad demostrada de diseñar, producir y comercializar una oferta que satisface total, única y continuamente las necesidades de segmentos de mercado específicos, mientras se conecta y obtiene recursos del entorno empresarial y logra un rendimiento sostenible de los recursos empleados,(Gomez, 2013).

3.1.3.3. Competitividad estructural

Descripción del estado actual del mercado de un producto que indica, entre otros elementos de información, el número de competidores, la fuerza relativa de cada competidor, nivel de demanda y oferta, y facilidad de entrada en el mercado,(Paez, 2014).

3.1.3.4. Competitividad empresarial

Una ventaja competitiva le permite a una compañía producir o vender bienes de manera más efectiva que otra empresa. Los dueños de negocios comúnmente desarrollan estrategias comerciales para mantener una ventaja competitiva. Varios tipos de estrategias están disponibles en el entorno empresarial. Los dueños de negocios pueden usar estrategias estándar o desarrollar su propia estrategia. La flexibilidad es una característica importante de las estrategias comerciales competitivas,(Medina , 2014).

3.1.4. Estrategias de competitividad

Plan de acción a largo plazo que está diseñado para ayudar a una empresa a obtener una ventaja competitiva sobre su rival. Este tipo de estrategia se usa a menudo en campañas publicitarias desacreditando de algún modo el producto o servicio de la competencia. Las estrategias competitivas son esenciales para las empresas que compiten en mercados saturados de alternativas para los consumidores.(Torres , 2014).

3.1.5. Ventaja competitiva

Las ventajas competitivas son condiciones que permiten a una compañía o país producir un bien o servicio a un precio más bajo o de una manera más deseable para los clientes. Estas condiciones permiten que la entidad productiva genere más ventas o márgenes superiores que su competencia. Las ventajas competitivas se atribuyen a una variedad de

factores, incluida la estructura de costos, la marca, la calidad de las ofertas de productos, la red de distribución, la propiedad intelectual y la atención al cliente,(Velasco, 2014).

Es una superioridad ganada por una organización cuando puede proporcionar el mismo valor que sus competidores, pero a un precio menor, o puede cobrar precios más altos al proporcionar un mayor valor a través de la diferenciación. La ventaja competitiva resulta de igualar las competencias básicas con las oportunidades, (Larrera, 2014).

La ventaja competitiva es una ventaja sobre los competidores que se obtiene ofreciendo a los consumidores un mayor valor, ya sea mediante precios más bajos o proporcionando mayores beneficios y servicios que justifiquen precios más altos, (Guerra A. , 2013)

La ventaja competitiva es una función de proporcionar un valor de comprador comparable más eficientemente que los competidores (bajo costo) o realizar actividades a un costo comparable, pero de maneras únicas que crean más valor para el comprador que los competidores y, por lo tanto, cobran un precio superior,(Altamirano , 2015).

3.1.6. Tipos de Ventajas Competitivas

3.1.6.1. Activos intangibles

Un activo intangible es un activo que no es de naturaleza física. La propiedad intelectual de las empresas, incluidos elementos tales como patentes, marcas comerciales, derechos de autor y metodologías comerciales, son activos intangibles, como son la buena voluntad y el reconocimiento de la marca. Los activos intangibles existen *en* oposición a los activos tangibles que incluyen tierra, vehículos, equipo, inventario, acciones, bonos y efectivo, (Mello, 2014).

3.1.6.2. Coste de cambio

El costo a término se usa en esta misma forma. En referencia a la producción o fabricación del costo de bienes y servicios se refiere a la suma total del valor de los recursos utilizados como materia prima y mano de obra y gastos incurridos en la producción o fabricación de cantidad dada.(Heerkens, 2014).

3.1.6.3. Efecto red

Efecto que tiene una sola persona que usa un bien o un servicio sobre el valor percibido total de ese producto o servicio para los demás. Cuantos más usuarios usen el producto o servicio, mayor será su valor para el grupo; los ejemplos incluirían el teléfono y las redes sociales. Cuanto mayor sea el grupo de personas con acceso a un teléfono, más valioso es el teléfono para las personas que lo usan; y cuantas más personas se unan a una red social, más valioso es el sitio para las personas que pertenecen. También se llama externalidad de red.(Lorenzo , 2015)

El efecto de red es un fenómeno en el que el número de personas o participantes aumenta el valor de un bien o servicio. Internet es un buen ejemplo. Inicialmente, había pocos usuarios de Internet, y era de poco valor para cualquier persona ajena al ejército y algunos científicos investigadores. A medida que más usuarios obtuvieron acceso a Internet, agregando más contenido, información y servicios, sin embargo, hubo más y más sitios web para visitar y más personas con quienes comunicarse. Internet se volvió extremadamente valioso para sus usuarios.(Filter , 2014).

3.1.7. Ventajas de costes

Una ventaja de costo es una compañía que puede producir un producto o servicio en particular a un costo menor que la competencia. El costo es el resultado de factores como la tecnología, la automatización, los procesos, la productividad y los costos de los recursos.

3.1.8. Las fuerzas Competitivas de Porter

Es un modelo que identifica y analiza cinco fuerzas competitivas que dan forma a cada industria y ayuda a determinar las debilidades y fortalezas de una industria. Utilizado con frecuencia para identificar la estructura de una industria para determinar la estrategia corporativa, el modelo de Porter.

- Rivalidad entre competidores
- Ingreso potencial de nuevos competidores
- Desarrollo potencial de productos sustitutos
- Capacidad de negocios de los proveedores
- Capacidad de negociación de los consumidores

3.1.8.1. Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre los competidores por lo general toma la forma de maniobras para una posición usando varias tácticas en competencia de precios, batallas publicitarias, presentaciones de productos. Esta rivalidad tiende a aumentar en intensidad cuando las empresas sienten presión competitiva o ven una oportunidad para mejorar su posición.(Mantilla , 2015)

3.1.8.2. Ingreso potencial de nuevos competidores

Los nuevos competidores que ingresan al mercado pueden amenazar o disminuir la participación de mercado y la rentabilidad de los competidores existentes y pueden dar como resultado cambios en la calidad del producto existente o en los niveles de precios. Cuando la amenaza de que nuevas empresas entren al mercado es fuerte por que las empresas establecidas generalmente fortalecen sus posiciones y llevan a cabo reducir los precios.(Mariño, 2014).

3.1.8.3. Desarrollo potencial de productos sustitutos

La amenaza de productos o servicios sustitutos es un producto que realiza la misma función o funciones similares a otro producto. La microeconomía enseña que cuanto más sustitutos tiene un producto, la demanda del producto se vuelve más elástica. La demanda elástica significa una mayor sensibilidad del precio al consumidor, lo que equivale a una menor certeza de los beneficios.(Martinez , 2014).

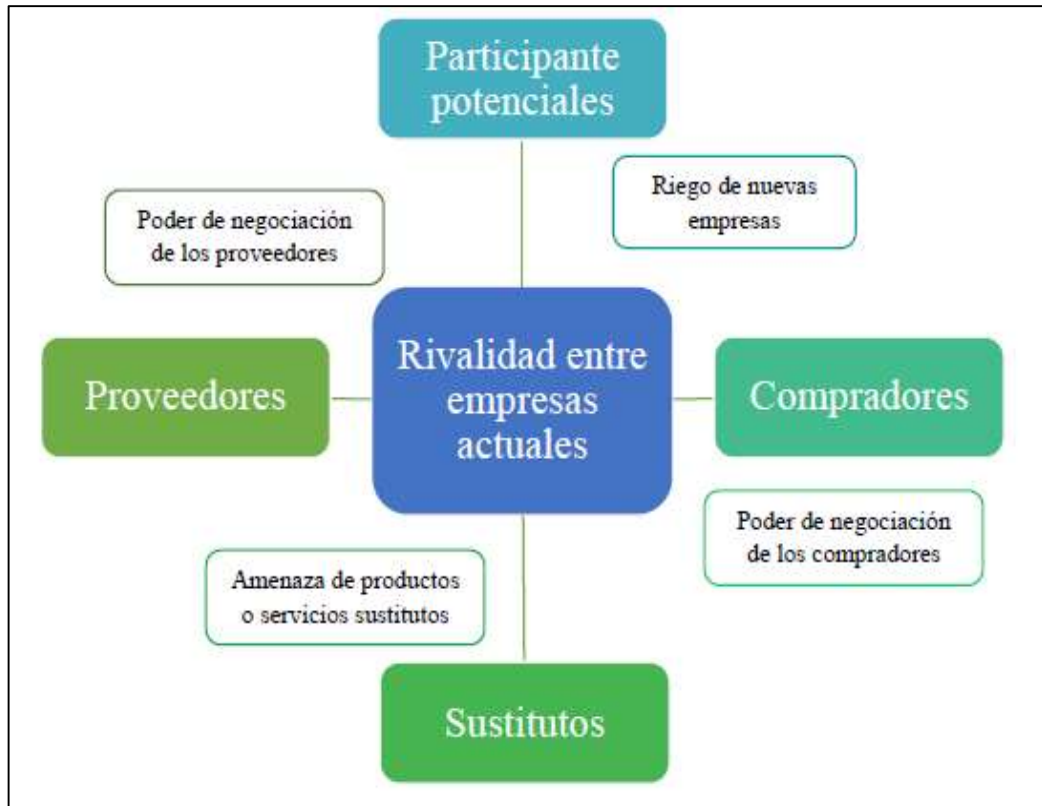
3.1.8.4. Capacidad de negociación de los proveedores

Los proveedores pueden realizar un poder de negociación con los participantes de una organización ya que pueden amenazar con aumentar los precios de los bienes o servicios. A menudo los proveedores y productores deben estar unidos para ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, nuevos servicios o productos, (Junquera, 2014).

3.1.8.5. Capacidad de negociación de los consumidores

Es la capacidad de los clientes para bajar los precios y se ve afectado por la cantidad de compradores o clientes que tiene una empresa y representa una importante fuerza que afecta la intensidad de la competencia en una industria. Cuanto más pequeña y poderosa sea la base de clientes, más poder tendrá.(Frances , 2014).

Gráfico 3 Las 5 fuerzas de Potter



Fuente: Las 5 fuerzas de Porter
Elaborado por: Luis Tubón.

3.1.9. Factores de la Competitividad

Las empresas deben afrontar cambios firmes no solo dentro de su organización interna, sino que además debe resolver retos externos que consiguen tener gran dominio en su estabilidad en el cliente. Los elementos internos de la competitividad corresponden ser de gran utilidad de dentro de una organización:

3.1.9.1. Recursos humanos

Los recursos humanos se utilizan para describir tanto a las personas que trabajan para una empresa u organización como al departamento responsable de administrar los recursos relacionados con los empleados. Es muy importante el talento humano porque es el motor

de toda organización y aportan experiencia e influyen en el desempeño de las personas y en el crecimiento y duración en el mercado,(Serrano , 2015).

3.1.9.2. Planeación estratégica

La planificación estratégica es un proceso en el cual los líderes organizacionales determinan su visión para el futuro, así como también identifican sus metas y objetivos para la organización. El proceso también incluye establecer el cumplimiento de los objetivos determinado el tiempo con la planificación a largo plazo que comienza con el estado actual y establece un camino para satisfacer las necesidades futuras para sacar ventaja a sus competidores,(Pilco, 2017).

3.1.9.3. Innovación y tecnología

La innovación y tecnología hace mención a las mejoras en los equipos y en los procesos que interceden principalmente en la producción, estos cambios se pueden producir en base a los conocimientos con los cuales se añade valor y la innovación a la fabricación de productos nuevos que están relacionados con los adelantos en la tecnología,(Podesta, 2014).

3.1.9.4. Certificación de calidad

La certificación ha sido calificada como uno de los tres beneficios más valiosos de la membresía de ASQ. Una certificación profesional ofrece beneficios tangibles tanto para el individuo como para el empleador invierta en usted y en su carrera con esta marca de excelencia y obtener un producto o servicio de calidad,(Villa , 2015).

3.2. Fundamentación de la variable dependiente

3.2.1. Productividad

La productividad es una medida general de la capacidad de producir un bien o servicio, la productividad es la medida de cómo se gestionan los recursos especificados para lograr objetivos oportunos, tal como se establece en términos de cantidad y calidad. La productividad también puede definirse como un índice que mide el producto (bienes y servicios) en relación con el insumo (mano de obra, materiales, energía, etc., utilizado para producir el producto),(Morgan , 2014).

La productividad es un concepto objetivo, se puede medir, idealmente en comparación con un estándar universal. Como tal, las organizaciones pueden monitorear la productividad por razones estratégicas tales como la planificación corporativa, la mejora de la organización o la comparación con la competencia,(Lacalle, 2014)

La productividad es una medida económica del producto por unidad de entrada. Los insumos incluyen mano de obra y capital, mientras que el producto se mide generalmente en los ingresos y otros componentes del producto interno bruto (PIB), como los inventarios comerciales. Las medidas de productividad pueden examinarse de forma colectiva (en toda la economía) o ser vistas por la industria para examinar las tendencias del crecimiento laboral, los niveles salariales y la mejora tecnológica, (Ritzman, 2016).

Productividad empresarial es la capacidad de una organización para utilizar sus recursos disponibles a fin de producir bienes o servicios rentables según lo deseado por los clientes o clientes. Es la productividad la que mide el desempeño de una organización, y también puede ser utilizada por las propias compañías para evaluar su propio progreso,(Heredia , 2014).

La productividad se divide en dos factores: eficiencia y eficacia

3.2.1.1. Eficiencia

La eficiencia se incrementa optimizando los recursos de producción de bienes y servicios con la combinación óptima de insumos para producir el máximo rendimiento por el costo mínimo.(Perez A. , 2014)

3.2.1.2. Eficacia

Es la aptitud de poder realizar una tarea con éxito sin perder tiempo ni energía y busca alcanzar los objetivos propuestos dentro de un periodo fijo de tiempo y con el manejo de recursos favorables, es la destreza de llegar a lograr el efecto anhelado en ciertas cosas, tomando en cuenta el elemento tiempo y recursos que representa rentabilidad (Definista , 2015).

3.2.1.3. La importancia de la productividad

La importancia de la productividad aumenta la eficiencia general de una organización. Cuando aumenta la eficiencia de la organización, la capacidad de producción de la empresa se utiliza al nivel óptimo. Por lo tanto, todos los recursos se utilizan de manera efectiva y eficiente para obtener los mejores resultados posibles. Como suele indicar el negocio, cuantos más productos fabrique, menores serán sus gastos generales y mayores serán sus ganancias,(Zapata, 2015).

La producción mejorada reduce el costo por unidad de un producto, lo que a su vez produce precios más bajos para una mejor calidad, lo que mejora la competitividad de una empresa en el mercado. Los precios más bajos como resultado de una mejor producción dan una ventaja a las empresas para vender productos a precios más competitivos,(Roque , 2015).

3.2.1.4. Sistemas De Producción

Es la sostenibilidad y la competitividad de los sistemas de producción industrial. El área de investigación está orientada al sistema y requiere conocimiento sobre el sistema como un todo y sus componentes separados, La investigación destaca las diferentes etapas del ciclo de vida de un sistema de producción, es decir, planificación, diseño, puesta en marcha, operación, mantenimiento y reutilización,(Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014).

3.2.1.4.1. Función de aprovisionamiento

Es la que realiza el proceso relacionado con las compras, almacenaje. En este momento gracias a la tecnología se ha transformado en uno de los modelos para generar éxito, ya que en este subsistema funcional se analiza y se toman las decisiones que determinan los inputs, costos, calidad, tiempo, y ayudan de forma indirecta en los resultados de la empresa,(Iborra, 2014)

3.2.1.4.2. Función de producción

Es la encargada de la transformación para crear un producto o servicio que compense las necesidades del cliente o consumidor y esto envuelve decisiones más extensas como de localización capacitación de producción y utiliza tecnología, mano de obra, flexibilidad de producción diseño y mantenimiento,(Dasi, 2014).

3.2.1.4.3. Función comercial

Esta función mantiene un alto nivel de vínculo con los clientes por lo tanto debe tener en cuenta predisposiciones de mercado y la conducta del consumidor y la búsqueda anticipada a los requerimientos de los mismo es decir que aquí se aplican las cuatro p de marketing que son precio, producto, publicidad, promoción (Dolz, 2014).

3.2.1.4.4. Función de financiera

Puede tomarse la tarea de proporcionar los fondos necesarios para ejecutar las actividades de una empresa en términos favorables, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa. Que la función de finanzas solo se ocupa de la adquisición de fondos a corto y largo plazo,(Ferrer, 2014).

3.2.1.4.5. Función de investigación y desarrollo

Se ocupa de desarrollar nuevos productos o procesos y mejorar los productos / procesos existentes. Las actividades de I + D deben coordinarse estrechamente con las actividades de marketing de la organización para garantizar que la organización proporcione exactamente lo que sus clientes desean de la manera más eficiente, efectiva y económica,(Iborra, 2014)

3.2.1.4.6. Función de recursos humanos

Esta función se preocupa de las personas y de su motivación, capacitación y bienestar, es la base de esta función y para algunas empresas es el desarrollo para las actividades de producción.la misión básica de los recursos humanos siempre será adquirir, desarrollar y incrementar el talento, alinear la fuerza de trabajo con el negocio y ser un excelente contribuidor al negocio,(Dasi, 2014)

3.2.1.4.7. Función de dirección

Investiga el ajuste de cada subsistema conforme a los objetivos de la empresa para efectuar de la mejor forma e investigar las decisiones más acertadas que manden y en orientar a la empresa, por eso todos los subsistemas convergen con cada uno de sus contribuyentes en forman un todo,(Dolz, 2014).

3.2.1.5. Mejoramiento de la Productividad

El modelo de productividad de David J. Sumanth está enfocado en las empresas pymes y sirve para medir la productividad y está compuesta por cuatro fases que son: medición, evolución, planificación, mejoramiento y forman el ciclo de la productividad.

Gráfico 4 Modelo de la Productividad



Fuente: Modelo de la productividad
Elaborado por: David J. Sumanthk

3.2.1.5.1. Medición

Diseñar y desarrollar un método cuantitativo medible basado en relaciones de entradas y salidas que se manifiesta entre el valor de la producción y el insumo utilizado manifestando su variación que no son susceptibles de la medida directa (Jimenez, 2014).

3.2.1.5.2. Evaluación

Es una base transitoria entre la medición y planeación estableciendo expresiones de cambio en la productividad total, entre dos periodos sucesivos y expresivos las formas

como puede ocurrir el cambio de desarrollo métodos para analizar la productividad entre dos periodos presupuestados comparándolos con los periodos reales (Villate, 2014).

3.2.1.5.3. Planeación

Proceso analítico que abarca horizontes hacia el futuro donde se determina objetivos, cuantificados en metas, el desarrollo de cursos de acción para lograr dichos objetivos y la selección de un curso de acción (Bobadilla , 2014).

3.2.1.5.4. Mejoramiento

Son acciones emprendidas por toda la organización basada en la fase de la planeación que buscan llevar a cabo operativamente. Identificando y explicando la interrelación entre los factores duros (tecnología) y blandos organizacionales y motivacionales que inciden en la eficiencia ya la eficacia todo esto se puede lograr mediante la utilización de estrategias (Jiménez Rojas, Delgado Bobadilla, Gaona Vállate, 2014).

3.2.1.6. Factores para medir la Productividad

La productividad requiere de nuestra atención en tres factores fundamentales: capital, gente y tecnología. Estos factores son diferentes en su actuación, pero deben mantener un balance equilibrado pues son interdependientes, cada uno debe dar el máximo rendimiento con el mínimo de esfuerzo y costo y el resultado será pedido como su índice de productividad. La suma de los resultados de los tres conforma el total de su aportación a la productividad de la empresa.

3.2.1.6.1. Factor capital

En empresa el factor capital incluye el total de la inversión en los elementos físicos que entran en la fabricación de productos, la inversión en los elementos de la producción debe recuperarse en un tiempo razonable (Garcia Cantu , 2014).

3.2.1.6.2. Factor gente

La gente es el factor principal porque depende de las necesidades particulares de cualquier industria, a la gente no se mide por su esfuerzo físico, el factor humano es más importante que el factor capital porque utiliza el esfuerzo mental (Garcia Cantu A. , 2014).

3.2.1.6.3. Factor tecnológico

El paso que llevan las aplicaciones de las computadoras ha procesado multitudes de industrias subsidiarias como sería la manufactura de componentes los servicios de información los productos de bibliotecas programas y paquetes de software (Cantú, 2014).

3.2.1.7. Factores que incurren en la Productividad

Según (Forero, 2014). Afirma que existe dos tipos de factores que pueden ayudar a mejorar la productividad, estos son los factores internos y externos.

3.2.1.7.1 Factores internos

Tecnología: la tecnología juega un papel muy importante dentro de la empresa en todo sector productivo, pues esta mediante la autorización de varios procesos internos puede

llegar a generar altos beneficios dentro de la empresa y es de esta forma que varias organizaciones toman a la tecnología como una estrategia clave de inversión. (Forero, 2014).

Talento humano: el personal es la esencia de los procesos pues básicamente este factor con los clientes es quien a la empresa y debido a su importancia el desarrollo de cada uno es vital, fomentar sus aptitudes que hacen que sus destrezas dentro de la empresa busquen destacar en sus funciones y alcanzar la mejora continua, crecer como individuo y dentro de su grupo (Forero, 2014).

Investigación y desarrollo: este factor busca crear cosas nuevas, que aporten al desarrollo de la población. Son dos palabras claves que están altamente vinculadas pues ambas buscan algo con tendencia a la mejora se basa en la creatividad, la imaginación y la ciencia para hacerlo posible (Forero, 2014).

3.2.1.7.2. Factores externos

Factor económico: el impacto consiste en los componentes que ingresan dentro del sistema económico, monetario, que inciden en el proceso básico de compra venta (Alonso, 2016)

Factor político: este se encuentra conformado por leyes, sistemas estatales y la sociedad misma, estos crean fuertes influencias y limitaciones dentro del sistema mercado (Alonso, 2016)

Factores demográficos: estos son claves para generar estrategias de mercadeo, pues el comportamiento de los consumidores debe ser estudiado para identificar clientes potenciales de la empresa, tanto en relaciones a la edad, natalidad, etc. (Alonso, 2016)

Factores socioculturales: estas se basan en los valores, conductas, gustos o preferencias por determinados productos o servicios, clave la identificación de estos para que una empresa genere productividad en ciertos nichos de mercado (Alonso, 2016).

Competencia: este factor busca conocer bien quienes son donde están y que hacen para de esta forma ingresar con un panorama claro en el sector competitivo. (Alonso, 2016).

3.2.1.8. Barreras a la Productividad

Debemos conocer las barreras a la productividad para eliminar si es que las encontramos en nuestro negocio o bien no permitir que se infiltren en ellos, podemos encontrarlas en una gran porción de las empresas de la iniciativa privada

Burocracia obsesiva

Arteriosclerosis organizacional

Feudalismo corporativo

Excesiva centralización de control

Mentalidad cerrada al cambio

Burocracia obsesiva: se caracteriza por la ciega adherencia a normas, reglas y practicas establecida sin una consideración flexible a intención o propósito a la adecuación que requiere una situación especial y en todo caso un rigor mortis en respuesta a retos y externos.(Cantu , 2014)

Arteriosclerosis organizacional: en los negocios los canales de comunicación son las arterias que tienen la función de llevar información e ideas renovadoras a toda la organización y así restaurar la vida de los las células de la administración.(Cantu , 2014)

Feudalismo corporativo: un síndrome de feudalismo lo diagnosticamos en no pocas empresas chicas, medianas y grandes. El director de una empresa o el gerente de un departamento no conocen ni le importa conocer los objetivos, actuaciones y problemas de los demás. Tampoco le interesa la productividad total de la negociación, le interesa su beneficio.(Cantu , 2014)

Excesiva centralización de control: lo difícil es cambiar las mentes cerradas de empresarios, directores o jefes de alta jerarquía para que quieran soltar su poder. La excesiva centralización del control no prevé medios adecuados para la rápida y oportuna respuesta a situaciones y contingencias especiales que se presentan en los niveles operativos, dificulta la administración de cualquier empresa, especialmente cuando la alta dirección carece de las habilidades gerenciales que se necesitan para coordinar los esfuerzos y la participación de todo el personal para lograr las metas de la empresa.(Cantu , 2014)

Mentes cerradas al cambio: En un gran número de empresas hay colaboradores que tienen deseos de aplicar su ingeniero y su creatividad para hacer mejoras sustanciales a los sistemas y métodos de trabajo y su iniciativa se ve frustrada debido a que sus jefes y compañeros tienen la mente cerrada a todo cambio (Cantu , 2014).

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

La metodología a usarse en esta investigación son los métodos empíricos, la cual consta de la observación científica, entrevistas, encuestas, análisis de documentos.

La investigación elemental conocida también como natural o a su vez fundamental, busca el avance científico, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias o experiencias que se podrían dar, es sensato y está ligada a las generalizaciones a guiar al desarrollo de una teoría basada en principios (Zorrilla, 2015).

La presente investigación maneja métodos teóricos ya que nos basamos en artículos científicos que tiene cercanía al tema quiere averiguar. En el desarrollo individual del pensamiento para llegar a la formación de conceptos se puede señalar la existencia de los procedimientos de análisis, síntesis, comparación, abstracción y generalización. Estos mismos medios, pero con un carácter diferenciado, lógico, consciente, totalizar, sistemático, ordenado y orientado a un fin preconcebido, operan de estructura interrelacionada como métodos del conocimiento teórico (Zayas, 2014).

Métodos Empíricos ya que emplearemos encuestas para los gerentes de las pymes y además tendremos entrevistas para que ellos nos ofrecen la información correspondiente. En filosofía, doctrina que confirma que todo conocimiento se apoya en la experiencia, mientras que niega la posibilidad de noción espontáneas o pensamiento a priori. Los datos empíricos son sacados de las pruebas apropiadas y de los errores cometidos en el proceso (Domínguez, 2014).

4.1 Enfoque de investigación

En la investigación se utilizará el enfoque de la investigación cualitativa y cuantitativa por lo siguiente.

Investigación cualitativa: La investigación cualitativa es principalmente investigación exploratoria. Se utiliza para alcanzar los conocimientos, opiniones y motivaciones profundos. Facilita información sobre el inconveniente o refuerzo a desarrollar ideas o hipótesis para posibles exploraciones cuantitativas. La indagación cualitativa además se utiliza para revelar tendencias en pensamiento y opiniones y ahondar en el inconveniente. (Infante , 2016).

Investigación cuantitativa: Se utiliza para ponderar la dificultad mediante la reproducción de datos numéricos o datos que se logran convertir en estadísticas aprovechables. Se utiliza para medir actitudes, opiniones, conductas y nuevas variables determinadas y sistematizar los resultados de una población de muestra más extensa. (Franklin, 2013).

4.2. Modalidad de la investigación

Para la presente investigación se utilizará los siguientes tipos de investigación.

Investigación de campo

La investigación de campo se puede obtener información de fuente primaria es decir directamente de los sujetos relacionados con el tema con el objeto de estudio con la información adecuada la misma que servirá de gran utilidad para formular alternativas de solución para la investigación, en el estudio de investigación realizado se recolecto información de las pymes de calzado del cantón Cevallos con los resultados obtenidos se tiene una representación más extensa de la situación de las pymes respecto a la competitividad en la productividad de las pymes.

Investigación de bibliográfica o documental

La investigación bibliográfica o documental tiene la finalidad de descubrir y aumentar o profundizar diferentes enfoques y teorías o conceptualizaciones con criterios de diversos

autores sobre una cuestión determinada basándose en documentos, revistas, periódicos y publicaciones científicas para lo cual información obtenida de documentos y de otras fuentes de donde se recopiló información es de gran aporte para desarrollo de la investigación y con el aporte investigativo de las variables establecidas en el tema mencionado, además se puede mencionar que la investigación permite al investigador comprender con facilidad cada variable.

4.3. Tipos de investigación

4.3.1. Investigación exploratoria

Los estudios exploratorios se ejecutan cuando el objetivo radica en examinar un argumento o dificultad de investigación poco ensayado del cual se tiene mucha fluctuación o no se ha abordado antes y también utilizan para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos y alcanzar información sobre la emergencia de llevar a cabo una indagación más completa respecto de un argumento particular y poner en claro o indagar nuevos problemas e identificar conceptos o variables promisorias para establecer prioridades para investigar futuras o sugerir afirmaciones y postulados (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

4.3.2. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva tiene como terminación presentar síntesis de un conjunto de informes para poner de manifiesto sus tipos importantes mediante representaciones de esquemas y conseguimos decir que la descripción de datos se maneja para terminaciones semejantes y no suele traer principios de posibilidad conjuntamente la utilidad se agrupa en describir el conjunto de referencias y no traza el desarrollar las conclusiones a otros datos diferentes o una población (Sarmiento, 2014).

4.3.3. Investigación correlacional

Los estudios correlacionales calculan la reacción entre variables o elementos y establece la variación de unos elementos en correspondencia con otros además permite formar sociedades o tendencias entre hechos, fenómenos, tipos o inconstantes. La investigación correlacional establece relaciones estadísticas, pero no viabiliza el control de práctica la correlación consigue ser efectiva o negativa (Ramírez, 2014).

4.4. Población y Muestra

Según (Angelo, 2014) la población es el conjunto de unidades de análisis de integrar a estudiar a estudiar. Conjunto de personas, objetos, elementos o en los cuales puede presentarse determinada propiedad susceptible de ser estudiada.

Según (Rodas, 2017, pág. 29) la muestra se conoce con el nombre de muestreo al proceso de procedencia de una muestra a iniciar de la población. El proceso inicial del muestreo consiste en identificar la población que estará representada en el estudio. Para ello se procede a la utilización del cálculo basado en la fórmula:

Tabla 1 *Empresas de Calzado en Cevallos*

EMPRESAS PRODUCTORAS DE CALZADO DEL CANTON CEVALLOS			
NOMBRE PROPIETARIO	NOMBRE DE EMPRESA	ARTESANO	N.RUC O RISE
Martínez Ocaña Luis Gustavo	GUSMAR	ARTESANO	180315738-5001
Ricachi Ricachi Silvio Eugenio	JHONRY	ARTESANO	180371246-0001
Martínez Guerrero Saul Efrén	MARTINEZ	ARTESANO	180107007-7001
Martínez Rivera Leonardo Geovany	LEOS	ARTESANO	180249401-1001
Martínez Rivera Juan Carlos	MARTINEZ	ARTESANO	180199320-3001
Martínez Rivera José Miguel	PAVIS	ARTESANO	180168386-1001

Lizandro Pérez Enma Trajelia	WILO	ARTESANO	180062598-8001
Valencia Silvia Luis Hernán	CALZAFER	ARTESANO	180215590-1001
Valencia Altamirano Sandra Janeth	MISHELL	ARTESANO	180449015-7001
Martínez Martínez Cesar Aníbal	MACALZA	ARTESANO	180329713-2001
Soria Robalino Sandra Marlene	SANDY	ARTESANO	180266422-5001
Rivera Fiallos Santiago Miguel	SANTIS	ARTESANO	180340274-0001
Núñez Oñate Wilson Alfredo	DIFER	ARTESANO	180296389-0001
Panimboza Freire Víctor Salomón	PROVECALZAP	ARTESANO	180216101-6001
Tiban Amaya Delia Margot	CRISDAMI	ARTESANO	180170203-4001
Bastidas Ayachipo Sara Abigail	SAHARAS	ARTESANO	180450794-3001
López Barrionuevo Estuardo Miraldino	STUAR	ARTESANO	180269691-2001
Toapanta Tituana Segundo Ernesto	ANDREITA	ARTESANO	180360867-6001
Caiza Chipantiza Nelly del Rocío	ROCIO	ARTESANO	180282004-1001
Labre Cunalema Myrian del Rocío			180239178-7001
Mariño Guevara Hernán Moisés	MAITE SHOES	ARTESANO	180175905-9001
Sulca Maliza Gabriela Maricela	GABI'S	ARTESANO	180218745-8001
Yáñez Chano Luis Alfonso			180318698-8001
Mayorga Morales Carmelina	CREACIONES CARMELINDA	ARTESANO	180071771-0001
Oyasa Tirado Luis Alberto	MICRISMA	ARTESANO	180252634-1001
Córdova Sánchez Claudio	CALZADO ELIZABETH	ARTESANO	180130569-7001
Águila Padilla Vicente Trajano			180233555-2001
Carrasco Mayorga Silvia Janeth	SICALZA	ARTESANO	180209897-8001

Masabanda Hernández José Orlando	JOSEP ARTESANO	ARTESANO	180408014-9001
Chicaiza Chicaiza Luis Marcelo			180238916-1001
Gavilánez Toapanta Elsa Magdalena	MAVILIZ	ARTESANO	180299932-4001
Real Oñate Saul Nazareno	CALZADO SAUL	ARTESANO	180379867-5001
Naranjo Chasi Mercedes	MERCEDES	ARTESANO	180308711-1001
Landa Manotoa María Hermelinda	HERMELINDA	ARTESANO	180308711-1001
Flores Pérez Víctor Hugo			180332196-5001
Tipan Bombosa Marcelo Ricardo	D'MARCELOS	ARTESANO	180256664-4001
Núñez López María Elizabet	CALZADO ELI	ARTESANO	180386587-0001
Proaño Chanatasig Edwin Freddy	CRISFER	ARTESANO	020194871-8001
Eugenio Hundo Jaime Gilberto	FER	ARTESANO	180329849-4001
Santana Córdova Aidé Beatriz			180215969-7001
Canalata Tipan Rosa Piedad	CALZADO ROSITA	ARTESANO	180151419-9001
Sisalima Chachipanta Santiago De Jesús			180421829-3001
Sisalima Chachipanta Klever Patricio	CREACIONES DAYANA	ARTESANO	180334393-3001
Cárdenas Navarrete Teresa Luzmila	CALZATERES	ARTESANO	180119369-7001
Gavilanes Gavilanes Hernán Rodrigo	NANDOSHOES	ARTESANO	171489945-5001
Velastegui López Roque Masías			180397393-0001
Tipan Tipan Wilson Rene	CALZADO TIPAN	ARTESANO	180279658-9001
Núñez Moyano Milton Patricio	DIPER		180369736-4001
Moyano Chaglla María Amelia	CREACIONES PAOS	ARTESANO	180867189-2001
Analuisa Nata Luis Gerardo	CREACIONES GERARDO	ARTESANO	180257976-1001

Pilataxi Tituaña Héctor Raul			180182579-3001
Caisaguano Taco Jenny Pilar	CALZADO CRISTEL	ARTESANO	180359776-2001
Chicaiza Chito Jaime Ángel	ANGEL SHOES	ARTESANO	180184499-2001
Labre Cunalema Myrian del Roció			180239178-7001
Mariño Guevara Hernán Moisés	MAITE SHOES	ARTESANO	180175905-9001
Sulca Maliza Gabriela Maricela	GABI'S	ARTESANO	180218745-8001
Yánez Chano Luis Alfonso			180318698-8001
Mayorga Morales Carmelina	CREACIONES CARMELINA	ARTESANO	180071771-0001
Oyasa Tirado Luis Alberto	MICRISMA	ARTESANO	180252634-1001
Córdova Sánchez Claudio	CALZADO ELIZABETH	ARTESANO	180130569-7001
Aguilar Padilla Vicente Trajano			180233555-2001
Carrasco Mayorga Silvia Jeaneth	SICALZA	ARTESANO	180209897-8001
Masabanda Hernández José	Orlando JOSEP	ARTESANO	180408014-9001
Chicaiza Chicaiza Luis Marcelo			180238916-1001
Gavilánez Toapanta Elsa Magdalena	MAVILIZ	ARTESANO	180299932-4001
Sandoval Caiza Edwin Geovany			180250177-3001
Sisalema Chuncha Segundo Alberto	PROCALZA	ARTESANO	180251246-5001
Martínez Andaluz Mirian Genoveva	CREACIONES MYRIAN	ARTESANO	180277798-5001
Paredes Rodríguez Luis Marcelo	MAVELIZ	ARTESANO	180523651-8001
Pazminio Acosta Luter Luis	CREACIONES PAZMINIO	ARTESANO	180326285-4001
Sandoval Caiza Néstor Aníbal			180271077-0001
Ruiz Llerena Edison Paul	PAUL'S	ARTESANO	180170865-0001

Chávez Chicaiza Enma	CRISTIS	ARTESANO	050057473-6001
Analuisa Nata Bertha Matilde			180313865-8001
Castillo Escobar María José	CALZADO MARY	ARTESANO	180441340-7001
Hidalgo Cunalata Elvia Marina			180211003-9001
Castillo Escobar Mayra Alejandra	CALZADOMAYRIS	ARTESANO	180427976-6001
Ortega Yanchatipan Jesús Gonzalo		ARTESANO	180337895-7001
Rifrio Quiroga Ondina Caterine			180261583-9001
Zamora Suarez Alexandra	CALZALEXA		180152532-8001
Sánchez Gavilánez Blanca Herminia	BLANCA´CALZADO	ARTESANO	180152532-8001
Aldas Vaca Gladis Alicia		ARTESANO	180201801-8001
Villacis Santa Sonia Carmen			180367842-2001
Ricachi Ricachi Marco Vinicio	CALZADO VINI	ARTESANO	180191622-3001
Ochoa Núñez María Teresa	JUANCHO	ARTESANO	180093130-3001

Fuente: GAD's Municipalidad del Cantón Cevallos 2018

Elaborado por: Luis Tubón.

Ecuación 1 formula de la muestra

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)E^2 + z^2pq}$$

En Cevallos existen cerca de 180 talleres artesanales, 40 almacenes de calzado, tres organizaciones de producción.

N =180

Pq =0.50

Erro= 0.05

Z=1.96

Al aplicar la respectiva formula se obtiene la muestra:

n= 122.78=123

4.5. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica que se utilizó para la recolección de información en las pymes de calzado del cantón Cevallos es la encuesta, la misma fue elaborada basándose en parámetros de un cuestionario dirigido a los dueños o gerentes de las pymes de calzado.

Técnicas de investigación

Tabla 2 Técnica de investigación

Tipo de información	Técnicas de investigación	Instrumentos de recolección de información
Secundaria	Análisis de documentos	Libros, Artículos Científicos, Revistas, Internet.
Primaria	Encuesta	Cuestionario

Fuente: Investigación
Elaborado por: Luis Tubón.

4.6. Recolección de información

Tabla 3 Recolección de información

Preguntas	Explicaciones
¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos en esta investigación
¿A qué personas vamos aplicar?	Empresarios de las pymes del calzado
¿Sobre qué aspecto?	la competitividad en la productividad de las pymes
¿Quién?	Investigador: Luis Tubón

¿Cuándo?	Mes de abril, 2018
¿Dónde?	Cantón Cevallos
¿Cuántas veces?	La recolección de información se realizará las veces que sean necesarias.
¿Qué técnicas de recolección?	La encuesta
¿Con que instrumento?	Cuestionario
¿En qué situación?	Actual

Fuente: Investigación
Elaborado por: Luis Tubón.

4.7. Procesamiento de Información

Después de haber obtenido los resultados a través de las técnicas e instrumentos se procede a verificar la información para corregir y verificar la misma y así obtener los resultados planteados.

Una vez realizada la encuesta se realiza la verificación y tabulación de la información en los programas para validar el instrumento y posteriormente para realizar la tabulación.

4.8. Validación del instrumento de recolección de información

Para la verificación de la validación del instrumento se utilizó el instrumento estadístico Alfa de Cronbach, es la medida más común de consistencia interna de confiabilidad. Es comúnmente utilizado cuando tienen múltiples preguntas a escala de Likert en una encuesta que forman una escala y desea determinar es confiable.

El alfa de Cronbach es una prueba conveniente utilizada para estimar la fiabilidad o consistencia interna, el valor mínimo del coeficiente de fiabilidad de una puntuación debe ser 0.7 que es el valor más cercano a 1 es el índice de mayor fiabilidad de la escala. (Maese, Alvarado , Valles, & Baez, 2016).

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Luis Tubón.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,960	12

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Luis Tubón.

Con los datos obtenidos podemos observar que el resultado obtenido es de 0,960 es decir que es factible y viable porque tiene excelente consistencia interna y es válido el instrumento para la recolección de información.

4.9. Verificación de la Hipótesis por el método del Chi Cuadrado

Análisis:

Mediante el uso de las preguntas 1 y 11 se procede a calcular el chi-cuadrado que comprobará la relación entre las variables.

Pregunta 1

¿Cree usted que la calidad es un factor que incide para alcanzar mayor productividad en la empresa?

Pregunta 11

¿Qué aspectos considera que son importantes para la competitividad en el sector del calzado del cantón Cevallos?

Formulación de hipótesis

Hipótesis Nula (H0). - No existe asociación de la competitividad de las pymes y la productividad de la misma como sostenibilidad empresarial.

Hipótesis Alterna (H1). - Existe asociación de la competitividad de las pymes y la productividad de la misma como sostenibilidad empresarial.

Nivel de significación

El nivel de riesgo para la investigación es de 5% (0,05), en consecuencia, la confiabilidad es del 95%.

Se aplica la fórmula del Chi Cuadrado

$$\alpha = 0.05$$

$$gl: (c-1) (f-1)$$

$$X^2 t = 26,296$$

Estimador estadístico

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

$$X^2 = \text{Chi-Cuadrado}$$

Tabla 4 *Frecuencia Observadas*

Pregunta 1							
ITEMS		Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Total
PREGUNTA 11	Competencia actual	22	0	0	0	0	22
	Nuevos competidores	24	0	0	0	0	24
	Productos sustitutos	19	0	0	0	0	19
	Consumidores	24	0	0	0	0	24
	Proveedores	12	19	1	1	1	34
Total		101	19	1	1	1	123

Σ = Sumatoria

O= Frecuencia observada

E= Frecuencia esperada

RTV

Grados de Libertad

Grados de libertad (Gl) = (fila – 1) (columna – 1)

Gl = (f – 1) (c – 1)

Gl = (5 – 1) (5– 1)

Gl = (4) (4)

GI = 16

X²t= 26,296

Frecuencia esperada

$$E = \frac{(Tf \times Tc)}{Tg}$$

En donde:

Tf = Total filas

Tc = Total columnas

Tg = Total global

Tabla 5 *Frecuencia Esperada* Frecuencias Esperadas

ITEMS		PREGUNTA 1										Total
		Totalmente de acuerdo		En acuerdo		Ni en acuerdo ni en desacuerdo		Totalmente desacuerdo		Totalmente desacuerdo		
		O	E	O	E	O	E	O	E	O	E	
PREGUNTA 11	Competencia actual	22	18,07	0	3,40	0	0,18	0	0,18	0	0,18	22
	Nuevos competidores	24	19,71	0	3,71	0	0,20	0	0,20	0	0,20	24
	Productos sustitutos	19	15,60	0	2,93	0	0,15	0	0,15	0	0,15	19
	Consumidores	24	19,71	0	3,71	0	0,20	0	0,20	0	0,20	24
	Proveedores	12	27,92	19	5,25	1	0,28	1	0,28	1	0,28	34
Total		101	101	19	19	1	1	1	1	1	1	123

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Tabla 6 *Calculo de Chi- Cuadrado Forma 1*

Calculo del chi- cuadrado				
O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
22	18,07	3,93	15,48	0,86
24	19,71	4,29	18,43	0,94
19	15,60	3,40	11,55	0,74
24	19,71	4,29	18,43	0,94
12	27,92	-15,92	253,40	9,08
0	3,40	-3,40	11,55	3,40
0	3,71	-3,71	13,74	3,71
0	2,93	-2,93	8,61	2,93
0	3,71	-3,71	13,74	3,71
19	5,25	13,75	189,01	35,99
0	0,18	-0,18	0,03	0,18
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
0	0,15	-0,15	0,02	0,15
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
1	0,28	0,72	0,52	1,89
0	0,18	-0,18	0,03	0,18
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
0	0,15	-0,15	0,02	0,15
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
1	0,28	0,72	0,52	1,89
0	0,18	-0,18	0,03	0,18
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
0	0,15	-0,15	0,02	0,15
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
1	0,28	0,72	0,52	1,89
0	0,18	-0,18	0,03	0,18
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
0	0,15	-0,15	0,02	0,15
0	0,20	-0,20	0,04	0,20
1	0,28	0,72	0,52	1,89
Total				70,13

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Luis Tubón.

Calculo del Chi – Cuadrado mediante el programa SPSS 25

Tabla 7 *Cálculo Del Chi – Cuadrado Forma 2*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	70,132 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	71,388	16	,000
Asociación lineal por lineal	28,001	1	,000
N de casos válidos	123		
a. 19 casillas (76,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Distribución del Chi – Cuadrado

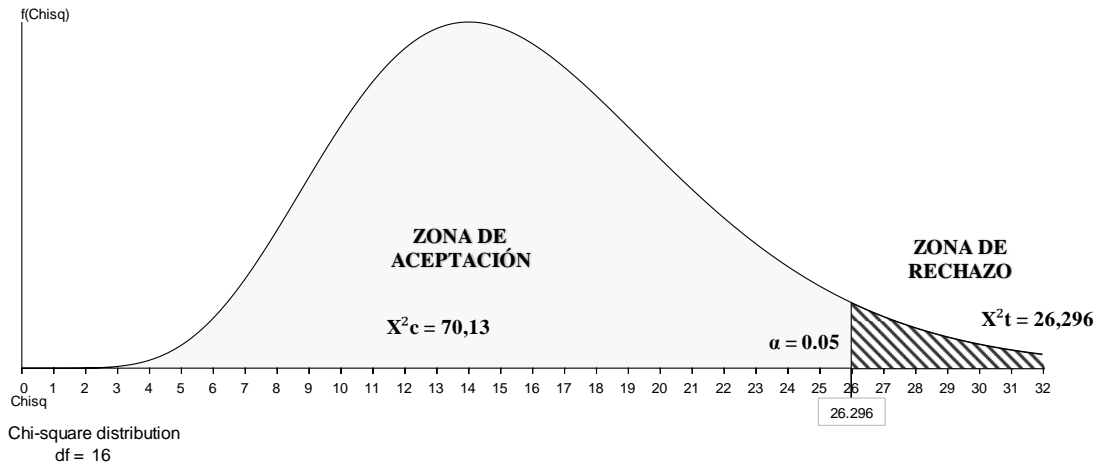
Tabla 8 *Distribución Del Chi – Cuadrado*

GRADOS DE LIBERTAD	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
15	22,307	24,996	27,488	30,578	32,801
16	23,542	26,296	28,845	32,000	34,267
k17	24,769	27,587	30,191	33,409	35,718

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 5 Distribución del Chi Cuadrado



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Luis Tubón.

Chi – cuadrado calculado \geq chi – cuadrado tabla = se rechaza hipótesis nula

Chi – cuadrado calculado \leq chi – cuadrado tabla = se rechaza hipótesis alternativa

$$X^2c = 70,13 \geq X^2t = 26,296$$

Decisión:

Luego de aplicar el método del Chi – cuadrado se descarta la Hipótesis Nula y por lo tanto se acepta la Hipótesis Alterna, es decir, existe de la competitividad con la productividad de las pymes de calzado del cantón Cevallos.

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. Análisis e interpretación

Pregunta N°1 ¿Cree usted que la calidad es un factor que incide para alcanzar mayor productividad en la empresa?

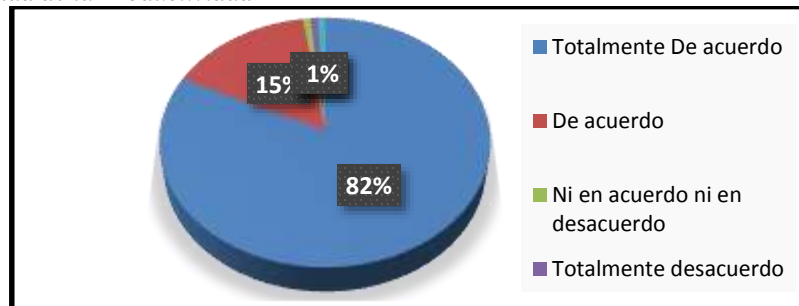
Tabla 9 *Calidad de la Productividad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente De acuerdo	101	82,1	82,1	82,1
De acuerdo	19	15,4	15,4	97,6
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	,8	,8	98,4
Totalmente desacuerdo	1	,8	,8	99,2
En desacuerdo	1	,8	,8	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 6 *Calidad de la Productividad*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, el 82,11% están totalmente de acuerdo, que la calidad es un factor para alcanzar la productividad, el 15,45% está de acuerdo, el 0,81% indica que esta ni en acuerdo ni desacuerdo, el 0,81% está totalmente en desacuerdo, el 0,81% está en desacuerdo.

Interpretación:

Con los datos obtenidos se comprueba que es importante la calidad, para alcanzar mayor productividad en las pymes del cantón Cevallos para ello debemos adquirir insumos y materiales que sean del agrado de nuestros clientes y brindar un producto de calidad.

Pregunta N°2

¿Qué aspectos considera que son relevantes para que la empresa pueda alcanzar mayor productividad?

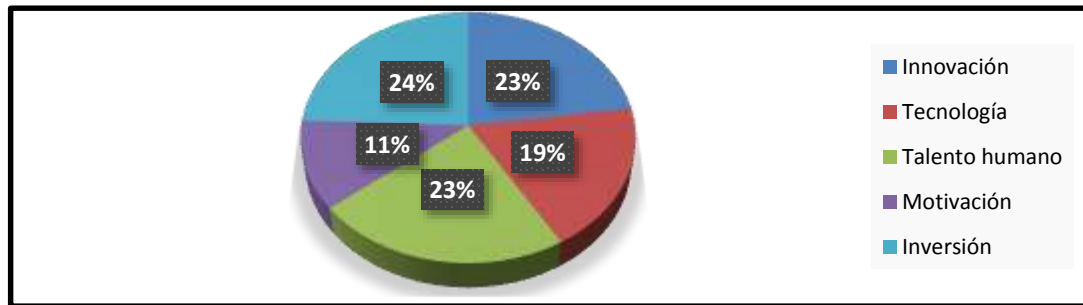
Tabla 10 Aspectos de la Productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Innovación	28	22,8	22,8	22,8
	Tecnología	23	18,7	18,7	41,5
	Talento humano	28	22,8	22,8	64,2
	Motivación	14	11,4	11,4	75,6
	Inversión	30	24,4	24,4	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 7 Aspectos de la Productividad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, para el 24,39% la inversión es el aspecto relevante para alcanzar mayor productividad, el 22,76% es la innovación, el 22,76% es el talento humano, el 11,38% es la motivación, el 18,70% es la tecnología.

Interpretación:

Para que las empresas puedan alcanzar la productividad proponen estimular o aumentar mayor inversión a través de créditos o microcréditos gubernamentales que ayudan a las pymes, para la innovación deben crear variedad de los nuevos productos, Talento humano deben realizar capacitaciones para realizar un mejor desempeño, Motivación para los colaboradores se entregaran bonos cada fin de año por su buen desempeño y entrega a su trabajo.

Pregunta N°3

¿Qué medidas ha tomado para mejorar la productividad de su empresa?

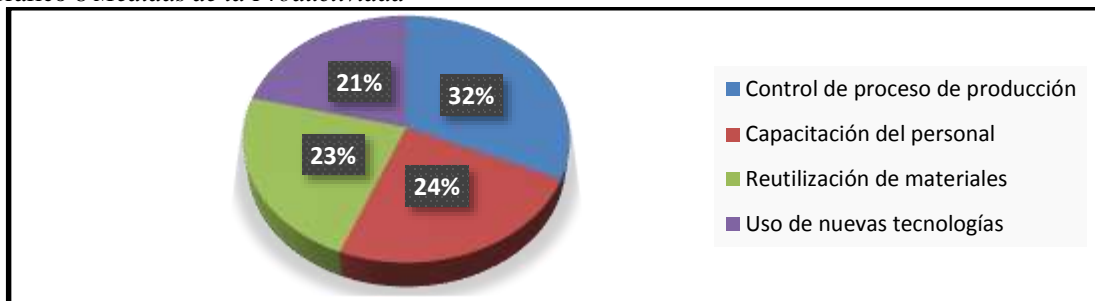
Tabla 11 *Medidas de la Productividad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Control de proceso de producción	39	31,7	31,7	31,7
Capacitación del personal	30	24,4	24,4	56,1
Reutilización de materiales	28	22,8	22,8	78,9
Uso de nuevas tecnologías	26	21,1	21,1	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 8 *Medidas de la Productividad*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, para el 31,7% es el control de procesos de producción, que sirve para mejorar la productividad de las empresas, el 24,4% es la capacitación del personal, el 22,8% es la reutilización de materiales, el 21,1% es el uso de nuevas tecnologías.

Interpretación:

Las medidas que se han tomado para mejorar la productividad es el control de procesos de producción y así mejorar las falencias para obtener un producto de calidad, la capacitación del personal para brindarles mayor seguridad y el manejo de nuevos materiales, Uso de nuevas tecnologías para aumentar la producción y reducción de tiempos, la reutilización de materias para realizar colgantes y brindar una nueva imagen al producto.

Pregunta N°4

¿La empresa ha adoptado acciones propias para tener una producción sostenible?

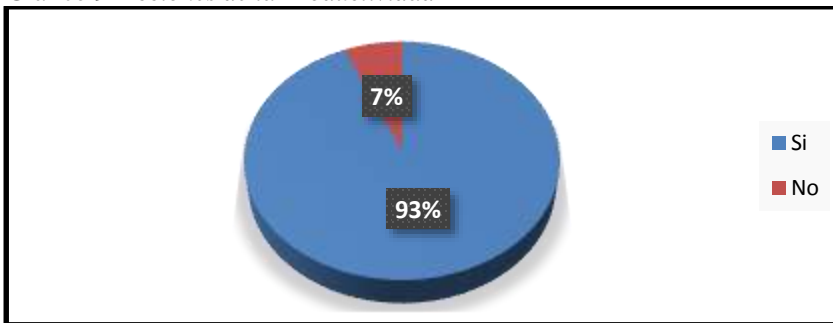
Tabla 12 *Acciones de la Productividad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	115	93,5	93,5	93,5
No	8	6,5	6,5	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 9 *Acciones de la Productividad*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, el 93,50% si ha adoptado acciones propias para tener una producción sostenible, el 6,50 manifiesta que no.

Interpretación:

Las empresas han adoptado acciones propias para tener una producción sostenible como cuidar la calidad de la materia prima y mejorar sus procesos de producción y brindar seguridad a sus colaboradores, reutilizar los materiales para realizar detalles que innoven los productos, uso de nuevas tecnologías para disminuir tiempos ya aumentar la producción.

Pregunta N°5

¿Con que frecuencia se realiza un control a los procesos producción para mejorar utilizados en la empresa?

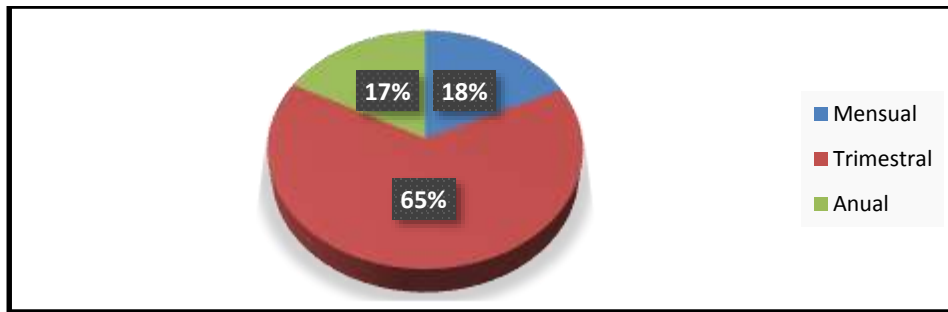
Tabla 13 *Control de Producción*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mensual	22	17,9	17,9
	Trimestral	80	65,0	82,9
	Anual	21	17,1	100,0
	Total	123	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 10 *Control de Producción*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio efectuado del 100% de la población encuestada, el 65,04% indica que realiza de manera trimestral un control a los procesos de producción para mejorar los utilizados en la empresa, el 17,89% indica que realiza de manera mensual, el 17,07% indica que realiza de manera anual.

Interpretación:

Con los datos obtenidos las empresas realizan un control de los procesos de producción trimestral para mejorar los existentes y mejorar las falencias o implementar los nuevos procesos acorde a las necesidades esto se hace tomando en cuenta las falencias existentes y así mejor con nuevos procesos y brindar a nuestros clientes productos de calidad.

Pregunta N°6

¿Los directivos impulsan capacitaciones para que la organización sea más competitiva?

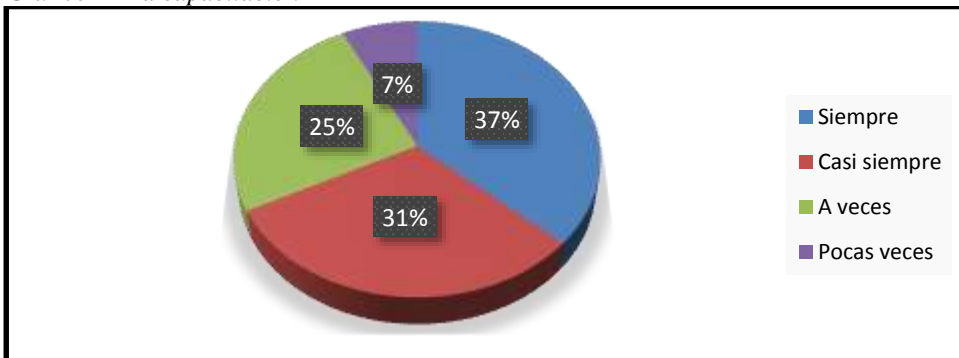
Tabla 14 *La capacitación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	45	36,6	36,6	36,6
	Casi siempre	38	30,9	30,9	67,5
	A veces	31	25,2	25,2	92,7
	Pocas veces	9	7,3	7,3	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 11 *La capacitación*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, el 36,59% siempre impulsan capacitaciones para que la organización sea más competitiva, el 30,89% casi siempre, el 25,20% a veces y el 7,32% pocas veces.

Interpretación:

Las capacitaciones que impulsan las empresas para sus colaboradores ha sido de mucha importancia ya que la mayoría dice que siempre son satisfactorias y ayudan a su desempeño para que las empresas sean competitivas y que sus colaboradores estén a la par de los competidores.

Pregunta N°7

¿De ser afirmativa las respuestas de la pregunta anterior? ¿Cuál es el efecto de la capacitación recibida?

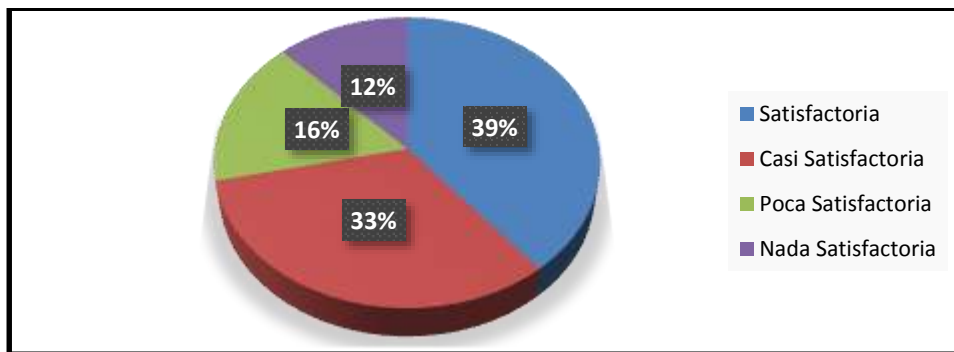
Tabla 15 Efecto de la Capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfactoria	48	39,0	39,0	39,0
	Casi Satisfactoria	40	32,5	32,5	71,5
	Poca Satisfactoria	20	16,3	16,3	87,8
	Nada Satisfactoria	15	12,2	12,2	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 12 Efecto de la Capacitación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, el 39,02% es satisfactoria, el 32,52% casi siempre, 16,26% pocas veces y el 12,02% es nada satisfactorio.

Interpretación:

Las capacitaciones impartidas son de gran ayuda y de satisfacción para los colaboradores porque ha permitido compartir informaciones y tendencias de nuevos productos o nuevos materiales para un producto de calidad y poder competir dentro de forma local y nacional con los diferentes productos.

Pregunta N°8

¿Qué nivel considera que tiene su empresa basándose en los indicadores de competitividad?

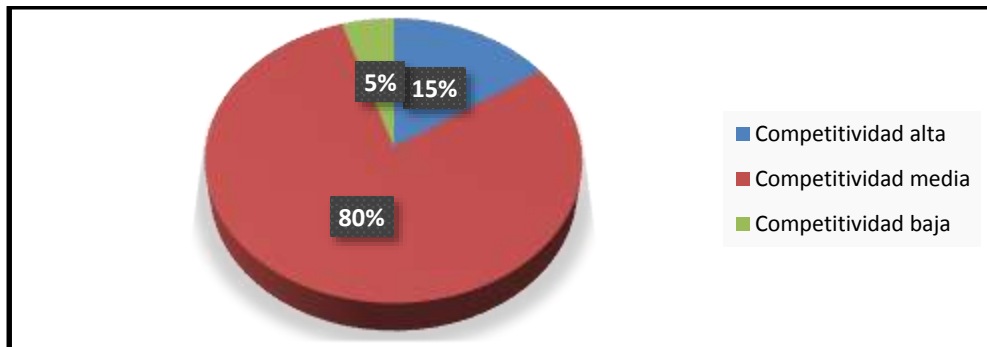
Tabla 16 Efecto de la Capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Competitividad alta	19	15,4	15,4	15,4
	Competitividad media	98	79,7	79,7	95,1
	Competitividad baja	6	4,9	4,9	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 13 Indicadores de la Competitividad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio efectuado del 100% de la población encuestada, para el 79,67% es de competitividad media, el 15,45% es competitividad alta y el 4,88% de competitividad baja.

Interpretación:

Con los datos obtenidos se verifica que las empresas se encuentran en un nivel de competitividad media ya que solo están enfocados en el mercado local y no han abierto nuevos mercados para exponer sus productos, algunas empresas se encuentran en competitividad alta porque ofertan sus productos en nuevos mercados y están innovando he invirtiendo en nuevas tecnologías.

Pregunta N°9

¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para que su empresa sea competitiva?

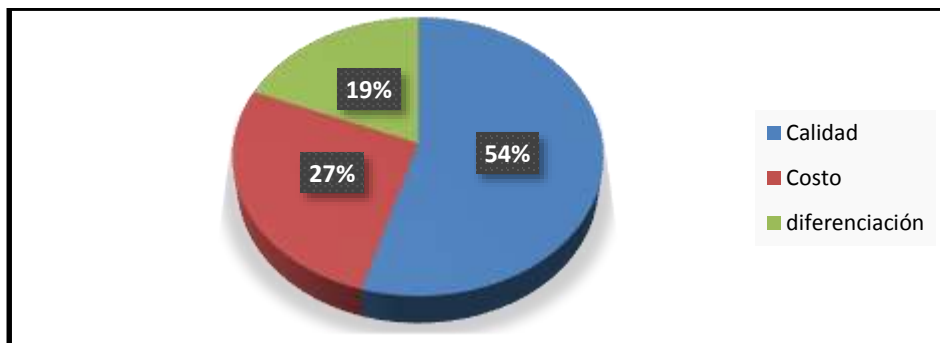
Tabla 17 Aspectos de competitividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Calidad	67	54,5	54,5	54,5
Costo	33	26,8	26,8	81,3
diferenciación	23	18,7	18,7	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 14 Aspectos de la Competitividad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, el 54,47% la calidad es el aspecto importante para que las empresas sean competitivas, el 26,83% es el costo y el 18,70% es la diferenciación.

Interpretación:

La calidad es importante ya permite que un producto sea competitivo al frente de productos similares de la competencia, de igual manera el costo también es importante ya que está enfocado a la comodidad del bolsillo de la gente para ello se debe adquirir materia prima de calidad a menor costo, la diferenciación es importante para estar a la par de las nuevas tendencias del mercado local y nacional

Pregunta N°10

¿Qué tan competitivas considera a las empresas pymes de calzado del cantón Cevallos?

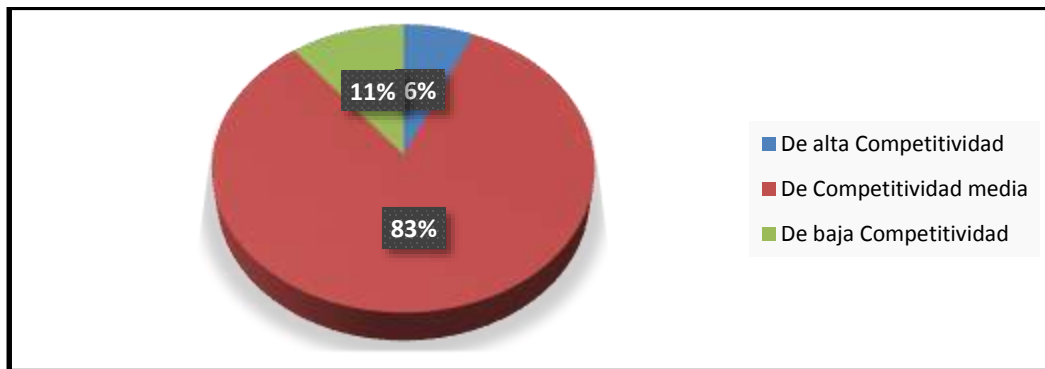
Tabla 18 La competitividad de las Pymes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De alta Competitividad	8	6,5	6,5	6,5
De Competitividad media	102	82,9	82,9	89,4
De baja Competitividad	13	10,6	10,6	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 15 La competitividad de las Pymes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis:

En el estudio efectuado del 100% de la población encuestada, el 82,93% es de competitividad media, Las pymes del calzado del cantón Cevallos son de competitividad media, el 10,57% es de baja competitividad y el 6,50% de competitividad alta.

Interpretación:

Las empresas de calzado del cantón Cevallos son de competitividad media porque están enfocados en el mercado local y exponen sus productos de forma directa en el cantón y no buscan nuevos mercados para exponer sus productos de forma directa o tienen intermediarios que adquieren sus productos.

Pregunta N°11

¿Qué aspectos considera que son importantes para la competitividad en el sector del calzado del cantón Cevallos?

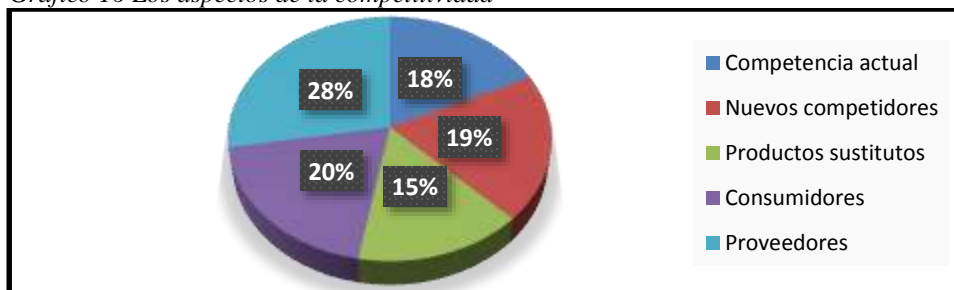
Tabla 19 *Los aspectos de la competitividad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Competencia actual	22	17,9	17,9	17,9
	Nuevos competidores	24	19,5	19,5	37,4
	Productos sustitutos	19	15,4	15,4	52,8
	Consumidores	24	19,5	19,5	72,4
	Proveedores	34	27,6	27,6	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 16 *Los aspectos de la competitividad*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Análisis

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, el 27,64% los proveedores son importantes para la competitividad en el sector del calzado del cantón Cevallos. El 19,51% los consumidores, el 19,51% los nuevos competidores, el 17,89% la competencia actual y el 15,45% los productos sustitutos.

Interpretación:

Los aspectos más relevantes para la competitividad del calzado en el cantón Cevallos son: las negociaciones con los proveedores de forma directa y sin intermediarios para disminuir costos, los consumidores para exponer de forma directa sus productos, el ingreso de nuevos competidores que ofertan productos similares a menor calidad y costo.

Pregunta N°12

¿Qué estrategias empresariales ha implementado para mejorar la competitividad de su empresa?

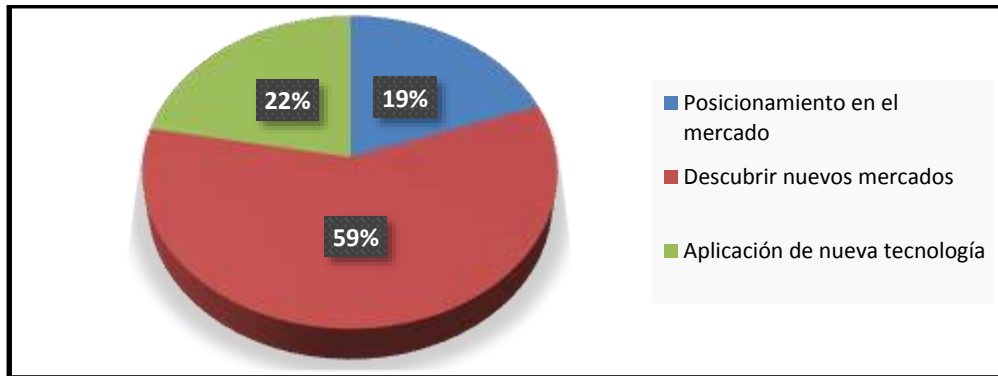
Tabla 20 *Estrategia de la competitividad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Posicionamiento en el mercado	24	19,5	19,5	19,5
Descubrir nuevos mercados	72	58,5	58,5	78,0
Aplicación de nueva tecnología	27	22,0	22,0	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

Gráfico 17 *Estrategia de la competitividad*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

En el estudio realizado del 100% de la población encuestada, el 58,54% es descubrir nuevos mercados para mejorar la competitividad de su empresa, el 21,95% es la aplicación de nuevas tecnologías y el 19,51% es el posicionamiento en el mercado.

Interpretación:

Las estrategias implementadas por las empresas son de gran importancia para mejorar la productividad, para ellos deben descubrir los nuevos mercados y posicionarse en el mismo con la diferenciación de productos, tener mano de calificado o impartir charlas para lograr cambios dentro de la empresa.

5.2. Analizar la evaluación de los factores que inciden en la competitividad de las pymes de calzado del cantón Cevallos.

Tabla 21 *Análisis de los factores de la competitividad*

Factores	Observación
Competitividad media	79,7%
Calidad	54,5%
Nuevos competidores	19,5%
Consumidores	19,5%
Nuevos mercados	58,5%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

De la investigación realizada a las pymes de calzado del cantón Cevallos se obtuvo los factores de mayor relevancia o importancia a nivel local y nacional, mediante una encuesta a los gerentes quienes mencionan que las pymes son de competitividad media pero para tener mayores ingresos las pymes deben ser más competitivas y mejorar para poder estar a la par de sus competidores, Calidad es el factor importante, ya que las nuevas tendencias y exigencias en los mercados hacen que los clientes sean más exigentes en cada detalle de su producto. Los nuevos competidores que ingresan en el mercado local cada vez crecen y hacen que las pymes estén en constante desarrollo y hay que verlos como una ventaja para poder tener variedad e innovación para los consumidores que cada vez son más exigentes.

Las pymes del cantón Cevallos están incursionando en nuevos mercados a nivel nacional ya que cuentan con productos de calidad y pueden exponer de forma directa a los clientes.

Tabla 22 *Análisis de los factores de la productividad*

Factores	Observación
Calidad	82.1%
Innovación	22.8%
Talento humano	22.8%
Control de procesos de producción	31.7%
Producción sostenible	93.5%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Luis Tubón.

En las pymes de calzado del cantón Cevallos, los factores más relevantes e importantes de la productividad, es la calidad, porque la producción de calidad es muy apetecida por los clientes en los diferentes mercados nacionales. La innovación es un factor que todas las pymes comparten ya que todos concuerdan que deben estar en constante innovación y a la par de las nuevas tendencias de los productos, el Talento humano dentro de una organización es el motor fundamental para calzar los objetivos trazados y estos deben estar capacitados para desarrollar su trabajo con eficiencia. El control de procesos es muy importante para poder corregir falencias y tomar medidas correctivas para que un producto no tenga demoras o imperfectos en su producción.

CAPITULO VI

6.1. Conclusiones

- Después de la investigación realizada a las pymes del sector del calzado del cantón Cevallos indican que del 100%, el 54,47% manifiesta que la calidad es el aspecto importante para poder producir cualquier producto y ofertar en cualquier mercado y poder competir de forma directa e indirecta, el 26,83% indica que el costo es accesibles y módico para cualquier tipo de bolsillo y el 18,70% indica que es la diferenciación
- Las pequeñas y medianas empresas del sector del calzado del cantón Cevallos a través de la investigación realizada determino los indicadores encuestados de competitividad de las pymes y del 100%, el 79,67% indica que las pymes son de competitividad media porque están enfocados al mercado local y por falta de inversión, el 15,45% indica que es competitividad alta porque tienen un mercado establecido y están en constante innovación y el 4,88% indica que son de competitividad baja porque son nuevas el mercado y no cuentan con los materiales adecuados o la inversión adecuada para poder competir.
- Mediante la investigación realizada en las pymes de calzado del cantón Cevallos se determinó los factores de mayor relevancia que manejan las pymes para ser competitivos y es la Competitividad media, calidad, consumidores, nuevos mercados, nuevos competidores, estos son los factos que tiene mayor importancia para las pymes.

CAPITULO VII

7.1. Recomendaciones

- Se debe dar un seguimiento correcto a todos los procesos para verificar la calidad de los productos y se recomienda implementar capacitaciones para mejorar la calidad del calzado del cantón Cevallos, se debe implementar convenios mediante las asociaciones existentes en el cantón para adquirir materia prima e insumos a menor costo y así disminuir los costos establecer un precio módico e implementar la diferenciación en los modelos de calzado acorde a las tendencias del mercado.
- Para las pymes de calzado del cantón Cevallos se recomienda aprovechar los financiamientos que el Gobierno Nacional otorga a todas las pymes para mejorar la productividad y generar empleo a través de micro créditos que realiza por medio de la CFN Corporación Financiera Nacional para potenciar la economía de acuerdo con los indicadores obtenidos y así mejorar la competitividad media para lo cual se debe implementar mayor inversión para poder ser de competitividad alta y estar a la par de las empresas a nivel nacional.
- Las pymes de calzado deben impartir charlas o recibir una capacitación para mejorar y retroalimentar los factores de mayor relevancia como son: calidad, consumidores, nuevos mercados, nuevos competidores y así mejorar la competitividad de las pymes de calzado del cantón Cevallos.

Bibliografía

CEPAL. (2014). *Como mejorar la competitividad de las pymes en al union Europea y America Latina y el Caribe propuestas de politicas del sector primavado* . Obtenido de <https://www.cepal.org/es>

Miles , A. (2016). La industria del calzado.

Wahrens , C. (2016). La innovacion. *El comercio*.

Altamirano , M. (2015). *La ventaja competitiva* .

Amaraa , R. (2014). Crecimiento en la eficiencia de la competitividad.

Angelo, S. B. (2014). *Med.unne.edu.ar*. Obtenido de [https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20\(Lic%20DAngelo\).pdf](https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20(Lic%20DAngelo).pdf)

Ariano, M. (2015). *La competitividad en Europa y America Latina*. Mexico.

Bagnoli, P. (2014). *ventaja competitiva*. mexico: grijalbo.

Bermejo, L. (2015). *La competitividad de America Latina y el Caribe* . Mexico.

Bobadilla , E. (2014). *Modelo de la productividad* . Mexico: Innca.

Bonilla , E. (2014). *Las economias competitivas de la pymes*. Colombia : Laccel.

Burgelmant, M. (2016). Crecimiento de las empresas .

Cantu , A. (2014). *Productividad y Reduccion de Costos*. Mexico: Trillas.

CAPIG. (15 de 07 de 2015). *La Cámara de la Pequeña Industria de Guayas* .

Castillo, P. (2015). *La competitividad y su relacion con la productividad y la innovacion de los trabajadores*.

Chavez , L. (2015). Panorama de la competitividad .

Corrales , M. (2014). *Las pymes en america latina* . Mexico: cosegraf.

Dasi. (2014). *Funcion de direccion*. Madrid: paraninfo.

Dasi, A. (2014). *Funcion de produccion*. Madrid: paraninfo.

- Definista . (15 de 03 de 2015). *concepto de definicion de eficiencia*. Obtenido de concepto de definicion de eficiencia
- Deloitte & Touch . (2014). *Las pymes y su competitividad* . Quito : latinoamerica.
- Diaz, L. (2014). *Competitividad del calzado*.
- Dolz. (2014). *Funcion de direccion*. Madrid.
- Dolz, C. (2014). *Funcion comercial* . Madrid: paraninfo.
- Domínguez, C. L. (02 de Marzo de 2014). *Uv.mx*. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2013/03/02-Metodos-investigacion-empirica-y-teorica.pdf>
- El Foro Economico Mundial . (2014). *La competitividad Mundial*. Panama : incap.
- El Foro Económico Mundial . (13 de 06 de 2015). Obtenido de La competitividad mundial: [www.Foro Económico Mundial.com](http://www.ForoEconomicoMundial.com)
- Elasrag, H. (2014). *La competitividad en las pymes*.
- Fernandez. (2014). *Concepto de la importancia de la competitividad*. Mexico: Ril.
- Fernandez, c. (2014). *EL competitividad productiva* . Mexico: Advare .
- Ferrer, C. (2014). *Funcion comercial*. Madrid: paraninfo.
- Fiallos , V. (2015). *La productividad y competitividad de las pymes*. hispanoamerica.
- Filter , L. (2014). *Efecto red* . Mexico.
- Frances , L. (2014). *Las 5 fuerzas de porter* . Mexico.
- Gago, D. (2015). *La innovacion de las empresas* .
- Garcia Cantu , A. (2014). *Productividad y Reduccion de Costos*. Mexico: Trillas.
- Garcia Cantu , A. (2014). *Productividad y Reduccion de Costos* . Mexico : Trillas.
- Garcia, M. (2015). *Ventajas de pymes*.
- Ghung-Shing . (2014). *Desarrollo de la competitividad*.
- Gomez, J. (2013). *Competitividad dinamica* . Mexico: latinoamerica .
- Guadalupe, j. (2014). *Administracion de micro-empresas* . Mexico.

- Guerra , A. (2013). *La ventaja competitiva sobre los competidores* . Mexico .
- Guerra, R. (2014). *Diversificacion de america latina*. Mexico .
- Heerkens, G. (2014). *Costo de Cambio*. Mexico: latinoamerica.
- Heredia , L. (2014). *Productividad* . Mexico : Iberoamericana .
- Hidalgo , H. (2014). *Las medidas de competitividad* . Panama : conecta .
- Iborra. (2014). *Funcion de investigacion y desarrollo*. Madrid: paraninfo.
- Iborra, M. (2014). Madrid: Paraninfo.
- Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Funadmentos de direccion de empresa, concepto y habilidades directivas*. Madrid: Paradinfo .
- Idrissia, E. (2014). *La competitividad* .
- Jimenez, A. (2014). *Modelo de la Productividad* . Mexico: Incca.
- Johansen, C. (2016). *Las estrategias de la competitividad* .
- Junquera, F. (2014). *Las 5 fuerzas de porter*. Mexico.
- kotter, C. (2015). *La productividad en america latina*. En L. economia. Mexico: san marcos .
- Kuei-Hsien . (2014). *Desarrollo Economico*.
- Lacalle, G. (2014). *La productividad* . Madrid : Editex.
- Lagos , R. (2015). *La importancia competitiva* . Mexico: Lulu.
- Larrera, P. (2014). *Ventaja Competitiva* . Mexico: Lumen.
- Laverde, W. (2014). *La competitividad basada en el tiempo* . Guatemala.
- Lawrence , R. (2015). *La competitividad de los paises* . Mexico: Herder.
- Lopez. (2014). *Tipos de competitividad*. Mexico: Prentice hall.
- Lopez, E. (2015). *Las nuevas tecnologias* .
- Lorenzo , M. (2015). *Efecto red* . Mexico.

- Maese, J., Alvarado , A., Valles, D., & Baez, Y. (2016). *Coefficiente de Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de un cuestionario difuso*. Culcyt instrumento de medicion.
- Malaret, M. (2014). *Los servicios productivos*.
- Mandique , D. (2014). Eficiencia de las pymes .
- Mantilla , J. (2015). *Fuerza competitivas de Porter* . Mexico : Latinoamerica.
- Mariño, A. (2014). *Las 5 fuerzas de porter* . Mexico .
- Martinez , L. (2014). *Las 5 Fuerzas de porter* . Mexico.
- Medina , J. (2014). *Competitividad Empresarial*. Mexico: Alba.
- Meléndez, L. (2016). *La competitividad comercial*. Mexico: Babylon.
- Mello, P. (2014). *Los activos intangibles*. Obtenido de <https://www.investopedia.com/terms/i/intangibleasset.asp>
- Meyers, J. (2016). *Competitividad internacional*. Mexico : petrice .
- Morgan , J. (2014). *Concepto de Productividad* . Mexico.
- Murths, Saboniene, Malakauskaite, Nav. (2014). *La competitividad* . Mexico.
- Niebel , k. (2014). *Metodologias para la productividad* . Mexico: gran hill.
- Paez. (2014). *Competitividad Estructural*. Mexico.
- Perez , A. (2014). *La eficacia y la eficiencia* . Mexico: hispanoamerica.
- Perez , A. (12 de 10 de 2014). *Direccion de estadisticas INEC*. Obtenido de www.ecuadoencifras.gob.ec
- Perez, W. (2014). Caracteristicas de la competitividad .
- Pilco, M. (2017). *PLaneacion estrategica* .
- Podesta, L. (2014). *La innovacion y tecnologia* . Mexico .
- Quinteros , B. (2014). *La gestion empresarial y su incidencia en la productividad* . Panama.
- Riis, J. (2015). La competitividad de las empresas.

- Ritzman, L. (2016). *La productividad* . Mexico : Pearson.
- Rivera, L. (2014). *Importancia de la competitividad* . Mexico : Noriega .
- Rodas, B. C. (2017). *Repo.uta.edu.ec*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25015/1/T3935i.pdf>
- Roque , R. (2015). *La importancia de la productividad* . Mexico.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (Quinta edición ed.)*. México: McGRAW-HILL.
- Sanchez, F. (2014). Competitividad de America latina y el caribe. *Repositorio Cepal*.
- Sarmiento , L. (2014). *Estadística descriptiva, introducción al análisis de datos (Primera edición ed.)*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Serrano , S. (2015). *Recursos humanos* . Panama.
- Torres , S. (2014). *Estrategia competitiva* . Mexico: Ink.
- Valdes , C. (13 de 05 de 2014). *Investor Word*. Obtenido de <http://www.investorwords.com/16264/competitiveness.html>
- Velasco, J. (15 de 07 de 2014). *investopedia*. Obtenido de www.investopedia.com/terms/c/competitive_advantage.asp
- Villa , J. (2015). *Certificacion de calidad* . España.
- Villate, G. (2014). *Modelo de la Productividad* . Mexico: INNCA.
- Zapata, J. (2015). *La importancia de la productividad* . Mexico: McGraw-Hill.
- Zayas, P. M. (2014). *Eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/822/Metodos%20del%20conocimiento%20teorico.htm>
- Zervos, A. (2014). Economias de la competencia .
- Zorrilla. (2015). *Investigación*.

ANEXOS

ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE

Registra como domicilio fiscal **13 DE MAYO S/N GONZALEZ SUAREZ, TUNGURAHUA, CEVALLOS, CEVALLOS.**

ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE se encuentra registrado en el SRI con RUC número **1891737714001** y como tipo de contribuyente "SOCIEDADES", inició sus actividades comerciales el 03/04/2009.

Si deseas conocer más sobre este negocio, puedes llamar y solicitar información de sus productos y servicios. No olvides preguntar por sus ofertas, descuentos y especiales del momento.

Razón Social	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE
Dirección	13 DE MAYO S/N GONZALEZ SUAREZ TUNGURAHUA - CEVALLOS - CEVALLOS
RUC	1891737714001
Estado	ACTIVO
Clase	OTROS
Fecha Inicio Actividades	3/4/2009
Fecha Actualización	8/5/2017
Tipo	SOCIEDADES
Categoría PYME	NO DECLARADO
Número de teléfono(s)	No Disponible
CIU	S942000
Actividad / Giro	FABRICACIÓN DE CALZADO











**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PYMES DE PRODUCCION DE CALZADO DEL
CANTON CEVALLOS**

OBJETIVO: Determinar los factores que inciden en la competitividad de las pymes dedicadas a la producción calzado del cantón Cevallos.

INDICACIÓN GENERAL:

Agradecemos responder con objetividad el siguiente instrumento de recolección de datos propuesto.

1.- ¿Cree usted que la calidad es un factor que incide para alcanzar mayor productividad en la empresa?

Totalmente De acuerdo	
De acuerdo	
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	
Totalmente desacuerdo	
En desacuerdo	

2.- ¿Qué aspectos considera que son relevantes para que la empresa pueda alcanzar mayor productividad?

Innovación	
Tecnología	
Talento humano	
Motivación	
Inversión	

3.- ¿Qué medidas ha tomado para mejorar la productividad de su empresa?

Control de proceso de producción	
Capacitación del personal	
Reutilización de materiales	
Uso de nuevas tecnologías	

4.- ¿La empresa ha adoptado acciones propias para tener una producción sostenible?

Si	
No	

5.- ¿Con que frecuencia se realiza un control a los procesos producción para mejorar utilizados en la empresa?

Mensual	
Trimestral	
Anual	

6.- ¿Los directivos impulsan capacitaciones para que la organización sea más competitiva?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Pocas veces	

7.- ¿De ser afirmativa las respuestas de la pregunta anterior? ¿Cuál es el efecto de la capacitación recibida?

Satisfactoria	
Casi Satisfactoria	
Poca Satisfactoria	
Nada Satisfactoria	

8.- ¿Qué nivel considera que tiene su empresa basándose en los indicadores de competitividad?

Competitividad alta	
Competitividad media	
Competitividad baja	

9.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para que su empresa sea competitiva?

Calidad	
Costo	
Diferenciación	

10.- ¿Qué tan competitivas considera a las empresas pymes de calzado del cantón Cevallos?

De alta Competitividad	
De Competitividad media	
De baja Competitividad	

11.- ¿Qué aspectos considera que son importantes para la competitividad en el sector del calzado del cantón Cevallos?

Competencia actual	
Nuevos competidores	
Productos sustitutos	
Consumidores	
Proveedores	

12.- ¿Qué estrategias empresariales ha implementado para mejorar la competitividad de su empresa?

posicionamiento en el mercado	
Descubrir nuevos mercados	
Aplicación de nueva tecnología	

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,960	12

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- ¿Cree usted que la calidad es un factor que incide para alcanzar mayor productividad en la empresa?	11,20	71,314	,911	,954
2.-¿Qué aspectos considera que son relevantes para que la empresa pueda alcanzar mayor productividad?	9,87	67,838	,888	,959
3.- ¿Qué medidas ha tomado para mejorar la productividad de su empresa?	11,20	75,886	,945	,953
4.- ¿La empresa ha adoptado acciones propias para tener una producción sostenible?	11,73	85,924	,852	,960

5.- ¿Con que frecuencia se realiza un control a los procesos producción para mejorar utilizados en la empresa?	10,93	81,781	,881	,957
6.-¿Los directivos impulsan capacitaciones para que la organización sea más competitiva?	10,93	73,210	,935	,953
7.- ¿De ser afirmativa las respuestas de la pregunta anterior? ¿Cuál es el efecto de la capacitación recibida?	11,33	75,667	,933	,953
8.- ¿Qué nivel considera que tiene su empresa basándose en los indicadores de competitividad?	10,93	88,210	,604	,964
9.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para que su empresa sea competitiva?	11,53	81,981	,896	,957
10.- ¿Qué tan competitivas considera a las empresas pymes de calzado del cantón Cevallos?	10,80	84,314	,850	,959
11.- ¿Qué aspectos considera que son importantes para la competitividad en el sector del calzado del cantón Cevallos?	9,93	68,352	,915	,956
12.- ¿Qué estrategias empresariales ha implementado para mejorar la competitividad de su empresa?	10,87	82,981	,860	,958

1.- ¿Cree usted que la calidad es un factor que incide para alcanzar mayor productividad en la empresa?

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO		10	66,7	66,7	66,7
	DE ACUERDO		2	13,3	13,3	80,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO		1	6,7	6,7	86,7
	TOTALMENTE DESACUERDO		1	6,7	6,7	93,3
	EN DESACUERDO		1	6,7	6,7	100,0
	Total		15	100,0	100,0	

2.-¿Qué aspectos considera que son relevantes para que la empresa pueda alcanzar mayor productividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Innovación	3	20,0	20,0	20,0
	Tecnología	3	20,0	20,0	40,0
	Talento Humano	3	20,0	20,0	60,0
	Motivación	2	13,3	13,3	73,3
	Inversión	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

3.- ¿Qué medidas ha tomado para mejorar la productividad de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Control de proceso de producción	8	53,3	53,3	53,3
	Capacitación del personal	4	26,7	26,7	80,0
	Reutilización de materiales	2	13,3	13,3	93,3
	Uso de nuevas tecnologías	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

4.- ¿La empresa ha adoptado acciones propias para tener una producción sostenible?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	12	80,0	80,0	80,0
	No	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

5.- ¿Con que frecuencia se realiza un control a los procesos producción para mejorar utilizados en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mensual	3	20,0	20,0	20,0
	Trimestral	9	60,0	60,0	80,0
	Anual	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

6.-¿Los directivos impulsan capacitaciones para que la organización sea más competitiva?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	7	46,7	46,7	46,7
	Casi siempre	3	20,0	20,0	66,7
	Aveces	3	20,0	20,0	86,7
	Pocas veces	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

7.- ¿De ser afirmativa las respuestas de la pregunta anterior? ¿Cuál es el efecto de la capacitación recibida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfactoria	10	66,7	66,7	66,7
	Casi Satisfactoria	2	13,3	13,3	80,0
	Poca Satisfactoria	2	13,3	13,3	93,3
	Nada satisfactoria	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

8.- ¿Qué nivel considera que tiene su empresa basándose en los indicadores de competitividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Competitividad alta	1	6,7	6,7	6,7
	Competitividad media	13	86,7	86,7	93,3
	Competitividad baja	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

9.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para que su empresa sea competitiva?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Calidad	10	66,7	66,7	66,7
	Costo	4	26,7	26,7	93,3
	Diferenciación	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

9.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para que su empresa sea competitiva?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Calidad	10	66,7	66,7	66,7
	Costo	4	26,7	26,7	93,3
	Diferenciación	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

10.- ¿Qué tan competitivas considera a las empresas pymes de calzado del cantón Cevallos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De alta competitividad	1	6,7	6,7	6,7
	De competitividad media	11	73,3	73,3	80,0
	De baja competitividad	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

12.- ¿Qué estrategias empresariales ha implementado para mejorar la competitividad de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Posicionamiento en el mercado	2	13,3	13,3	13,3
	Descubrir nuevos mercados	10	66,7	66,7	80,0
	Aplicación de nueva tecnología	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	