



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**INCIDENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COPARTICIPACIÓN
EMPRESARIAL OBRERO-EMPRESA EN LAS INDUSTRIAS
DEL SECTOR CALZADO DE LA PROVINCIA DE
TUNGURAHUA, APLICANDO UN MODELO MULTIVARIANTE**

AUTORES:

**GALLEGOS PIEDRA, SILVIA JEANNETH
MANCHENO GUERRERO, MARÍA BELÉN**

DIRECTOR: ING. MANTILLA VARGAS, ALFREDO FARID

SANGOLQUÍ, 2017



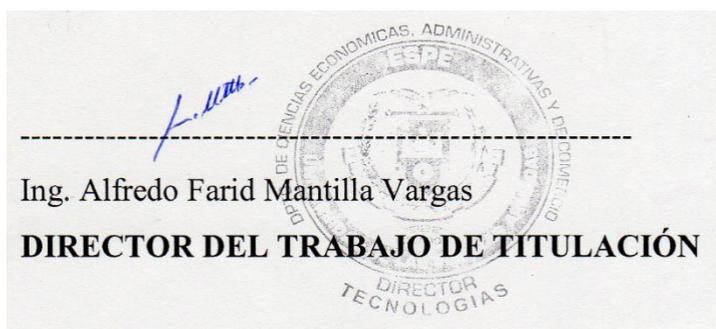
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“INCIDENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COPARTICIPACIÓN EMPRESARIAL OBRERO-EMPRESA EN LAS INDUSTRIAS DEL SECTOR CALZADO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, APLICANDO UN ANÁLISIS MULTIVARIANTE”**, realizado por las estudiantes **SILVIA JEANNETH GALLEGOS PIEDRA** y **MARÍA BELÉN MANCHENO GUERRERO**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el proyecto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto, me permito acreditarlo y autorizar a las estudiantes **SILVIA JEANNETH GALLEGOS PIEDRA** y **MARÍA BELÉN MANCHENO GUERRERO** para que lo sustenten públicamente.

Quito, 17 de noviembre del 2017





**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

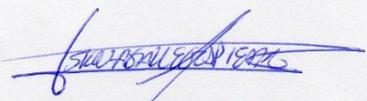
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

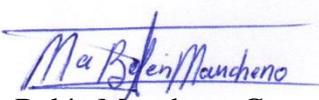
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **SILVIA JEANNETH GALLEGOS PIEDRA**, con cédula de identidad N° 1706032495, y **MARÍA BELÉN MANCHENO GUERRERO**, con cédula de identidad N° 1803854601, declaramos que este trabajo de titulación **“INCIDENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COPARTICIPACIÓN EMPRESARIAL OBRERO-EMPRESA EN LAS INDUSTRIAS DEL SECTOR CALZADO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, APLICANDO UN ANÁLISIS MULTIVARIANTE”**, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Quito, 17 de noviembre del 2017


Silvia Jeanneth Gallegos Piedra
C.C: 1706032495


María Belén Mancheno Guerrero
C.C: 1803854601



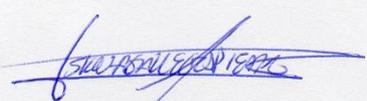
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **SILVIA JEANNETH GALLEGOS PIEDRA** y **MARÍA BELÉN MANCHENO GUERRERO**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**INCIDENCIA DE LA ESTRATEGIA DE COPARTICIPACIÓN EMPRESARIAL OBRERO-EMPRESA EN LAS INDUSTRIAS DEL SECTOR CALZADO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, APLICANDO UN ANÁLISIS MULTIVARIANTE**” cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Quito, 17 de Noviembre del 2017


Silvia Jeanneth Gallegos Piedra
C.C: 1706032495


María Belén Mancheno Guerrero
C.C: 1803854601

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis padres, quienes con su amor, paciencia, ejemplo y apoyo incondicional, estuvieron presentes en las diferentes etapas de mi vida, en especial a mi madre que siempre creyó en mí y me motivó a seguir adelante pese a los obstáculos que se presentaron.

Dedico a mis hijos Estefanía, Gabriela, Jimmy Stephano y a mi nieta Valentina, por su motivación constante, por ser mi inspiración y permitirme avanzar junto a ellos, valorando el esfuerzo que como mujer, madre y profesional he tenido que realizar para cumplir este sueño.

Silvia Jeanneth Gallegos Piedra

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi esposo e hijos, quienes son el motor de mi vida, todo este esfuerzo es por ellos, para que mis hijos puedan tomar como ejemplo y se superen sin importar los obstáculos que encuentren en el camino.

María Belén Mancheno Guerrero

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Ser Supremo por permitirme vivir y sentir todos los momentos que hasta hoy han hecho la persona que soy.

Agradezco a mis padres, a mis hijos y mi nieta por su apoyo y motivación y hacer cada día una experiencia distinta e inspiradora.

Agradezco a mi pareja por su presencia en este momento especial de mi vida, por todo su apoyo, ánimo y comprensión.

Agradezco a todos mis amigos, compañeros y personas que me brindaron su apoyo y que de una u otra manera aportaron para que avance en mis estudios y culmine mi carrera.

Agradezco a mi compañera de tesis María Belén Mancheno por ser como es, y haberme permitido trabajar junto a ella y compartir esta experiencia única y maravillosa como amigas y profesionales.

Agradezco a todos mis profesores y tutores en especial al Ing. Farid Mantilla que con su apoyo, paciencia y disciplina supo encaminarme hasta lograr la culminación de mi carrera universitaria, demostrando ser un profesional de excelencia, además de un gran ser humano y convertirse en un amigo incondicional.

Agradezco a mis tutores y amigos Ing. Marco Soasti e Ing. Horfayt Alvear, quienes estuvieron presentes y me apoyaron en este proceso importante de mi carrera.

Gracias de corazón a todos.

Silvia Jeanneth Gallegos Piedra

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer principalmente a Dios, que es mi pilar fundamental, a mi esposo Julio Castillo por su apoyo incondicional, a mis amigos y familiares que me ayudaron cuando más los necesite y a mis profesores quienes me brindaron sus conocimientos para poder lograr este objetivo, en especial al Ing. Farid Mantilla, a quien admiro por su profesionalismo, ética y don de gente.

María Belén Mancheno Guerrero

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I	1
Antecedentes	1
Giro del Negocio	1
Direccionamiento estratégico	1
Marco teórico	4
1.1. Marco referencial	11
1.2. Marco conceptual	14
CAPÍTULO II	17
Estudio del Mercado	17
2.1. Fase cualitativa	17
2.1.1. Problema Objeto de Estudio	17
2.1.2. Necesidad	19
2.1.3. Justificación	19
2.1.4. Propósito	19
2.1.5. Definición del Problema	20
2.1.6. Objetivos	20
2.1.7. Hipótesis	20
2.1.8. Ética del Investigador	21

2.2. Fase metodológica	21
2.2.1. Tipo de Investigación	21
2.2.2. Técnica de Muestreo.	23
2.2.3. Determinación del Tamaño de la Muestra.	24
2.2.4. Trabajo de Campo	35
Análisis Univariado	37
Análisis Bivariado	51
CAPITULO III	84
Estudio Técnico	84
CAPITULO IV	89
Estrategia	89
Método GAP	90
Utilización del Modelo Multivariante	96
Propuesta Modelo Matemático	104
CAPITULO V	107
Conclusiones y Recomendaciones	107
Referencias	109
Anexos	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis comparativo de las Teorías de Soporte	9
Tabla 2 Análisis comparativo de las Teorías Referenciales.....	13
Tabla 3 Matriz de Medidas de Escala Aplicada a la Encuesta de Trabajadores	25
Tabla 4 Tabulación pregunta 1.....	37
Tabla 5 Tabulación pregunta 2.....	38
Tabla 6 Tabulación pregunta 3.....	39
Tabla 7 Tabulación pregunta 4.....	40
Tabla 8 Tabulación pregunta 5.....	41
Tabla 9 Tabulación pregunta 6.....	42
Tabla 10 Tabulación pregunta 7.....	43
Tabla 11 Tabulación pregunta 8.....	44
Tabla 12 Tabulación pregunta 9.....	46
Tabla 13 Tabulación pregunta 10.....	47
Tabla 14 Tabulación pregunta 11.....	48
Tabla 15 Tabulación pregunta 12.....	49
Tabla 16 Tabulación pregunta 13.....	50
Tabla 17 Análisis Crosstab, entre variables 1 y 13	51
Tabla 18 Análisis Crosstab entre variables 2 y 9	52
Tabla 19 Análisis Anova entre variables 1 y 3	54
Tabla 20 Análisis Anova entre variables 8 y 12	55
Tabla 21 Correlación entre variables 4 y 8	56
Tabla 22 Correlación entre variables 1 y 12	57
Tabla 23 Prueba del Chi-Cuadrado	58
Tabla 24 Prueba del Chi-Cuadrado de las variables 3, 5 y 7	60
Tabla 25 Matriz de Medidas de escala aplicadas a la encuesta de empresarios.....	61
Tabla 26 Tabulación pregunta 1.....	65
Tabla 27 Tabulación pregunta 2.....	66
Tabla 28 Tabulación pregunta 3.....	67
Tabla 29 Tabulación pregunta 4.....	68
Tabla 30 Tabulación pregunta 5.....	69
Tabla 31 Tabulación pregunta 6.....	70

Tabla 32 Tabulación pregunta 7.....	71
Tabla 33 Análisis Crosstab entre las variables 1 y 5.....	73
Tabla 34 Análisis Crosstab entre las variables 3 y 4.....	74
Tabla 35 Análisis Anova entre variables 2 y 5	76
Tabla 36 Análisis Anova entre variables 7 y 6	77
Tabla 37 Correlación entre variables 2 y 4	78
Tabla 38 Correlación entre variables 5 y 7	79
Tabla 39 Chi-Cuadrado de las variables 1, 2 y 4	81
Tabla 40 Prueba del Chi-Cuadrado 2, 5 y 7	82
Tabla 41 Objetivo de Marketing	91
Tabla 42 Objetivo de Productividad.....	92
Tabla 43 Objetivo de Innovación	93
Tabla 44 Objetivo de Recursos Humanos	94
Tabla 45 Objetivo de Responsabilidad Social	95
Tabla 46 Regresión Múltiple 1: Preguntas 6, 8 y 5.....	96
Tabla 47 Estadísticos preguntas 6, 8 y 5	97
Tabla 48 Proyección 2018-2022	98
Tabla 49 Regresión Múltiple 2: preguntas 10, 1 y 4.....	99
Tabla 50 Estadísticos preguntas 10, 1 y 4	100
Tabla 51 Proyección 2018-2022	101
Tabla 52 Regresión Múltiple 3: preguntas 10, 2 y 12.....	101
Tabla 53 Estadísticos preguntas 10, 2 y 12	103
Tabla 54 Proyección 2018-2022	104
Tabla 55 Valoración RCB	105
Tabla 56 Conclusiones y Recomendaciones	107

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Empresa MilPies	2
Figura 2: Organigrama propuesto para empresa MilPies	4
Figura 3: Tipos de Investigación	21
Figura 4. Técnicas de Muestreo	23
Figura 5: Proceso para realizar el trabajo de campo	35
Figura 6. Gráfico pregunta 1	37
Figura7: Gráfico pregunta 2.....	38
Figura 8: Gráfico pregunta 3.....	39
Figura 9: Gráfico pregunta 4.....	40
Figura 10: Gráfico pregunta 5.....	41
Figura 11: Gráfico pregunta 6.....	42
Figura 12: Gráfico pregunta 7.....	43
Figura 13: Gráfico pregunta 8.....	45
Figura 14: Gráfico pregunta 9.....	46
Figura 15: Gráfico pregunta 10.....	47
Figura 16: Gráfico pregunta 11.....	48
Figura 17: Gráfico pregunta 12.....	49
Figura 18: Gráfico pregunta 13.....	50
Figura 19: Análisis Crosstab entre variables 1 y 13	52
Figura 20: Análisis Crosstab entre variables 2 y 9	53
Figura 21: Anova en la curva normal, variables 1 y 3	54
Figura 22: Anova en la curva normal, variables 8 y 12.....	55
Figura 23: Correlación entre variables 4 y 8.....	56
Figura 24: Correlación entre variables 1 y 12.....	57
Figura 25: Chi-Cuadrado de las variables 1, 10 y 13.....	59
Figura 26: Chi-Cuadrado de las variables 3,5 y 7.....	60
Figura 27: Gráfico pregunta 1.....	65
Figura 28: Gráfico pregunta 2.....	66
Figura 29: Gráfico pregunta 3.....	67
Figura 30: Gráfico pregunta 4.....	68
Figura 31: Gráfico pregunta 5.....	69

Figura 32: Gráfico pregunta 6.....	70
Figura 33: Gráfico pregunta 7.....	72
Figura 34: Análisis Crosstab entre variables 1 y 5.....	73
Figura 35: Análisis Crosstab entre las variables 3 y 4.....	75
Figura 36: Anova en la curva normal de las variables 2 y 5.....	76
Figura 37: Anova en la curva normal de las variables 7 y 6.....	77
Figura 38: Correlación entre variables 2 y 4.....	79
Figura 39: Correlación entre variables 5 y 7.....	80
Figura 40: Ch-Cuadrado de las variables 1, 2 y 4.....	81
Figura 41: Chi-Cuadrado de las variables 2, 5 y 7.....	83
Figura 42: Estrategias de Mercado	89
Figura 43: Proceso Estrategia Crecimiento Horizontal	90
Figura 44: Yc con relación a la media , variables 6, 8 y 5.....	97
Figura 45: Pronóstico 2018-2022.....	98
Figura 46: Yc con relación a la media, variables 10, 1 y 4.....	100
Figura 47: Pronóstico 2018-2022	101
Figura 48: Yc con relación a la media, variables 10, 2 y 12.....	103
Figura 49: Pronóstico 2018-2022	104
Figura 50: Encuesta a trabajador Área de Corte	118
Figura 51: Encuesta a trabajadora Área de Empaque	118
Figura 52: Ingreso Empresa MilPies	119
Figura 53: En Creaciones Pazmiño en Cantón Cevallos	119

RESUMEN

La industria del calzado es una de las más representativas en la provincia de Tungurahua, más del 65% de la producción nacional sale de esta provincia. En el año 2008 este sector sufrió una de las peores crisis ya que al ingresar calzado de procedencia asiática la industria casi desaparece. Debido al estancamiento de la industria del calzado nacional en los últimos años, se ha propuesto estudiar la incidencia de una estrategia de coparticipación empresarial obrero-empresa para motivar el desarrollo de este sector y sus colaboradores. La coparticipación empresarial es el acto de participar conjuntamente con otro para lograr el cumplimiento de objetivos en común y a su vez en beneficio mutuo, significa formar una sinergia entre obrero-empresa, con el fin de mejorar sus índices, sean éstos de productividad, ventas, rentabilidad, ingresos, etc. El giro de negocio de esta industria es el diseño, producción y comercialización de calzado de calidad y su visión es ser competitivos en el mercado global y autosuficiente en nuestra propia tecnología, para crear diseños que sean tendencia, en base a esto uno de los objetivos a lograr es aumentar la productividad con una adecuada dirección de operaciones que administre eficientemente personal, capital, información y materiales.

Palabras claves:

- **INDUSTRIA**
- **COPARTICIPACIÓN EMPRESARIAL**
- **PRODUCTIVIDAD**
- **ESTRATEGIA**
- **MODELO MULTIVARIANTE**

ABSTRACT

The footwear industry is one of the most representative in the province of Tungurahua, more than 65% of the national production leaves this province. In 2008, this sector suffered one of the worst crises since when entering footwear of Asian origin the industry almost disappears. Due to the stagnation of the national footwear industry in recent years, it has been proposed to study the impact of a worker-company co-participation strategy to motivate the development of this sector and its employees. Business co-participation is the act of participating jointly with another to achieve the common objectives and in turn for mutual benefit, means forming a synergy between worker-company, in order to improve their indices, be they productivity, sales, profitability, income, etc. The business of this industry is the design, production and marketing of quality footwear and its vision is to be competitive in the global market and self-sufficient in our own technology, to create designs that are trend, based on this one of the objectives to achieve is to increase productivity with an adequate management of operations that efficiently manages personnel, capital, information and materials.

Keywords:

- **INDUSTRY**
- **BUSINESS CO-PARTICIPATION**
- **PRODUCTIVITY**
- **STRATEGY**
- **MULTIVARIATE MODEL**

Introducción

La industria de calzado es una de las más representativas en la provincia de Tungurahua, más del 65% de la producción nacional sale de esta provincia. En el año 2008 este sector sufrió una de las peores crisis ya que al ingresar calzado de procedencia asiática la industria casi desaparece: “En 2008 la industria del cuero y calzado nacional casi desaparece por el ingreso de calzado asiático al país. Por poco la industria queda reducida porque llegaban productos con bajos costos y era imposible competir con la producción nacional”, dijo Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional de Calzado (Caltu) (El Telégrafo, 2013).

Debido al estancamiento de la industria del calzado nacional en los últimos años y a que en el 2008 casi desaparece la industria debido al ingreso de calzado asiático, se ha propuesto estudiar la incidencia de una estrategia de coparticipación obrero-empresa para motivar el desarrollo de este sector y sus colaboradores.

La estrategia de coparticipación implementada en países como Perú, Colombia, Panamá y en muchos otros países latinoamericanos y europeos ha dado buenos resultados cuando se trata de buscar un bien común tanto para el empresario como para el obrero, dichos países observaron que no era lo mismo trabajar sin motivación que implementar estrategias que demostraran al obrero que sus intereses eran importantes y que también formaban parte de la empresa. Después de estos cambios los resultados sorprendieron haciendo que estas estrategias se propagaran a más países y sectores industriales.

Por tal motivo, hemos decidido estudiar una estrategia de coparticipación empresarial obrero-empresa, la cual pudiera ser aplicada por este o cualquier otro sector para el mejoramiento de su productividad. La aplicación de esta estrategia busca que los empleados hagan de los objetivos de la empresa los suyos mismos, mejora la motivación, aumenta el factor trabajo, reduce tiempos, ahorra materiales y la figura de empleado cambia a ser visto como una inversión y no como un costo.

CAPÍTULO I

Antecedentes

Debido a la crisis de la industria del calzado a nivel nacional, los artesanos del sector empezaron a desaparecer y las empresas a reducir personal, tal fue el caso de una de las empresas más conocidas de la ciudad de Ambato como es Milpies, que de tener 300 empleados paso a tener 60.

Es así que en el año 2015, la Ministra Coordinadora de la Producción, Empleo y Competitividad, Nathalie Cely, se reunió con los representantes de la Cámara Nacional de Calzado de Tungurahua (CALTU), para conocer el programa de apoyo al desarrollo de la industria del calzado, a través de la construcción del Polo Productivo del Sector Calzado, llamado “Ciudad Calzado”, el cual se edificaría en la entrada de la ciudad de Ambato, cuyo objetivo es la reubicación de los productores de calzado que se encuentran en el perímetro urbano, así como mejorar la producción nacional y fortalecer el empleo (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2017).

Giro del Negocio

Diseño, producción y comercialización de calzado de alta calidad en la Provincia de Tungurahua, para lo cual utilizamos como ejemplo la empresa de calzado Milpies, perteneciente al grupo Mil y que actualmente cuenta con 60 empleados.

Direccionamiento estratégico

Visión

Ser competitivos en el mercado global y autosuficiente en nuestra propia tecnología, para crear diseños trascendentes (Rodríguez Cordovilla, 2011).

Organigrama

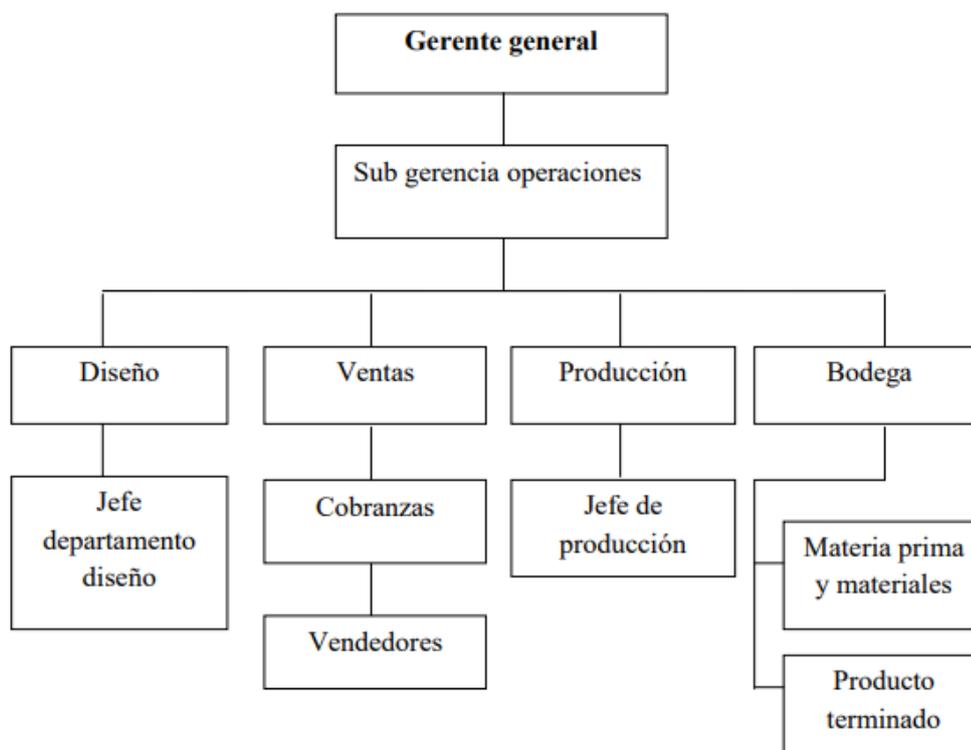


Figura 1: Organigrama Empresa MilPies

Fuente: (Rodríguez Cordovilla, 2011)

Misión

Conseguir soluciones innovadoras en el desarrollo del producto, superando las expectativas del cliente y garantizando de esta forma el constante crecimiento de la empresa (Rodríguez Cordovilla, 2011).

Aporte autoras Tesis de Grado

Propuesta de Direccionamiento estratégico

Visión

Para el año 2022, ser una de las cinco empresas líderes fabricando y comercializando calzado dentro del mercado ecuatoriano, con una coparticipación empresarial obrero-empresa óptima, que permita ser competitivos para alcanzar

estándares internacionales, satisfaciendo a clientes, empleados y accionistas, sin dejar de lado el ámbito social.

Misión

Fabricar calzado de alta calidad y diseño, con la aplicación de nuevas técnicas en los procesos de fabricación, ofreciendo a nuestros clientes un calzado moderno, confortable e innovador, que satisfagan sus expectativas.

Objetivos a Largo Plazo

- Consolidar al gremio del calzado como un fuerte ente productivo para la zona centro del país.
- Exportar productos a otros países del mundo

Objetivos a Mediano Plazo

- Optimizar los procesos de manufactura de calzado
- Capacitar a los trabajadores y empresarios del sector

Objetivos a Corto Plazo

- Mejorar el ambiente de trabajo dentro de las empresas que confeccionan calzado
- Masificar el concepto de coparticipación industrial, tanto a los empresarios como a los trabajadores.

Principios

- Integridad
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Entrega al cliente
- Superación

Políticas

- Desarrollar procesos que permitan la fabricación de un calzado de calidad y que satisfagan las necesidades de los clientes.
- Procurar un buen ambiente de trabajo que motive y comprometa a los empleados a lograr los objetivos de la empresa.

- Implementar sistemas que promuevan la mejora continua.
- Optimización de los recursos de la empresa, sean éstos financieros, técnicos, humanos, de tal forma que permitan además un aporte social, así como al medio ambiente.

Organigrama

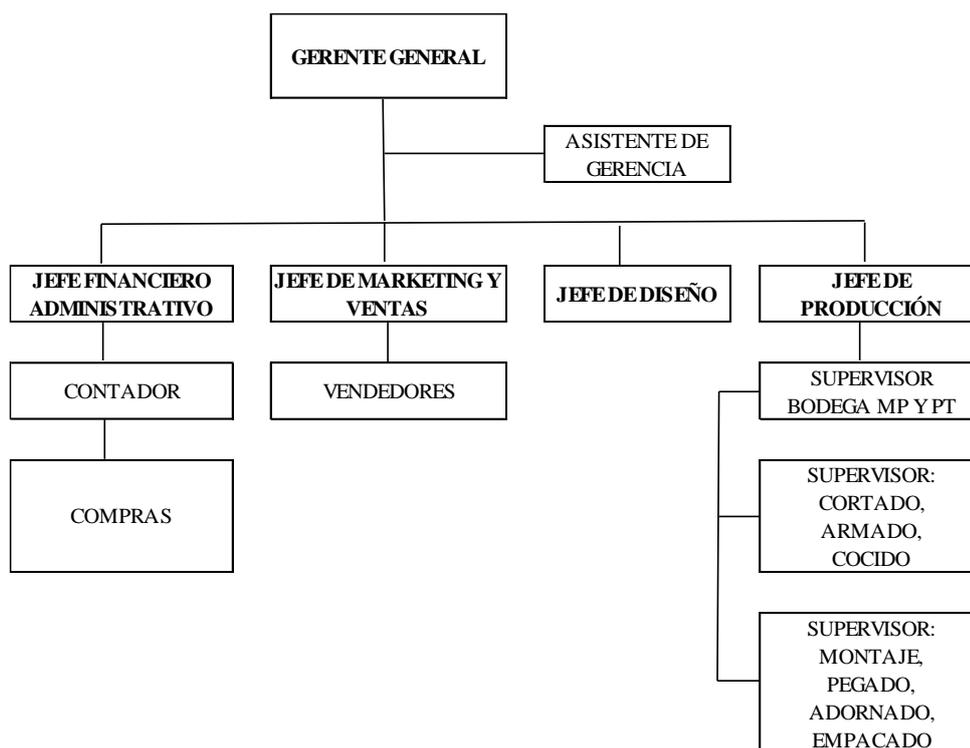


Figura 2: Organigrama propuesto para empresa MilPies

Marco teórico

Teorías de soporte:

Teorías de Coparticipación

La coparticipación es el acto de participar conjuntamente con otro para lograr el cumplimiento de objetivos en común y a su vez en beneficio mutuo, por lo tanto, la coparticipación empresarial para nuestro caso de investigación, se basa en formar una sinergia entre obrero-empresa, con el fin de mejorar sus índices, sean éstos de productividad, ventas, rentabilidad, ingresos, etc.

Es así que las Doctoras Lucia Llamazares y Margarita Alonso señalan que la articulación de mecanismos de coparticipación entre trabajadores y directivos contribuyen a crear valor en la implantación de políticas, mejora de procesos, así como a satisfacer necesidades en diversos aspectos tanto empresariales como personales (Alonso Sangregorio & Llamazares Sánchez, 2009).

Además, como mencionan Ramos, Dieguez, Rivero, Gallego en su publicación *Formas de Cooperación y sus Implicaciones Contables en un Contexto Internacional*, del año 2001, para que exista una adecuada coparticipación empresarial se deben considerar ciertos aspectos básicos, los mismos que deben estar comprendidos por sus participantes, como: la actividad o producto a desarrollar, tiempos de entrega, obligaciones, la responsabilidad de los partícipes ante terceros, la repartición entre los copartícipes de la producción, los ingresos, los gastos, así como sus resultados (Ramos Stolle, Diéguez Fernández, Rivero Fernández, & Gallego Rodríguez, 2001).

Teorías de Administración de Recursos Humanos

El manejo del recurso humano es un tema muy sensible por su propia naturaleza, de ahí que es importante conocer los mecanismos y técnicas para contar con trabajadores motivados y comprometidos para alcanzar objetivos comunes.

Teoría de Frederick Herzberg

Considerado como el pensador pionero en el tema de motivación laboral y gestión de recursos humanos, se basa en dos teorías principalmente, la de motivación y la de higiene. Su teoría de motivación afirma que ésta se da por la satisfacción de las necesidades que pueda experimentar un individuo en el plano laboral, ello dependerá de los estímulos tanto materiales como psicológicos que perciba o reciba de su entorno laboral, tales como reconocimiento económico y laboral, participación, promoción, independencia, logros, obteniendo adicionalmente placer en su sitio de trabajo, en base a la pasión, perseverancia, paciencia y disciplina. La teoría de la higiene está relacionada con el ambiente de trabajo, la supervisión, condiciones del trabajo, salario, relaciones interpersonales, seguridad laboral, entre otros aspectos, con los que se pretende incentivar un alto desempeño, basado en la confianza,

cooperación voluntaria, iniciativa, adaptabilidad a los cambios, desarrollo profesional (López, 2005).

Teoría de Abraham Maslow

Se basa en la Teoría de la Jerarquía de las necesidades la cual se fundamenta en la voluntad de satisfacer las necesidades del ser humano, mediante una fuerza interna que le impulsará a satisfacer necesidades fisiológicas, de seguridad, de aceptación, de estima y de realización personal, mismas que las irá priorizando dependiendo de la intensidad de la necesidad que requiera satisfacer en determinado momento. Tomando en cuenta además que, el orden de importancia que un individuo de a la satisfacción de sus necesidades dependerá de diversos factores como su cultura, aspectos económicos, sociales, ocupaciones, status, prestigio de su país. Todo ello aportará en menor o mayor grado en el desempeño y desarrollo de su trabajo (López, 2005).

Teorías de Administración de la Producción y Operaciones

Dentro de las teorías de Administración de la Producción y Operaciones, podemos mencionar:

Teoría de Adam Everett y Ebert Ronal

La administración de la producción y de las operaciones se basa en los objetivos o en la planeación que un gerente de operaciones se plantee, así como los procedimientos y las políticas a implementarse para alcanzarlos, mismos que deben ir acorde a las necesidades y objetivos de la empresa, en los que además se habrán considerado varios factores relacionados a la industria como el mercado y competencia; estrategia de organización que permita conocer el origen de los fondos, su retorno, la calidad del producto; implantación del sistema de operaciones de tal forma que pueda responder en cuanto al diseño y su flexibilidad al cambio, ubicación y capacidad de instalaciones, tecnología a aplicar en los procesos, capacidad de entrega, sistemas de control; administración de las operaciones de conversión en las que intervienen la calidad, la eficiencia, la cual está relacionada a las buenas relaciones con los empleados y un adecuado control del costo de mano de obra, de los materiales y uso de las instalaciones; y el programa mediante el que se establecen

los volúmenes de producción que logren satisfacer la demanda esperada, cumpliendo además con las fechas de entrega, es decir obteniendo los resultados planificados (Adam & Ebert, 1991).

Teoría de Elton Mayo

La administración de producción hoy en día plantea la necesidad de aplicar nuevos métodos de gestión, orientadas a la gestión participativa, de ahí la importancia de la motivación y la manera de dar a conocer a los trabajadores respecto a la mejora en su desempeño y aporte en los procesos de producción, los que dependerán de sus conocimientos socio-técnicos, que consideren a las maquinarias como su complemento para el desarrollo adecuado de las tareas encomendadas, mejorando su productividad, aplicando lo mejor de sus múltiples aptitudes con autocontrol y tomando, desde sus posiciones en la empresa, decisiones asertivas orientadas a obtener los mejores resultados al manufacturar un producto competitivo, de calidad, y con una actitud proactiva dispuesta a adaptarse a los cambios que la era moderna lo exige, esto es de una producción en serie a una producción flexible, o como menciona Coriat, del “fordismo” al “posfordismo”(Arnoletto, 2000).

Teorías económicas

El punto focal de esta teoría es el concepto del hombre económico, el cual orienta su comportamiento hacia la maximización de su utilidad; para ello hace un cálculo racional de las consecuencias de su comportamiento de compra. Supone que el comportamiento del consumidor individual implica siempre una elección, y éste actúa, fundamentalmente, por motivaciones económicas. Parte de la hipótesis de que el individuo posee un conocimiento completo de sus deseos y es capaz de actuar racionalmente para satisfacer sus necesidades, siendo su única motivación la maximización de la utilidad.

“Este enfoque no tiene en cuenta la estructura del proceso de toma de decisiones”(Rivera, 2011, pág. 1).

A continuación, tenemos la siguiente teoría económica:

Teoría neoclásica

De acuerdo a lo establecido por el Colegio de Bachilleres de México se considera que:

Los neoclásicos o revisionistas del clasicismo, eran por un lado los marginalistas, y por otro, los del equilibrio económico. Para los marginalistas vieneses el valor dependía de la utilidad marginal, que los bienes indirectos (bienes terminados), obtenían su valor de los bienes directos (materias primas), los ingresos que percibían los factores de la producción se venían a constituir, en los precios de estos mismos, por lo tanto estaban sometidos a leyes indirectas de los precios. Los marginalistas son pensadores que ven en el individuo el motor de la Economía. Entre estos teóricos neoclásicos se encuentran Kart Menger (1804-1914), Friedrich von Wieser (1851-1926) y Eugen Böhm-Bawerk (1851-1914); los tres de la primera escuela austriaca o psicológica remarcan el términos generales que el consumidor representa la variable más importante, y que es la utilidad de las mercancías (valor subjetivo) lo que determina su precio, y por consiguiente, las proporciones de intercambio de mercancía en el mercado(COLEGIO DE BACHILLERES DE MEXICO, 2002, pág. 34).

Tabla 1
Análisis comparativo de las Teorías de Soporte

TEORÍAS		AUTORES
Coparticipación	Las Dras. Lucia Llamazares y Margarita Alonso señalan que la articulación de mecanismos de coparticipación entre trabajadores y directivos contribuyen a crear valor en la implantación de políticas, mejora de procesos, así como a satisfacer necesidades en diversos aspectos tanto empresariales como personales.	Ramos, Dieguez, Rivero, Gallego, mencionan que para que exista un adecuada coparticipación empresarial deben considerarse aspectos básicos como la actividad o producto a desarrollar, tiempos de entrega, obligaciones, responsabilidad, repartición de la producción, ingresos, gastos, resultados.
Análisis	Según el análisis de la teoría de D ^a Lucia Llamazares y D ^a Margarita Alonso y la teoría de Ramos, Dieguez, Rivero, Gallego, la coparticipación empresarial tiene como objetivo lograr una sinergia empresarial, esto es lograr un beneficio mutuo entre trabajadores (obreros) y directivos (empresa), la misma que permita mejorar sus indicadores de procesos: de gestión, de producción, relacionados con el recurso humano y relacionados con el servicio al cliente.	
TEORÍAS		AUTORES
Administración de Recursos Humanos	Frederick Herzberg en su teoría de los dos factores, sostiene que la motivación y la higiene laboral son claves para que un ser humano sienta satisfacción o insatisfacción de sus necesidades, las cuales dependerán de los estímulos materiales y psicológicos que reciba de su entorno laboral así como de la higiene laboral, la motivación va relacionada con el ambiente de trabajo, condiciones, salario, relaciones interpersonales, desarrollo profesional, etc.	Abraham Maslow en su teoría de la jerarquía de las necesidades o más conocida como Pirámide de Maslow, trata de explicar que impulsa o motiva la conducta humana, sosteniendo que primero debe satisfacer sus necesidades básicas para luego satisfacer las necesidades de nivel superior, las cuales son influenciadas por su cultura, entorno, aspectos económicos, sociales, status, etc.

CONTINÚA 

Análisis

Según el análisis de la teoría de Frederick Herzberg y de la teoría de Abraham Maslow el manejo del recurso humano es un tema muy sensible debido a su propia naturaleza, por lo que, para lograr que una persona se desarrolle y se desempeñe adecuadamente en su ámbito laboral, primero debe satisfacer sus necesidades fisiológicas personales y luego sus necesidades superiores como las de seguridad, las sociales, las profesionales, etc., las cuales se verán influenciadas por los factores de higiene y por los factores de motivación en su entorno laboral, factores que influyen en la satisfacción o en la insatisfacción de los empleados.

TEORÍAS	AUTORES
Administración de la Producción y Operaciones	<p>Adam Everett y Ebert Ronald Elton Mayo señala que la consideran que la administración de la producción y las operaciones se aplica en los objetivos o en la planeación que un gerente de operaciones se plantee, así como de los procedimientos y políticas a implementarse, en los que se habrá considerado sistemas de control, costo de mano de obra, materiales, usos de instalaciones, volúmenes de producción, etc.</p> <p>Elton Mayo señala que la administración de la producción debe aplicar nuevos métodos de gestión, orientados a la gestión participativa, en donde, la motivación a los trabajadores influirá en su desempeño y aporte en los procesos de producción, y dependerá además de sus conocimientos socio-técnicos, permitiéndoles tomar decisiones acertadas, orientadas a obtener mejores resultados en la manufactura de un determinado producto.</p>
Análisis	<p>Según la teoría de Adam Everett y Ebert Ronald y la teoría de Elton Mayo, la administración de la producción y las operaciones es la administración de los recursos productivos de una empresa u organización, esta área se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas de producción de un determinado producto, optimizando los recursos financieros, recursos materiales y recursos humanos. Además, se busca la gestión participativa de los empleados o trabajadores, mediante la motivación, capacitación y desarrollo de sus habilidades y conocimientos profesionales.</p>

CONTINÚA 

TEORÍAS	AUTORES
Económicas	<p>El punto focal de la teoría económica de Amílcar Peredo Rivera es el concepto del hombre económico, el cual orienta su comportamiento hacia la maximización de su utilidad; para ello hace un cálculo racional de las consecuencias de su comportamiento de compra. Supone que el comportamiento del consumidor individual implica siempre una elección, y éste actúa, fundamentalmente, por motivaciones económicas.</p> <p>Los neoclásicos o revisionistas del clasicismo, eran por un lado los marginalistas, y por otro, los del equilibrio económico. Menger, Von Wieser y Böhm-Bawerk sostienen que el consumidor representa la variable más importante, y que la utilidad de las mercancías (valor subjetivo) lo que determina su precio, y por consiguiente, las proporciones de intercambio de mercancía en el mercado.</p>
Análisis	<p>Según la teoría de Amílcar Peredo Rivera y la teoría neoclásica de Menger, Von Wieser y Böhm-Bawerk, podemos determinar que las teorías económicas pretenden analizar y explicar un sistema económico, buscando un equilibrio entre oferta y demanda. Tomando en cuenta al consumidor como una de las variables más importantes, orientando su comportamiento hacia la maximización de una utilidad. El propósito fundamental de una economía es satisfacer las necesidades materiales e inmateriales de las personas como individuos.</p>

1.1.Marco referencial

En un estudio realizado por la revista científica Redalyc, publicado en España en el año 2001, los autores sostienen:

Teniendo en cuenta la naturaleza y sustancia de la coparticipación empresarial, consideramos que esta forma de proceder restringe la información sobre esta modalidad de inversión. En efecto, el rendimiento procedente de la cartera de control de la empresa se limita al registro de su rentabilidad financiera, mientras que, como ya hemos indicado, en la coparticipación empresarial no sólo existe control sobre la entidad conjunta, sino que también ésta, además de constituirse sin ánimo de lucro para sí misma, desarrolla una actividad auxiliar o complementaria de la de sus socios

afectándoles, por lo tanto, a la situación patrimonial y a los resultados de explotación de cada uno de ellos. Ante esta realidad se hace necesaria la integración de estados contables, por lo que se puede asimilar la coparticipación a la formación de un grupo de sociedades que requiere consolidación mediante alguno de los procedimientos previstos a tales efectos (Ramos Stolle, Diéguez Fernández, Rivero Fernández, & Gallego Rodríguez, 2001).

El estudio académico, realizado en Colombia en el año 2012, determina que la coparticipación aplicada a cualquier ámbito apoya al desarrollo económico y social, ante lo cual manifiesta:

Uno de los problemas identificados en las microempresas se refiere a la falta o baja asistencia gubernamental en las iniciativas de crear empresa. Por esto, la Academia y las universidades están llamadas a cubrir estas falencias y, en consecuencia, deben proponer iniciativas y programas de coparticipación con el sector empresarial y con el Estado que permitan crear redes de apoyo, unidades de apoyo a la gestión innovadora y de emprendimiento con participación de los tres actores que permitan aprovechar estas iniciativas por medio de una estructura flexible y eficiente y convertirse en punta de lanza que posibilite que estas iniciativas ya maduras se conviertan en otro eslabón en la maquinaria propuesta por el Estado para permitir el desarrollo económico y social del país.

Estas unidades productivas y su creación se ven claramente influenciadas por el entorno y las circunstancias particulares que determinan esta creación (Cabrera Moya & Hastamory Rubiano, 2012).

Tabla 2
Análisis comparativo de las Teorías Referenciales

REVISTA CIENTIFICA REDALYC, ESPAÑA 2001	ESTUDIO ACADÉMICO, COLOMBIA 2012
<p>Teniendo en cuenta la naturaleza y sustancia de la coparticipación empresarial, consideramos que esta forma de proceder restringe la información sobre esta modalidad de inversión. En efecto, el rendimiento procedente de la cartera de control de la empresa se limita al registro de su rentabilidad financiera, mientras que, como ya hemos indicado, en la coparticipación empresarial no sólo existe control sobre la entidad conjunta, sino que también ésta, además de constituirse sin ánimo de lucro para sí misma, desarrolla una actividad auxiliar o complementaria de la de sus socios afectándoles, por lo tanto, a la situación patrimonial y a los resultados de explotación de cada uno de ellos. Ante esta realidad se hace necesaria la integración de estados contables, por lo que se puede asimilar la coparticipación a la formación de un grupo de sociedades que requiere consolidación mediante alguno de los procedimientos previstos a tales efectos. (Ramos Stolle, Diéguez Fernández, Rivero Fernández, & Gallego Rodríguez, 2001).</p>	<p>Uno de los problemas identificados en las microempresas se refiere a la falta o baja asistencia gubernamental en las iniciativas de crear empresa. Por esto, la Academia y las universidades están llamadas a cubrir estas falencias y, en consecuencia, deben proponer iniciativas y programas de coparticipación con el sector empresarial y con el Estado que permitan crear redes de apoyo, unidades de apoyo a la gestión innovadora y de emprendimiento con participación de los tres actores que permitan aprovechar estas iniciativas por medio de una estructura flexible y eficiente y convertirse en punta de lanza que posibilite que estas iniciativas ya maduras se conviertan en otro eslabón en la maquinaria propuesta por el Estado para permitir el desarrollo económico y social del país.</p> <p>Estas unidades productivas y su creación se ven claramente influenciadas por el entorno y las circunstancias particulares que determinan esta creación. (Cabrera Moya & Hastamory Rubiano, 2012).</p>
Análisis	
<p>Los estudios científicos realizados tanto en España como en Colombia, respecto a la coparticipación empresarial, manifiestan que se hace necesario, en el un caso, cuando existe inversión en otras empresas, la integración de estados contables con el fin de tener un control sobre las entidades en conjunto, su situación patrimonial y sus resultados, lo que permitirá la coparticipación y consolidación de un grupo de sociedades empresariales; en tanto que el estudio realizado en Colombia, incita a la coparticipación del sector empresarial con el Estado, a fin de crear redes de apoyo a través de estructuras flexibles y eficientes, que permitan apoyar las iniciativas y emprendimientos por determinados grupos, lo cual aportará para el desarrollo económico y social del país.</p>	

1.2.Marco conceptual

Con la finalidad de plantear un esquema conceptual que permita orientar esta investigación, se mencionan los siguientes conceptos que son parte de nuestro tema de estudio:

Incidencia

Se define como: “acción y consecuencia de incidir o repercutir. Definiendo a incidir como causar una cosa efecto sobre otra; toca una cosa la superficie de otra; efectuar una persona un error o una incorrección.

Ocurre en el desarrollo de una circunstancia o acción con la que tiene relación, pero sin constituir parte esencial de la misma; influencia o repercusión.” (Diccionario Actual, 2017).

Otra definición de incidencia es que se refiere a un hecho o situación que acontece mientras está sucediendo otra, y que está relacionada a ella y puede verse influenciada en sus resultados(De conceptos, 2017).

Estrategia

Según el glosario de términos empresariales estrategia es “un conjunto de acciones estructuradas que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, en nuestro caso para conseguir alcanzar nuestros objetivos en el ejercicio de la profesión. Para poder llevar a cabo dichas acciones se sirve de herramientas tales como el Marketing o la Planificación Financiera, así como lo hace con muchos otros conocimientos y técnicas.” (Quintana, 2010).

Otro concepto dice que: “Estrategia es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación.

Una estrategia comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.” (7Graus, 2017).

Coparticipación empresarial

El Diccionario de la Real Academia Española, señala que coparticipación es la “Acción de participar a la vez con otro en algo” (Real Academia Española, 2017).

La coparticipación empresarial es el acto de participar conjuntamente con otro para lograr el cumplimiento de objetivos en común y a su vez en beneficio mutuo, significa formar una sinergia entre obrero-empresa, con el fin de mejorar sus índices, sean éstos de productividad, ventas, rentabilidad, ingresos, etc.

Se conceptualiza como coparticipación empresarial a: “Un enfoque participativo de la gestión de la formación. Lo cual permite una aportación más amplia y eficaz de las partes interesadas y está ligado íntimamente a la existencia de una cultura de la participación y a la percepción de que la colaboración es beneficiosa para unos y otros.” (Oficina Internacional del Trabajo, 1998).

Obrero

Se define como una persona que realiza un trabajo manual o bien que requiere esfuerzo físico y es contratada por otra, para desempeñarse en la industria o en el sector de la construcción. En el ámbito industrial se los conoce también como operarios, cuyo objetivo principal es llevar a cabo la producción de un determinado producto. (Definición ABC, 2010)

Se señala también que obrero es “aquella persona que desempeña un cargo determinado realizando actividades importantes y dado a eso recibe un salario a cambio, hay que tener presente que un trabajador es una persona con mayoría de edad que está legalmente habilitado para prestar un servicio, ya sea a una persona o empresa. La palabra obrero es sinónimo de trabajador, aunque en los últimos años éste último sea el más usado.” (Definicionyque.es, 2017).

Empresa

Una empresa se puede definir “como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios.” (Debitoor, 2017).

Se define como: “una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.”(Thompson, 2017).

Industria de calzado

Definida como un conjunto de actividades relacionadas al diseño, fabricación, distribución, comercialización y venta, de un producto para ser utilizado en el pie, en el que se pueden utilizar varios materiales y diferentes tipos de cuero.

La industria del calzado se puede conceptualizar como una actividad económica que se encarga de convertir las materias primas en un producto terminado, como el del calzado, donde están implicados además recursos naturales, humanos y económicos, con el fin de satisfacer las necesidades de la sociedad y a su vez obtener rentabilidad por la inversión realizada. (Definición.Mx, 2017)

Modelo multivariable

Se define como modelo multivariante al “conjunto de métodos estadísticos cuya finalidad es analizar simultáneamente conjuntos de datos multivariantes en el sentido de que hay varias variables medidas para cada individuo ú objeto estudiado”. (Salvador Figueras, 2000).

Otra definición del análisis multivariante expuesto por Ximénez y San Martín Castellanos indica que es “el conjunto de técnicas estadísticas que analizan simultáneamente más de dos variables...”. “Otros autores afirman que el propósito del análisis multivariante es medir, explicar y predecir el grado de relación entre una (o más de una) combinación lineal de variables con saturaciones calculadas a través de la técnica multivariante utilizada”. (Ximénez Gómez & San Martín Castellanos, 2013).

CAPÍTULO II

Estudio del Mercado

2.1.Fase cualitativa

En la fase cualitativa se pretende determinar diversos aspectos del comportamiento humano, establecer sus preferencias, pero sobre todo determinar el problema objeto de este estudio, así como delimitar el campo de investigación (Mantilla Vargas, 2015).

2.1.1. Problema Objeto de Estudio

Problema: Disminución del nivel de productividad y ventas en las industrias del sector calzado de la provincia de Tungurahua.

Población de estudio: Industrias de calzado de la provincia de Tungurahua.

Muestra: Industrias de calzado formal, casual y deportivo de la provincia de Tungurahua.

Marco muestral:Listado de las industrias de calzado formal, casual y deportivo de la ciudad de la provincia de Tungurahua:

Plasticaucho

Calzado MilPies

Calzado Torino

Calzado Bull International

Calzado Hércules

Grupovin-Calzado D´alexis

Calzado Cáceres

Calzado Hidalgo-Higuer

Calzado Fabeth

Calzado Luigi Valdini

Calzado Paul's

Fábrica de Calzado Joshep´s Marc

Creaciones Pazmiño

Calzado Valentino

Calzado Vecachi

Calzado Daorb

Lady Rose

Pantuflas Hcm original

DOCE

Calzado Buffalo

Emicalza

Unidad muestral: Industrias de calzado casual de los cantones Ambato y Cevallos:

Plasticaucho

Calzado MilPies

Calzado Torino

Calzado Bull International

Calzado Hércules

Grupovin-Calzado D´alexis

Calzado Fabeth

Calzado Cáceres

Calzado Hidalgo-Higuer

Calzado Luigi Valdini

Calzado Paul's

Fábrica de Calzado Joshep´s Marc

Creaciones Pazmiño

Calzado Valentino

Calzado Vecachi

Lady Rose

DOCE

Emicalza

Unidad de análisis: Encuesta y observación.

Unidad de observación: Calzado casual:

Calzado MilPies

Calzado Torino

Calzado Bull International

Grupovin-Calzado D'alexis

Calzado Cáceres

Calzado Luigi Valdinì

Calzado Paul's

Fábrica de Calzado Joshep's Marc

Creaciones Pazmiño

Calzado Valentino

Calzado Vecachi

Lady Rose

DOCE

Emicalza

2.1.2. Necesidad

Conocer porqué ha disminuido el nivel de productividad y ventas en la industria del calzado de la provincia de Tungurahua, y determinar la necesidad de aplicar una estrategia de coparticipación empresarial obrero-empresa.

2.1.3. Justificación

A partir del año 2010 el sector del calzado en la provincia de Tungurahua empezó a reactivarse debido a la aplicación del arancel mixto que impuso el Gobierno, sin embargo, se requiere determinar los factores que inciden en la disminución del nivel de productividad y ventas en la mayoría de industrias de este sector y que van relacionados a la aplicación de la estrategia de coparticipación empresarial obrero-empresa.

2.1.4. Propósito

Analizar la situación que atraviesan las industrias del sector calzado de la provincia de Tungurahua, respecto a la mano de obra, los incentivos y motivación percibidos por el recurso humano, los cuales influyen directamente en la

productividad y compromiso para el crecimiento de estas industrias, a fin de plantear la estrategia de coparticipación empresarial obrero-empresa que permita lograr beneficios mutuos.

2.1.5. Definición del Problema

La disminución del nivel de productividad y ventas en las industrias del sector calzado de la provincia de Tungurahua, es un problema que merece ser investigado, tomando en cuenta que a principios del año 2008 la industria sufrió una de las peores crisis ya que la competencia extranjera provocó la disminución de las ventas y desde entonces las empresas de este sector no han podido mejorar sus índices de productividad, a la vez que muchas de estas han optado por disminuir su personal y cambiar su razón social para reactivarse.

2.1.6. Objetivos

Objetivo General

Determinar la incidencia de la estrategia empresarial de coparticipación obrero-patrono en el crecimiento económico del sector del calzado en la provincia de Tungurahua.

Objetivos Específicos

OE1: Conocer si empresarios y obreros están dispuestos a aplicar la estrategia de incentivos empresariales.

OE2: Conocer el promedio de ventas mensual.

OE3: Determinar de dónde provienen y cómo garantizan los insumos y materias primas para la fabricación de zapatos.

OE4: Determinar el aporte de empleados y patrono para la empresa.

2.1.7. Hipótesis

La aplicación de la estrategia de coparticipación empresarial obrero-empresa permitirá que los niveles de productividad y ventas del sector calzado de la provincia de Tungurahua, aporten en el crecimiento económico de la empresa.

2.1.8. Ética del Investigador

La información y los datos que se obtengan producto de esta investigación, serán tratados exclusivamente para fines académicos, así como con la confidencialidad y transparencia, que nuestra universidad y sus reglamentos lo contemplan y nos inculcan.

2.2.Fase metodológica

2.2.1. Tipo de Investigación

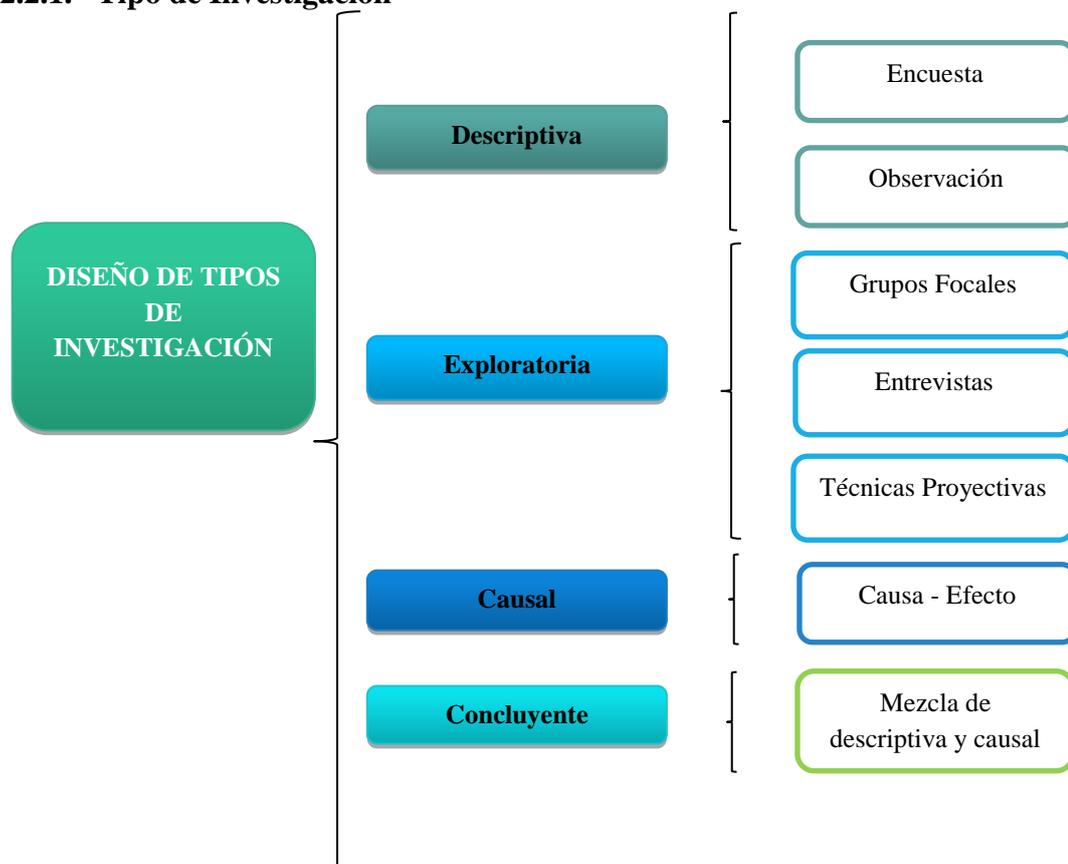


Figura 3: Tipos de Investigación

Fuente: (Mantilla Vargas, 2015).

El tipo de investigación que consideramos en el presente estudio es la investigación descriptiva o también conocida como investigación diagnóstica, puesto que permite llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos

y personas, utilizando preguntas del cómo, dónde, cuándo, porqué, etc. (Mantilla Vargas, 2015).

Es así que, al aplicar la investigación descriptiva en nuestro estudio, pretendemos identificar la incidencia de la estrategia empresarial de coparticipación obrero-empresa en las industrias del sector calzado de la provincia de Tungurahua, tabulada, analizada y puesta a disposición de este sector.

Siendo la encuesta una técnica que busca la obtención de datos de varias personas cuyas opiniones son de interés para el investigador, es importante se tomen en cuenta las siguientes características:

- Las preguntas planteadas deben estar relacionadas con los objetivos generales y específicos del estudio.
- Contener de 10 a 12 preguntas
- Contener medidas de escala: ordinales, nominales, intervalo, razón.

Requisitos para realizar una encuesta

- Dentro de algunos de los requisitos que se deben tomar en cuenta para que la realización de una encuesta tenga éxito, tenemos:
- Definir correctamente la población de estudio a la que se refiere la encuesta
- La muestra sea representativa en relación a la población y deberá detallarse el método de muestreo utilizado para seleccionar la muestra.
- Los encuestados tengan disponibilidad y disposición para contestar la encuesta.
- Las preguntas sean en un lenguaje sencillo de tal forma que sean comprendidas por los encuestados.
- Que los encuestados tengan conocimientos, opiniones y actitudes.
- Emplear los términos que contengan los puntos que los entrevistados deban aportar.

2.2.2. Técnica de Muestreo.



Figura 4. Técnicas de Muestreo

Fuente: (Mantilla Vargas, 2015).

En la presente investigación utilizamos la técnica de muestreo probabilístico con el método de muestreo estratificado, el cual consiste en dividir a la población en diferentes subgrupos o estratos, y que puede basarse en una amplia variedad de características o atributos de la población tales como: edad, género, ocupación, nivel socioeconómico entre otros. Esto permite mejorar la muestra a ser seleccionada y disminuir las posibilidades de error.

Características muestreo estratificado:

- La población debe ser grande
- La formación de estratos se puede realizar a través de:
 - Estratificación igual
 - Estratificación arbitraria
 - Estratificación óptima
 - Estratificación proporcional
 - Estratificación distribución frecuencias

Para nuestro estudio utilizaremos la estratificación arbitraria, en la cual la población se la clasificará en cuatro estratos, basados en el número de productores y trabajadores de cuatro parroquias urbanas y rurales de la provincia de Tungurahua.

2.2.3. Determinación del Tamaño de la Muestra.

La determinación del tamaño de una muestra es clave dentro del método científico, puesto que de ella depende el grado de validez, credibilidad y representatividad que se concederán a los resultados obtenidos. El tamaño de la muestra estará delimitado por los objetivos de la investigación, las características de la población, así como de los recursos de los que se dispone.

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza una fórmula de acuerdo con el tipo de población, sea esta finita e infinita, que para nuestra investigación utilizaremos la fórmula para la población finita, puesto que se conoce el número de elementos que tiene la población:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2 N + Z^2 \times P \times Q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

N = Universo o población

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

e = Error de estimación (estima la precisión necesaria y determina el tamaño de muestra más adecuado).

Para nuestro caso la población a estudiar está conformada por las industrias de calzado de la provincia de Tungurahua. Para determinar el tamaño de la población nos basamos en los resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda del Ecuador realizado por el INEC(INEC, 2010), así como la publicación de la Cámara de Industrias de Tungurahua(CAMARA DE INDUSTRIAS DE TUNGURAHUA (CIT), 2016):

- Población de la provincia de Tungurahua: 581.389 habitantes
- Población Económicamente Activa (PEA) de 10 años en adelante: 65.8%
- Con este porcentaje obtenemos na PEA de: 382.553,96 personas
- PEA que corresponde al sector manufacturero: 20.60%
- Esto quiere decir que hay una población de 78.806,12
- Personas que se encuentra en el sector cuero y calzado dentro de las grandes, medianas, pequeñas y microempresas, según la clasificación del INEC(INEC, 2014): 43%.
- Lo cual nos da como resultado una población (N) de: 33.886,63.

Una vez que hemos determinado la población (N), es necesario establecer los porcentajes de la probabilidad de éxito (P) y la probabilidad de fracaso (Q), a fin de aplicarla en la correspondiente fórmula y obtener el tamaño de la muestra, lo que nos permitirá realizar el número de encuestas correspondientes a los empleados de la unidad de observación mencionada en este estudio.

Cabe mencionar que, se realizarán también encuestas a los empresarios de la unidad de observación para evitar el sesgo de la información.

A la encuesta que va dirigida a los trabajadores se aplica la matriz de operacionalización de variables conforme a la siguiente tabla:

Tabla 3

Matriz de Medidas de Escala Aplicada a la Encuesta de Trabajadores

Pregunta	Alternativas de Respuesta	Medidas de Escala	Objetivos
1.¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?	Si No	Ordinal	OE4
2.¿Le gustaría tener una coparticipación ud. como obrero y la empresa?	Si No Tal vez	Ordinal	OE1,OG
3.¿Cree usted que al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?	Si No	Ordinal	OE4, OG

CONTINÚA 

Pregunta	Alternativas de Respuesta	Medidas de Escala	Objetivos
11. Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en:	Ventas Producción Puntualidad	Nominal	OE1, OE4
12. ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?	Cuidando y no desperdiciando la materia prima. Realizando un producto de calidad. Entregando puntualmente los pedidos.	Nominal	OE1, OE4
13. ¿Sabe usted de donde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?	Elaboración propia. Compra en almacenes. Alianzas estratégicas con otras empresas.	Nominal	OE3

2.2.3.1. Requisitos de la prueba piloto

La prueba piloto o encuesta piloto tiene como fin determinar si el cuestionario está bien estructurado y las preguntas planteadas son claras y entendibles por la mayoría de los encuestados, para ello se la pondrá en práctica a 15 personas.

A partir de la prueba piloto se determinará la pregunta filtro con la cual se podrán identificar las probabilidades de éxito (P) y de fracaso (Q), y aplicarla al tamaño de la muestra.

2.2.3.2. Análisis de la prueba piloto

La prueba piloto fue aplicada a 15 trabajadores de la empresa de calzado Bull International, ubicada en la ciudad de Ambato de quienes se pudo extraer los resultados que se muestran a continuación:

Pregunta 1:

¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?

Si

No

La primera pregunta fue bien entendida por los encuestados y arrojó respuestas positivas en 10 de los 12 encuestados, por lo que esta pregunta se la mantiene sin ningún cambio para la siguiente fase investigativa.

Pregunta 2:

¿Le gustaría tener una coparticipación usted como obrero y la empresa?

Si

No

Tal vez

Esta pregunta no tuvo el resultado esperado, puesto que no fue entendida por ninguno de los trabajadores encuestados, por lo que se decide cambiar la pregunta por la siguiente:

¿Cree usted que, al implementar un método de coparticipación, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?

Si

No

Tal vez

Pregunta 3:

¿Cree usted que al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?

Si

No

La pregunta tres fue perfectamente entendida por los 12 encuestados, por lo que se mantiene para la próxima aplicación del instrumento

Pregunta 4:

¿La empresa les proporciona incentivos?

Siempre

Casi siempre

Nunca

Esta pregunta fue entendida por 11 de los 12 encuestados. Un trabajador pidió aclaración respecto a qué tipo de incentivos nos referimos. Se mantiene la pregunta para la siguiente fase de aplicación.

Pregunta 5:

¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?

Menos de 1000 pares

De 1000- 2000 pares

De 2001-4000 pares

Más de 4000 pares

La pregunta cinco fue claramente entendida por todos los trabajadores encuestados. Independientemente del conocimiento respecto al rango de producción. Por lo tanto, a esta pregunta no se realiza ninguna modificación y permanece para la siguiente fase investigativa.

Pregunta 6:

¿Cumple con el trabajo asignado de producción?

Siempre

Casi siempre

Nunca

Pregunta 7:

¿Los ingresos y egresos de su empresa están:

- Igual
- Se incrementaron
- Disminuyeron

Esta pregunta solo fue entendida por 8 de los 12 trabajadores encuestados, los demás no entendieron el término egresos, por lo que se modifica la pregunta por la siguiente:

¿La producción de la empresa respecto a otros años es?

- Igual
- Se incremento
- Disminuyó

Preguntas desde la 8 hasta la 13: fueron entendidas y fácil su llenado por el 100% de los trabajadores encuestados, razón por la cual no requieren modificaciones para la siguiente fase de aplicación:

Pregunta 8:

¿La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

Pregunta 9:

¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

Pregunta 10:

¿Su sueldo más incentivos está en?

- Entre 1-375 \$
- Entre 375-750 \$
- Entre 751-1125 \$
- Más de 1125 \$

Pregunta 11:

¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento de?

- Ventas
- Producción
- Puntualidad

Pregunta 12:

¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?

- Cuidando y no desperdiciando la materia prima
- Realizando un producto de calidad
- Entregando puntualmente los pedidos

Pregunta 13:

¿Sabe usted de donde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?

- Elaboración propia
- Compra en almacenes
- Alianzas estratégicas con otras empresas

Pregunta filtro:

Para desarrollar la presente encuesta y determinar la probabilidad de éxito (P) y la probabilidad de fracaso (Q) se analizó la pregunta número tres (3) de la encuesta, como pregunta filtro:

¿Cree usted que, al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?

Si

No

Para lo cual se encuestó a 15 personas, frente a lo que respondieron:

Si = 80%; P = 0,80

NO = 20%; Q = 0,20

Determinación del tamaño de la muestra:

Datos

N = 33886,63

Error muestra (e) = 0,05

Probabilidad de éxito (P) = 0,80

Probabilidad de fracaso (Q) = 0,20

Valor Z asociado al nivel de confianza = 1,96.

Se aplica a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2 N + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(33886.63)(0,80)(0,20)}{(0,05)^2(33886.63) + (1,96)^2(0,80)(0,20)}$$

n = 244 encuestas

Afijación de la muestra: $nh = n \frac{NH}{N}$

NH₁: Ambato = 26.921,93

NH₂: Cevallos= 1.738,38

NH₃: Quisapincha = 2.639,77

NH₄: Tisaleo = 2.586,55

$$nh = 244 \frac{26921.93}{33886.63}$$

$$nh1 = 193.85 \approx 194$$

$$nh = 244 \frac{1738.38}{33886.63}$$

$$nh2 = 12.51 \approx 12$$

$$nh = 244 \frac{2639.77}{33886.63}$$

$$nh3 = 19 = 19$$

$$nh = 244 \frac{2586.55}{33886.63}$$

$$nh4 = 18.62 \approx 19$$

$$nh1 + nh2 + nh3 + nh4 = 194 + 12 + 19 + 17 = 244$$

ENCUESTA FINAL

APLICADA A LOS TRABAJADORES EN LAS INDUSTRIAS DEL SECTOR CALZADO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Encuesta propuesta por las Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas
para el Proyecto de Tesis:

1: ¿La empresa les proporciona incentivos?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

2. ¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?

- Si
- No

3. ¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en?

- Ventas
- Producción
- Puntualidad

4. ¿Su sueldo más incentivos está en?

- Entre 1-375 \$
- Entre 375-750 \$
- Entre 751-1125 \$
- Más de 1125 \$

5. ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?

- Cuidando y no desperdiciando la materia prima
- Realizando un producto de calidad
- Entregando puntualmente los pedidos

6. ¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?

- Elaboración propia
- Compra en almacenes
- Alianzas estratégicas con otras empresas

7. ¿Cree usted que, al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?

- Si
- No

8. ¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?

- Menos de 1000 pares
- De 1000- 2000 pares
- De 2001-4000 pares
- Más de 4000 pares

9. ¿Cumple usted con el trabajo asignado de producción?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

10. ¿La producción de la empresa respecto a otros años es?

- Igual
- Se incrementó
- Disminuyó

11. ¿La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

12. ¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

13. ¿Cree usted que, al implementar un método de coparticipación, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?

- Si
- No
- Tal vez

¡Gracias por su colaboración!

2.2.4. Trabajo de Campo

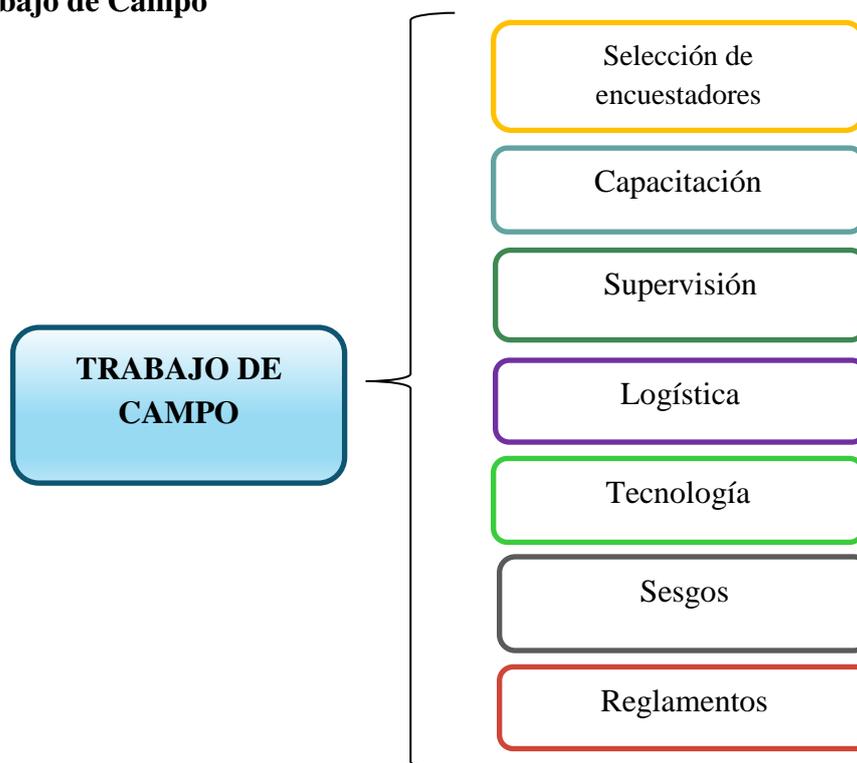


Figura 5:Proceso para realizar el trabajo de campo

Fuente:(Mantilla Vargas, 2015).

2.2.4.1. Selección de encuestadores

Las encuestadoras seleccionadas para este trabajo de investigación somos las autoras de este estudio.

2.2.4.2. Capacitación

Las autoras recibimos la materia de Investigación de Mercados, impartida por nuestro Tutor, conocimientos sobre los cuales basaremos nuestra investigación.

2.2.4.3. Supervisión

El trabajo de investigación fue supervisado por nuestro Tutor, Ing. Farid Mantilla.

2.2.4.4. Logística

Las autoras nos desplazamos al lugar utilizando nuestro propio vehículo, los insumos fueron desarrollados en nuestras computadoras portátiles en donde fueron

elaborados los formularios de las encuestas y procedimos a sacar 244 copias de las encuestas para aplicar las mismas.

2.2.4.5. Tecnología

Para el desarrollo de este estudio utilizamos nuestras computadoras portátiles y además la utilización del paquete estadístico SPSS, con el cual nos apoyamos para realizar los respectivos análisis.

2.2.4.6. Sesgos

Para evitar los sesgos se aumentó el tamaño de la muestra, así como también a medida que desarrollamos las encuestas, fuimos perfeccionando su proceso, por lo que procedimos a llenarlas nosotras mismas, para así evitar que llenen de diferente manera o incompletas.

2.2.4.7. Reglamentos

Nos basamos en los reglamentos y normativa vigente de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, en los que se determina la ética, transparencia, responsabilidad y confidencialidad, con la que será manejada la información obtenida, de igual modo las empresas investigadas solicitaron reserva y confidencialidad con los datos proporcionados.

Análisis Univariado

PREGUNTA 1

¿La empresa le proporciona incentivos?

Tabla 4

Tabulación pregunta 1

¿La empresa le proporciona incentivos?		
	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	88	35.3
CASI SIEMPRE	120	48.2
NUNCA	41	16.5
Total	249	100.0

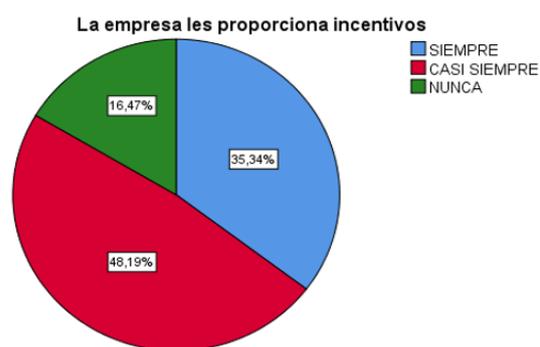


Figura 6. Gráfico pregunta 1

Análisis Ejecutivo: En la pregunta 1 ¿La empresa les proporciona incentivos?, los trabajadores encuestados manifestaron en un 48,19% que casi siempre la empresa donde trabajan les ofrecen incentivos, lo que nos indica que la mayoría de estas empresas emplean una cultura motivacional y que consideran al capital humano parte de su empresa, lo cual aporta además en una mejor productividad y cumplimiento con las metas de producción planteadas por los dueños de las empresas.

Análisis Comparativo: Según Ramón E. Ynfante T. en su artículo “Los incentivos y la motivación laboral”, publicado el 26 de noviembre de 2008, señala que aplicar incentivos a la productividad es provechoso para que los empleados aceleren e incrementen su ritmo de producción, manteniendo la calidad, puntualidad, ahorro de materiales, lo que concuerda con nuestra investigación y los resultados obtenidos (Ynfante T., 2008).

PREGUNTA 2

¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?

Tabla 5

Tabulación pregunta 2

¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	244	98.0
NO	5	2.0
Total	249	100.0



Figura7: Gráfico pregunta 2

Análisis Ejecutivo: En la pregunta 2 ¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?, los encuestados manifestaron en su gran mayoría que se encuentran satisfechos, lo que determina que el clima laboral en la empresa es muy bueno y hace que el trabajador se sienta motivado en su jornada diaria.

Análisis Comparativo: En el artículo de Adecco, publicado en noviembre del 2014, reporta que el 55.40% de investigados dicen sentirse a gusto en su trabajo, lo que, al comparar con la encuesta realizada en días anteriores sobre la misma pregunta, se evidencia un crecimiento en cuanto a las personas que se sienten a gusto en su empresa, lo que ratifica los resultados de nuestra investigación (Adecco, 2014).

PREGUNTA 3

¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en?

Tabla 6

Tabulación pregunta 3

¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en?		
	Frecuencia	Porcentaje
Ventas	35	14.1
Producción	169	67.9
Puntualidad	45	18.1
Total	249	100.0

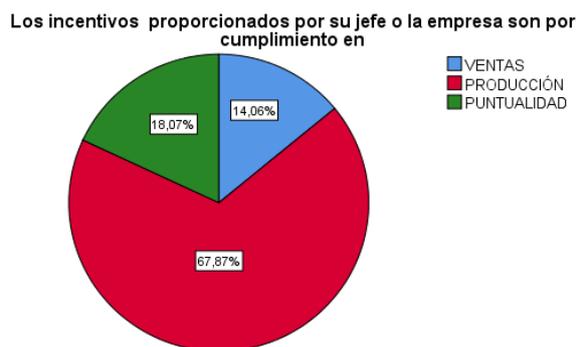


Figura 8: Gráfico pregunta 3

Análisis Ejecutivo: En el procesamiento estadístico de las respuestas a la pregunta 3 ¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en?, los encuestados manifestaron en un 67,87% que si reciben incentivos basados en la producción, porcentaje que se concentra en esta área, debido al número de trabajadores que se desempeñan en este proceso de fabricación. Siendo además, un factor importante a considerar en nuestro estudio, por la incidencia que tiene este grupo de trabajadores en la estrategia de coparticipación empresarial obrero-empresa.

Análisis Comparativo: Ramón E. Ynfante T. en su artículo publicado el 26 de noviembre de 2008: “Los incentivos y la motivación laboral”, coincide con los resultados de nuestra investigación, al mencionar que los incentivos son muy provechosos, especialmente cuando se requiere acelerar el ritmo de producción y elaboración de un número mayor de unidades de producto, con la misma calidad y respectiva optimización de recursos(Ynfante T., 2008).

PREGUNTA 4

¿Su sueldo más incentivos está entre?

Tabla 7

Tabulación pregunta 4

¿Su sueldo más incentivos está entre?		
	Frecuencia	Porcentaje
US\$ 1- 375	161	64.7
US\$ 376-750	88	35.3
Total	249	100.0

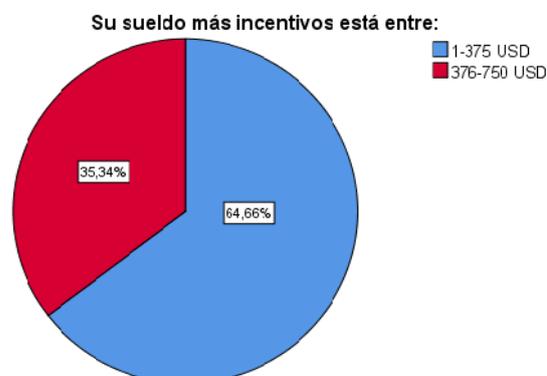


Figura 9: Gráfico pregunta 4

Análisis Ejecutivo: Al analizar los resultados de la pregunta 4 ¿Su sueldo más incentivos está entre?, los trabajadores respondieron en un 64.66% que perciben el sueldo básico, esto es que se encuentran en la escala de USD 1 a USD 375,00 más beneficios de ley, mientras que un 35,34% perciben un sueldo más incentivos ubicados en la escala de USD 376,00 a USD 750,00, lo que depende en algunos casos de las funciones que desempeñan y en otros por las horas extras trabajadas.

Análisis Comparativo: En la publicación del diario la Hora del 8 de mayo del 2008, Néstor Muñoz, Director de la Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua (CAPIT), manifiesta que frente a la falta de incentivos, así como el otorgamiento de créditos al sector empresarial, se dificulta producir más para sustentar un incremento a los salarios (La Hora, 2008), lo cual respalda nuestra investigación del porqué un 64.66% de trabajadores no percibe sueldos mayores a los USD.375, 00.

PREGUNTA 5

¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?

Tabla 8

¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?		
	Frecuencia	Porcentaje
Cuidando y no desperdiciando la materia prima	32	12.9
Realizando un producto de calidad	154	61.8
Entregando puntualmente los pedidos	63	25.3
Total	249	100.0

Tabulación pregunta 5



Figura 10: Gráfico pregunta 5

Análisis Ejecutivo: En la pregunta 5 ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?, la mayoría de los trabajadores encuestados consideran que realizando un producto de calidad pueden aportar con la empresa para que sea mejor que la competencia, el 25,30% opinan que pueden realizar este aporte entregando puntualmente los pedidos, mientras que un 12,85% señalan que pueden aportar cuidando y no desperdiciando la materia prima. En todo caso se puede determinar que los trabajadores de este sector, tienen buena disposición y están conscientes que su aporte en el proceso de producción es importante.

Análisis Comparativo: En el Boletín del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ambato) del 21 de julio de 2016, recalca que la ciudad de Ambato es un referente en la producción de calzado de calidad, así como el interés del consumidor nacional en obtener un producto de alta calidad; lo cual coincide y se demuestra en los resultados de nuestra investigación (GAD, 2016).

PREGUNTA 6

¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?

Tabla 9

Tabulación pregunta 6

¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?		
	Frecuencia	Porcentaje
Elaboración propia	31	12.4
Compra en almacenes	176	70.7
Alianzas estratégicas con otras empresas	42	16.9
Total	249	100.0

Sabe usted de donde provienen los insumos y materias primas de su trabajo

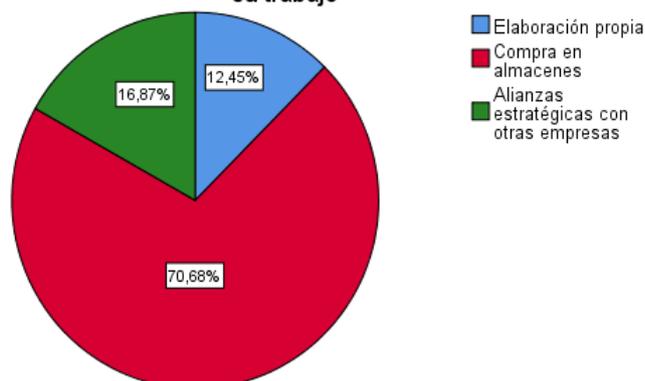


Figura 11: Gráfico pregunta 6

Análisis Ejecutivo: En el análisis de la pregunta 6 ¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?, los encuestados manifestaron en un 70.68% que la provisión de los insumos y materias primas proviene de la compra en almacenes, lo que nos permite establecer que los trabajadores se encuentran involucrados en el proceso de fabricación del producto.

Análisis Comparativo: En el Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES, de la Flacso publicado el 30 de agosto de 2012, se menciona que, en la provisión de insumos para el proceso productivo, se utilizan diversos mecanismos entre los que se considera principalmente la compra a un proveedor sea éste local o extranjero (importación), y dependerá de la calidad, precio y plazo de entrega que ofrezcan, lo cual respalda los resultados de esta investigación (FLACSO-MIPRO, 2012).

PREGUNTA 7

¿Cree usted que al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?

Tabla 10

Tabulación pregunta 7

¿Cree usted que al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	249	100.0
Total	249	100.0

Cree usted que al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral



Figura 12: Gráfico pregunta 7

Análisis Ejecutivo: En el desarrollo de la investigación de la pregunta 7 ¿Cree usted que al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?, los trabajadores encuestados respondieron en un 100% afirmativamente, lo que nos permite determinar que, las personas se sienten más comprometidos con la empresa al percibir que tienen estabilidad laboral, y procuran cuidar y optimizar las materias primas, insumos y en general todos los recursos de la empresa, en sus labores diarias.

Análisis Comparativo: Según Félix Socorro Márquez en su artículo “Estabilidad laboral. Otro paradigma que cambia”, publicado el 14 de junio de 2004, señala precisamente que la estabilidad laboral es una responsabilidad compartida entre patrono y empleado, quienes deben asegurar su participación efectiva, generando valor a los procesos, productos y servicios (Socorro Márquez, 2004). Lo que, al comparar con nuestra encuesta realizada, se evidencia que al brindar los trabajadores mayor aporte en el cuidado de insumos y materiales, se incrementa su posibilidad de estabilidad laboral.

PREGUNTA 8

¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?

Tabla 11
Tabulación pregunta 8

¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?		
	Frecuencia	Porcentaje
Menor a 1000	41	16.5
De 1000 a 2000	111	44.6
De 2001 a 4000	67	26.9
Mayor a 4000	30	12.0
Total	249	100.0

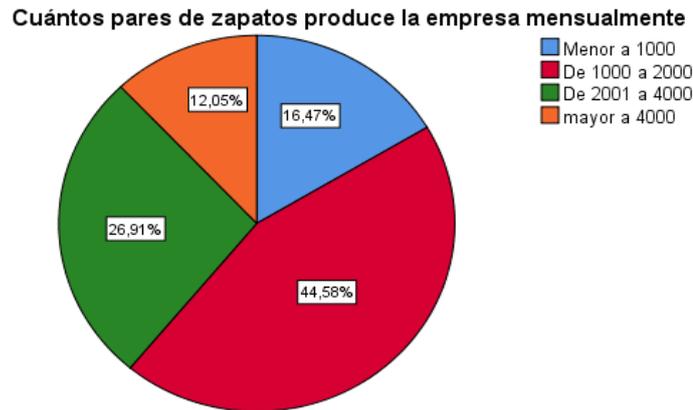


Figura 13: Gráfico pregunta 8

Análisis Ejecutivo: Desarrollada la pregunta 8 ¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?, los encuestados respondieron en un 44,58% que en sus empresas se producen mensualmente entre 1000 y 2000 pares de zapatos, determinándose que su producción se concentra en pequeñas empresas, mientras que un 15.81% producen mensualmente menos de 1000 pares de zapatos, lo que convierte a estas empresas en nuestro objeto de estudio para que, mediante la aplicación de estrategias de coparticipación empresarial, se incremente su producción y puedan ser más competitivos en el mercado.

Análisis Comparativo: En la publicación de el periódico El Telégrafo del sábado 20 de julio del 2013, Luis Muñoz, subsecretario de Mipymes y Artesanías del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), manifestó que entre los años 2007 y 2012 existen indicadores que reflejan un importante crecimiento dentro de la industria del cuero y calzado nacional (El Telégrafo, 2013), lo que respalda nuestra investigación sobre aplicar estrategias de coparticipación empresarial en aquellas empresas que requieran incrementar su producción.

PREGUNTA 9

¿Cumple con el trabajo asignado de producción?

Tabla 12
Tabulación pregunta 9

¿Cumple con el trabajo asignado de producción?		
	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	186	74.7
CASI SIEMPRE	63	25.3
Total	249	100.0

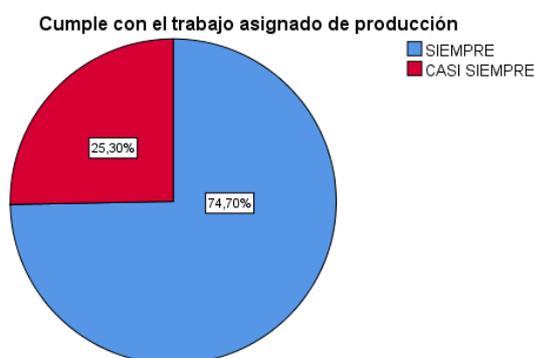


Figura 14: Gráfico pregunta 9

Análisis Ejecutivo: En el desarrollo de la investigación, en la pregunta 9 ¿Cumple con el trabajo asignado de producción?, los trabajadores encuestados en su mayoría manifiestan cumplir siempre con el trabajo asignado de producción, mientras que el 25,30% dice casi siempre cumplirlo, siendo este grupo de trabajadores a ser tomado más en cuenta en nuestro trabajo de investigación, a fin de determinar los factores que provocan su falta de cumplimiento y poder establecer una estrategia para motivarlos y que mejoren su productividad.

Análisis Comparativo: Según Cuatrecasas Arbós Lliuis, en su Libro “Organización de la producción de operaciones” publicado en el año 2012, señala que se debe considerar la aplicación de flexibilidad al volumen de producción, permitiendo fijar cargas adecuadas de trabajo por máquina/hombre, reasignación de los puestos de trabajo, basados en la expertiz y habilidad de cada trabajador, lo que permitirá reducir o aumentar la fuerza laboral y el cumplimiento en las metas de producción (Cuatrecasas Arbós, 2012). Lo expuesto, respalda los resultados de nuestra investigación.

PREGUNTA 10

¿La producción de la empresa respecto a otros años es?

Tabla 13

Tabulación pregunta 10

¿La producción de la empresa respecto a otros años es?		
	Frecuencia	Porcentaje
IGUAL	61	24.5
SE INCREMENTÓ	97	39.0
DISMINUYÓ	91	36.5
Total	249	100.0



Figura 15: Gráfico pregunta 10

Análisis Ejecutivo: En la pregunta 10 ¿La producción de la empresa respecto a otros años es?, los encuestados manifestaron en un 38,96% que se incrementó, mientras que un 36,55% indica que ha disminuido, convirtiéndose este sector en parte de nuestro estudio, para determinar los motivos que no han permitido su crecimiento.

Análisis Comparativo: En la publicación del periódico El Telégrafo del 20 de julio de 2013, la Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU), señala que entre el año 2007 y 2012 la producción de pares de zapatos aumentó en un 100% en referencia al año 2005 (El Telégrafo, 2013). Estos datos evidencian los resultados obtenidos en la encuesta realizada, en cuanto al crecimiento del sector del calzado, sin embargo, existe un número considerable de pequeñas empresas en las que su nivel de producción ha disminuido.

PREGUNTA 11

¿La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas?

Tabla 14

Tabulación pregunta 11

¿La empresa proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas?		
	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	223	89.6
CASI SIEMPRE	26	10.4
Total	294	100.0

La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas

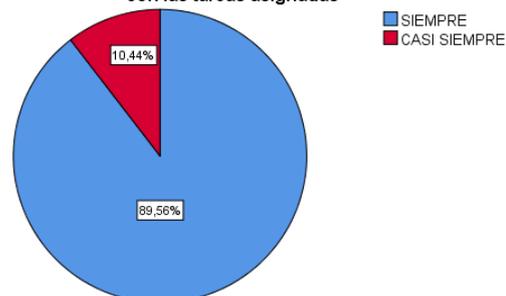


Figura 16: Gráfico pregunta 11

Análisis Ejecutivo: En el desarrollo de la investigación, en cuanto a la pregunta 11 ¿La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas?, los trabajadores encuestados indicaron en un 89,56% que la empresa siempre les proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas, lo que representa para nuestra investigación un factor importante, para determinar la incidencia de optimización de recursos y producción con el fin de entregar a tiempo el producto a sus clientes.

Análisis Comparativo: En el artículo publicado por Ramón E. Ynfante T. el 26 de noviembre de 2008, señala que dentro de uno de los incentivos para promover el aumento de la productividad de los trabajadores está la disponibilidad de equipos, maquinarias, etc.; que para nuestro caso de investigación bien se aplica a la pregunta planteada en cuanto a la provisión de las herramientas y los insumos necesarios para que ejecuten su trabajo y puedan cumplir con la entrega de producción a sus clientes (Ynfante T., 2008).

PREGUNTA 12

¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?

Tabla 15

Tabulación pregunta 12

¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?		
	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	167	67.1
CASI SIEMPRE	77	30.9
NUNCA	5	2.0
Total	249	100.0

El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores

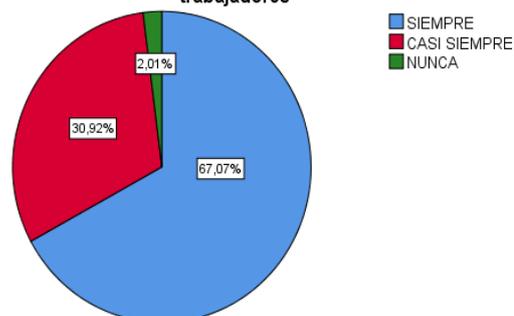


Figura 17: Gráfico pregunta 12

Análisis Ejecutivo: Al analizar los resultados de la pregunta 12 ¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?, los encuestados en su mayoría indican que siempre y casi siempre su jefe se preocupa por los problemas tanto laborales como personales que pudieran tener, y apenas el 2,01% señaló que nunca; situación que dependería del grado de confianza y apertura que tenga la persona para expresar hacia sus superiores, cualquier problema o inconveniente que pudiera estar atravesando y que influya de algún modo en su productividad.

Análisis Comparativo: En el artículo “Las Relaciones Interpersonales en el Trabajo”, publicado el 19 de noviembre de 2006, Gregorio Billikopf Encina, señala que mostrar interés en los trabajadores, escucharlos y hasta proporcionarles consejos, manteniendo la debida distancia, contribuye significativamente en el aspecto psicológico de la persona y por ende en su desempeño (Billikopf Encina, 2006), lo cual concuerda con lo analizado en los resultados de nuestra investigación.

PREGUNTA 13

¿Cree usted que al implementar un método coparticipativo que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?

Tabla 16

Tabulación pregunta 13

¿Cree ud. que al implementar un método coparticipativo, ud. podría aumentar sus ingresos?		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	199	79.9
TALVEZ	50	20.1
Total	249	100.0

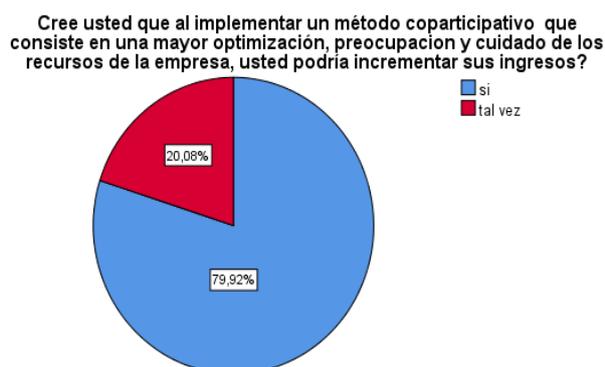


Figura 18: Gráfico pregunta 13

Análisis Ejecutivo: En la investigación desarrollada para la pregunta 13 ¿Cree usted que al implementar un método coparticipativo que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?, se evidencia que el mayor porcentaje de encuestados manifiestan que sí podrían obtener mayores ingresos al implementar un método de coparticipación orientado a la optimización de los recursos de la empresa, creando a su vez un mayor nivel de compromiso para con la misma. En tanto que el 20,08% opina que la optimización y cuidados de los recursos de la empresa no tiene relación ni influye en sus ingresos; lo que lo convierte en un sector potencial de capital humano que, bajo estrategias de motivación adecuadas, podemos influirlos y motivarlos para mejorar su compromiso para con la empresa y por ende mejoren sus ingresos.

Análisis Comparativo: En la publicación del diario Expreso del 25 de mayo de 2014, Gabriel Rovayo, PhD y director general de IDE Business School, así como

Roberto Estrada, socio de la firma consultora Deloitte&Touche, señalan que las empresas, sobre todo las pequeñas y medianas, deben convencerse de que una cultura de ahorro integral puede permitir a la compañía sustentar su crecimiento, debiendo además incentivar a los trabajadores a cumplir con los planes de optimización (Diario expreso, 2014).

Estos criterios respaldan los resultados de nuestra investigación, los cuales reflejan que el 79,92% de trabajadores opinan que una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa puede generar mayores ingresos, tanto para la empresa como a los suyos propios.

Análisis Bivariado

CROSSTAB

Cruce de datos entre la pregunta 1 y 13

¿La empresa les proporciona incentivos?*¿Cree usted que al implementar un método coparticipativo usted podría incrementar sus ingresos?

Tabla 17

Análisis Crosstab, entre variables 1 y 13

Tabla cruzada: La empresa les proporciona incentivos*Cree usted que al implementar un método coparticipativo usted podría incrementar sus ingresos?

		Cree usted que al implementar un método coparticipativo usted podría incrementar sus ingresos?		
		SI	TALVEZ	TOTAL
¿La empresa les proporciona incentivos?	SIEMPRE	70	18	88
	CASI SIEMPRE	94	26	120
	NUNCA	35	6	41
Total		199	50	249

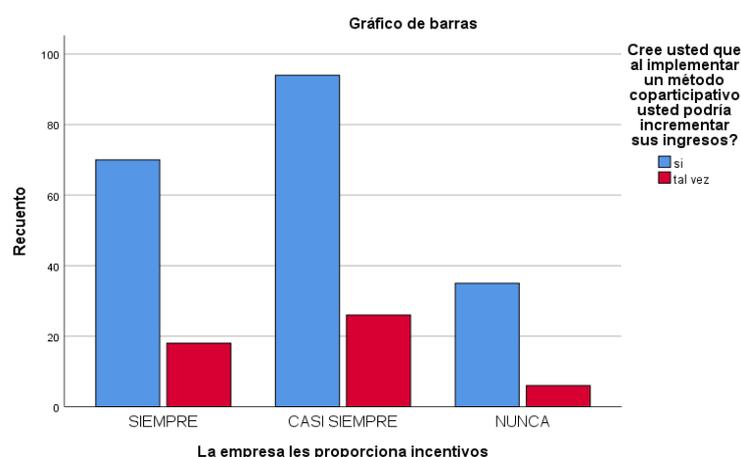


Figura 19: Análisis Crosstab entre variables 1 y 13

Análisis Ejecutivo: Al realizar el cruce de las variables respecto a si la empresa les proporciona incentivos y si cree que al implementar un método coparticipativo podría incrementar sus ingresos, se evidencia que la mayor contingencia está en siempre y casi siempre, siendo su mayor contingencia de 94, lo que permite determinar que es un mercado potencial entre el obrero y patrono, basados en un método de ahorro e incentivos.

Cruce de datos entre la pregunta 2 y 9

¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo? * ¿Cumple con el trabajo asignado de producción?

Tabla 18

Análisis Crosstab entre variables 2 y 9

Tabla cruzada: Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?*Cumple con el trabajo asignado de producción?

		¿Cumple con el trabajo asignado de producción?		
		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	TOTAL
¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?	SI	181	63	244
	NO	5	0	5
Total		186	63	249

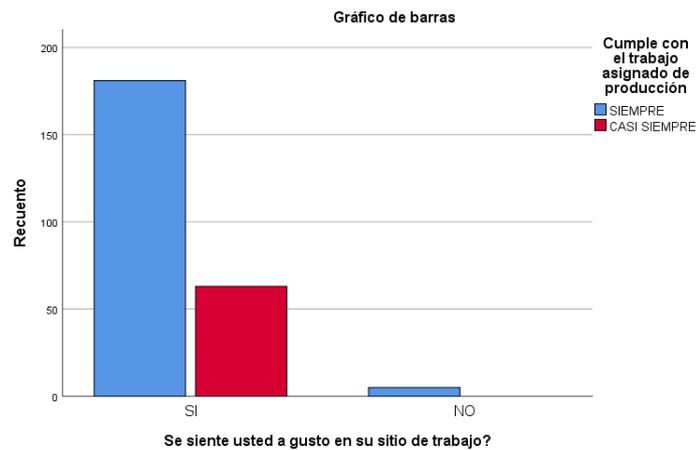


Figura 20: Análisis Crosstab entre variables 2 y 9

Análisis Ejecutivo: Una vez realizado el cruce entre las preguntas se siente usted a gusto en su sitio de trabajo y cumple con el trabajo asignado de producción, se observa que la mayor contingencia es de 181, lo que determina nuestro mercado potencial entre el obrero y patrono para la aplicación de un método coparticipativo entre ambos.

ANOVA

Relación entre las preguntas 1 y 3

H_0 : Hipótesis nula: Si hay relación entre que la empresa les proporciona incentivos y los incentivos proporcionados por el jefe o la empresa son por cumplimiento en ventas, producción o puntualidad. Si es mayor al 5 % se rechaza la hipótesis H_0 .

H_1 : Hipótesis Alternativa: No hay relación entre que la empresa les proporciona incentivos y los incentivos proporcionados por el jefe o la empresa son por cumplimiento en ventas, producción o puntualidad. Si es menor al 5% se acepta la hipótesis H_1 .

Tabla 19
Análisis Anova entre variables 1 y 3

¿La empresa les proporciona incentivos?					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	11,519	2	5,760	13,045	0,000
Dentro de grupos	108,609	246	0,442		
Total	120,129	248			



Figura 21: Anova en la curva normal, variables 1 y 3

Análisis Ejecutivo: Al realizar el cruce entre las preguntas si la empresa les proporciona incentivos y los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en ventas, producción o puntualidad, se puede observar que el cálculo es menor al 5% con un nivel de significancia de 0,00, el cual se encuentra dentro de la zona de aceptación, por consiguiente existe comparación y relación entre las dos variables de estudio, aceptando así la hipótesis H_1 .

Relación entre las preguntas 8 y 12

H_0 : Hipótesis nula: Si hay relación entre cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente y el gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores. Si es mayor al 5 % se rechaza la hipótesis H_0 .

H_1 : Hipótesis Alternativa: No hay relación entre cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente y el gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores. Si es menor al 5% se acepta la hipótesis H_1 .

Tabla 20
Análisis Anova entre variables 8 y 12

¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	2,229	3	0,743	2,827	0,039
Dentro de grupos	64,374	245	0,263		
Total	66,602	248			



Figura 22: Anova en la curva normal, variables 8 y 12

Análisis Ejecutivo: Una vez realizado el cruce de las variables sobre cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente y el gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores, se determina que el grado de significancia es de 3,9, resultado de multiplicar el nivel de significancia por 100, esto es $0,039 \times 100 = 3,9\%$, lo que lo ubica en la zona de aceptación puesto que es menor al 5%, por consiguiente, existe relación entre las dos variables de estudio. Se acepta la hipótesis H_1 .

CORRELACION

Cruce de variables 4 y 8

¿Su sueldo más incentivo está entre? y ¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?

Tabla 21
Correlación entre variables 4 y 8

		¿Su sueldo más incentivos está entre?	¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?
¿Su sueldo más incentivos está entre?	Correlación de	1	0,439**
	Pearson		
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	249	249
¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?	Correlación de	0,439	1
	Pearson		
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	249	249
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			



Figura 23: Correlación entre variables 4 y 8

Análisis Ejecutivo: Una vez realizado el cálculo de la correlación de Pearson entre las variables ¿Su sueldo más incentivos está entre usd 1-375, usd 376-750, usd 751-1125 y más de usd 1125?, y ¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?, nos da como resultado 0,439, lo que determina que existe una baja correlación.

Cruce de variables 1 y 12

¿La empresa le proporciona incentivos? y ¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?

Tabla 22
Correlación entre variables 1 y 12

	¿La empresa les proporciona incentivos?	¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?
¿La empresa les proporciona incentivos?	Correlación de 1	0,329**
	Pearson	
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	249
¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?	Correlación de ,0329	1
	Pearson	
	Sig. (bilateral)	0.00
	N	249

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

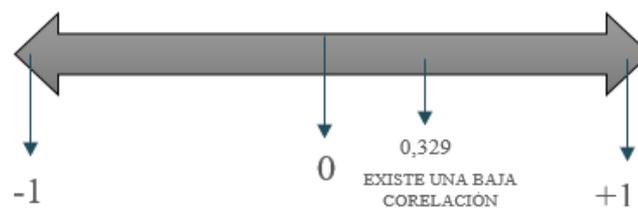


Figura 24: Correlación entre variables 1 y 12

Análisis Ejecutivo: El cálculo de la correlación de Pearson entre las dos variables nos dio como resultado 0,329, lo que determina que existe una baja correlación entre las preguntas ¿La empresa les proporciona incentivos? y ¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?, siendo su asociación baja.

CHI-CUADRADO

Relación entre las preguntas 1, 10 y 13

H₀: Hipótesis nula: Si ¿La empresa les proporciona incentivos?, ¿La producción de la empresa respecto a otros años es igual, se incrementó o disminuyó? y ¿Cree que al implementar un método de coparticipación, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?, es >5 % se rechaza la hipótesis H₀.

H₁: Hipótesis Alternativa: Si ¿La empresa les proporciona incentivos?, ¿La producción de la empresa respecto a otros años es igual, se incrementó o disminuyó? y ¿Cree que al implementar un método de coparticipación, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?, es < 5% se acepta la hipótesis H₁.

Tabla 23

Prueba del Chi-Cuadrado

	¿La producción de la empresa respecto a otros años es igual, se incrementó o disminuyó?	¿La empresa les proporciona incentivos?	Cree usted que al implementar un método coparticipativo, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?
Chi-cuadrado	8,964 ^a	38,048 ^a	89,161 ^b
G1	2	2	1
Sig.asintótica *	0,011	,000	,000

* El cálculo de significancia de cada variable se multiplica por 100, esto es: 0,011*100 = 1,11; 0,000*100 = 0 y 0,000*100 = 0, lo que se representa en la curva normal.

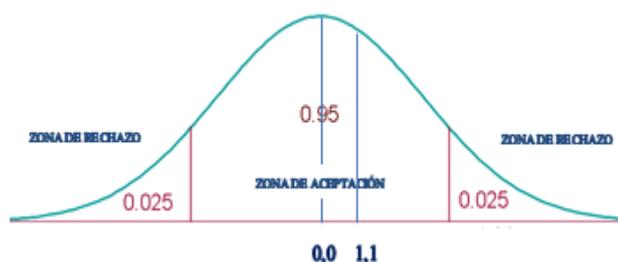


Figura 25: Chi-Cuadrado de las variables 1, 10 y 13

Análisis Ejecutivo: Al realizar el cruce de las variables (La empresa les proporciona incentivos), (La producción de la empresa respecto a otros años es igual, se incrementó o disminuyó) y (Cree que al implementar un método de coparticipación, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos), se determina que su cálculo es menor a 5% recayendo sus valores de significancia dentro de la zona de aceptación, esto nos indica que existe una alta relación y asociación de las variables de estudio con respecto a su promedio de los datos observados frente a los datos esperados, por consiguiente el proyecto es viable.

Relación entre las preguntas 3, 5 y 6

H_0 : Hipótesis nula: Si ¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en ventas, producción o puntualidad?, ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia? y ¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo? es mayor al 5 % se rechaza la hipótesis H_0 .

H_1 : Hipótesis Alternativa: Si ¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en ventas, producción o puntualidad?, ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia? y ¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?, es menor al 5% se acepta la hipótesis H_1 .

Tabla 24*Prueba del Chi-Cuadrado de las variables 3, 5 y 7*

	¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en ventas, producción o puntualidad?	¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?	¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?
Chi-cuadrado	134,265 ^a	96,892 ^a	157,036 ^b
Gl	2	2	2
Sig.asintótica *	,000	,000	,000

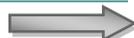
* El cálculo d significancia de cada variable se multiplica por 100, esto es: $0,000 \cdot 100 = 0$; $0,000 \cdot 100 = 0$ y $0,000 \cdot 100 = 0$, lo que se representa en la curva normal.

**Figura 26:** Chi-Cuadrado de las variables 3,5 y 7

Análisis Ejecutivo: El cálculo en las tres variables (Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en ventas, producción o puntualidad), (Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia) y (Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo), determinó que es menor al 5% recayendo sus valores de significancia dentro de la zona de aceptación, esto nos indica que existe una alta relación y asociación de las variables de estudio con respecto a su promedio de los datos observados frente a los datos esperados, por consiguiente el proyecto es viable.

Tabla 25*Matriz de Medidas de escala aplicadas a la encuesta de empresarios*

Pregunta	Alternativas de Respuesta	Medidas de Escala	Objetivos
1.El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se :	Incrementó Disminuyó Se mantiene igual	Nominal	OE2
2.¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?	Si No Tal vez	Nominal	OG2
3.¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal?	Si No	Ordinal	OE1
4. ¿Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría usted para obtener mayor productividad?	Económicos Recreativos Reconocimiento laboral. Cursos de Capacitación Técnica.	Nominal	OG,OE1
5. ¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?	Optimizando los recursos de la empresa. Realizando un producto de calidad. Entregando puntualmente los pedidos. Todas las anteriores	Nominal	OE4

CONTINÚA 

6. ¿Cómo garantiza usted la provisión de insumos y materias primas?	Utilizando el método de producción Just In Time. Manteniendo un stock de seguridad. Realizando alianzas estratégicas con los proveedores.	Nominal	OE3
7.Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de:	Elaboración propia Proveedores locales Importaciones. Alianzas estratégicas con otras empresas del sector. Todas las anteriores	Nominal	OE3

Todas las preguntas fueron entendidas por los empresarios o dueños de las empresas, en donde se realizó la prueba piloto, por lo que no se realizó ninguna modificación a las preguntas.

Pregunta filtro:

Para desarrollar la presente encuesta y determinar la probabilidad de éxito (P) y la probabilidad de fracaso (Q) se analizó la pregunta número tres (3) de la encuesta, como pregunta filtro:

¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal?

Si

No

Para lo cual se encuestó a 10 personas, frente a lo que respondieron:

Si = 0,96%; P = 0,96

NO = 0,04%; Q = 0,04

Determinación del tamaño de la muestra:**Datos**

N = 2.500

Error muestra (e) = 0,05

Probabilidad de éxito (P) = 0,96

Probabilidad de fracaso (Q) = 0,04

Valor Z asociado al nivel de confianza = 1,96.

Se aplica a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2 N + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(2.500)(0,96)(0,04)}{(0,05)^2(2.500) + (1,96)^2(0,96)(0,04)}$$

n = 60 encuestas

ENCUESTA FINAL**APLICADA A LOS EMPRESARIOS DE LAS INDUSTRIAS DEL SECTOR
CALZADO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Encuesta propuesta por las Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas para el Proyecto de Tesis:

1. El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se: Incrementó Disminuyó Se mantiene igual**2. ¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?** SI NO Tal vez

3. ¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal?SINO**4. ¿Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría usted para obtener mayor productividad?**EconómicosReconocimiento laboralCursos de Capacitación TécnicaRecreativos**5. ¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?**Optimizando los recursos de la empresaRealizando un producto de calidadEntregando puntualmente los pedidosTodas las anteriores**6. ¿Cómo garantiza usted la provisión de insumos y materias primas?**Utilizando el método de producción Just In TimeManteniendo un stock de seguridadRealizando alianzas estratégicas con los proveedores.**7. Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de:**Elaboración propiaCompra a proveedores localesImportacionesAlianzas estratégicas con otras empresas del sectorTodas las anteriores

¡Gracias por su colaboración!

Análisis Univariado

PREGUNTA 1

El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se: incrementó, disminuyó, se mantiene:

Tabla 26

Tabulación pregunta 1

¿El promedio de ventas mensuales de este año vs. el año pasado se?		
	Frecuencia	Porcentaje
Incrementó	23	38,3
Disminuyó	10	16,7
Se mantiene	27	45,0
Total	60	100,0

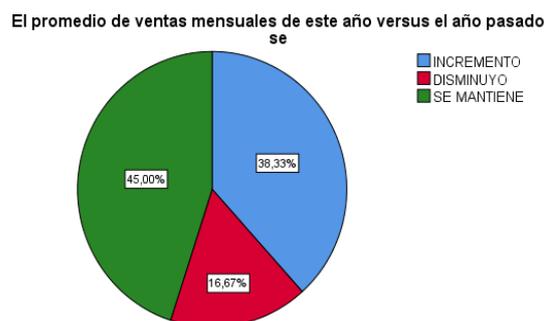


Figura 27: Gráfico pregunta 1

Análisis Ejecutivo: En la investigación desarrollada para la pregunta 1 ¿El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se incrementó, disminuyó o se mantiene?, se evidencia que el mayor porcentaje de empresarios encuestados manifiestan que se han mantenido, mientras que el 16.67% señalan que han disminuido, convirtiéndose este grupo en nuestro objeto de investigación que con la aplicación de estrategias adecuadas puedan incrementar sus ingresos.

Análisis Comparativo: En la publicación del diario La Hora del 29 de febrero de 2016, Medardo Navarrete, productor de calzado de hace 20 años, señaló que sus ventas no ascendieron y que incluso debido a la falta de apoyo por parte del Gobierno Provincial dejaron de participar en la Expo-Tungurahua, con lo que se evidencia el resultado obtenido en nuestra encuesta (LA HORA, 2016).

PREGUNTA 2

¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?

Tabla 27
Tabulación pregunta 2

¿Estaría ud. dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	49	81,7
NO	3	5,0
TALVEZ	8	13,3
Total	60	100,0

Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa

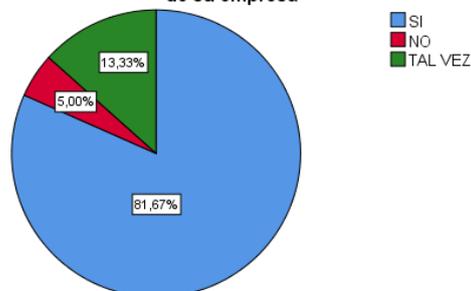


Figura 28: Gráfico pregunta 2

Análisis Ejecutivo: En el desarrollo de la investigación, en la pregunta 2 ¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial-obrero, con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?, la mayoría de encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa para nuestra investigación un factor importante para determinar las estrategias a aplicar y que incidan en el incremento de sus ingresos, en tanto que al 5% de empresarios que indicaron que no, motivarlos para que apliquen estrategias de coparticipación empresarial obrero-empresa y obtengan mejoras en sus ingresos.

Análisis Comparativo: Según Paco Guillén en su publicación “Management, Estrategia Empresarial y Modelos de Negocio”, publicado el 24 de septiembre de 2011 (Guillén, 2011), señala que la coparticipación empresarial aplicado en una empresa, motiva a los empleados a que aporten con su creatividad, innovación, compromiso, convirtiéndolos en emprendedores, en tanto, que los directivos deberán mantener una comunicación abierta en cuanto a estrategias, logros y método de incentivos, lo que evidencia los resultados de nuestra investigación.

PREGUNTA 3

¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal?

Tabla 28
Tabulación pregunta 3

¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal?		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	27	45,0
NO	33	55,0
Total	60	100,0

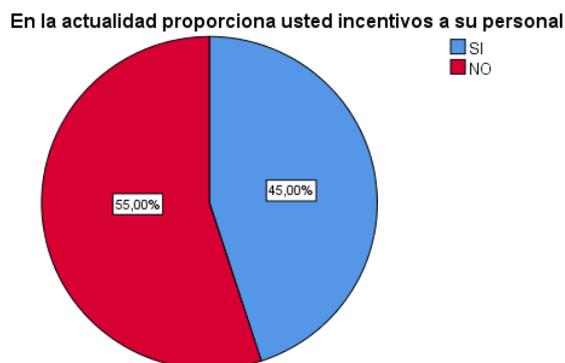


Figura 29: Gráfico pregunta 3

Análisis Ejecutivo: En la pregunta 3 ¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal?, se obtuvo que el 55% de los empresarios indicó que no proporcionan incentivos a su personal, lo que convierte a este grupo en objeto de nuestro estudio para determinar los motivos por los que no aplica este tipo de estrategia, y motivarlo a su vez para que mediante la aplicación de estrategias adecuadas motive a su personal, lo cual podría repercutir en beneficio mutuo, en tanto que el 45% de personas manifestó que si proporciona incentivos a su personal, con lo que nos permitirá determinar el nivel de compromiso por parte de sus empleados hacia su empresa.

Análisis Comparativo: Según Ramón E. Ynfante en su artículo publicado el 26 de noviembre de 2008, señala que los incentivos en el entorno laboral son muy provechosos, especialmente cuando se requiere acelerar el ritmo de producción y elaboración de un número mayor de producto, manteniendo la calidad y su respectiva optimización de recursos (Ynfante T., 2008), lo cual respalda nuestra investigación.

PREGUNTA 4

¿Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría usted para obtener mayor productividad?

Tabla 29
Tabulación pregunta 4

¿Qué tipo de incentivos aplica/aplicaría usted para obtener mayor productividad?		
	Frecuencia	Porcentaje
Económicos	31	51,7
Reconocimiento Laboral	22	36,7
Cursos de capacitación	7	11,7
Total	60	100,0

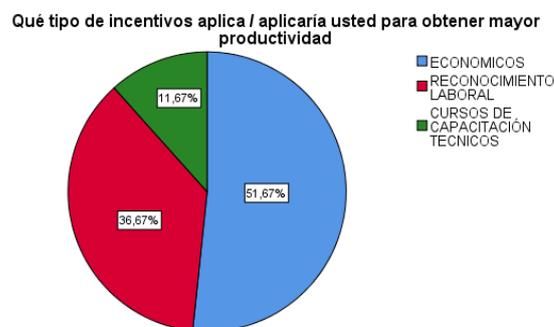


Figura 30: Gráfico pregunta 4

Análisis Ejecutivo: Desarrollada la pregunta 4 ¿Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría usted para obtener mayor productividad?, se evidencia que el mayor porcentaje de empresarios encuestados señalan que aplican o aplicarían un incentivo económico, basados en la producción, mientras que un 11.67% indican que incentivarían a su personal a través de cursos de capacitación técnicos, lo cual determina que independientemente del tipo de incentivos que se aplique, los empresarios están interesados en motivar a sus trabajadores.

Análisis Comparativo: Conforme lo señala Ramón E. Ynfante en su artículo “Los incentivos y la motivación laboral”, publicado el 26 de noviembre de 2008 (Ynfante T., 2008), manifiesta que dentro de los incentivos más usados en una organización son la gratificación por actuación que consiste en el pago efectivo por un desempeño superior al planteado, dentro de un período específico, o pago de bonos como complementos de su sueldo, incrementando su compromiso y productividad, evidenciando así los resultados obtenidos en nuestra investigación.

PREGUNTA 5

¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?

Tabla 30
Tabulación pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje
¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?		
Optimizando los recursos de la empresa	27	45,0
Realizando un producto de calidad	8	13,3
Entregando puntualmente los pedidos	4	6,7
Todas las anteriores	21	35,0
Total	60	100,0

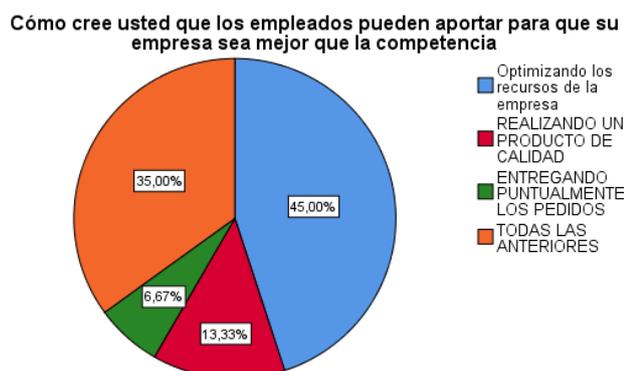


Figura 31: Gráfico pregunta 5

Análisis Ejecutivo: En la investigación desarrollada, la pregunta 5 ¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?, los empresarios encuestados respondieron en un mayor porcentaje que sus empleados pueden aportar optimizando los recursos de la empresa, sin embargo, cabe notar que un 35% de ellos piensa que sus empleados pueden aportar también realizando un producto de calidad, así como entregando puntualmente los pedidos, lo que determina que todos los procesos que forman parte de la cadena de valor, aportan para ser mejores que la competencia.

Análisis Comparativo: En el ensayo “Importancia de la optimización de recursos en la empresa”, publicado por Erik de Jesús Antonio el 24 de junio de 2015, señala que la optimización de los recursos, a través del ahorro de ciertos recursos sean éstos

financieros, humanos o de cualquier otro tipo, permiten mejorar la situación de una organización, para lo cual también es importante conocer los objetivos o metas de la empresa para tener éxito cumpliéndolas (Antonio Antonio, 2015), evidenciando de esta manera los resultados de nuestra investigación.

PREGUNTA 6

¿Cómo garantiza usted la provisión de insumos y materias primas?

Tabla 31

Tabulación pregunta 6

¿Cómo garantiza usted la provisión de insumos y materias primas?		
	Frecuencia	Porcentaje
Utilizando el método de producción Just in Time	26	43,3
Manteniendo un stock de seguridad	14	23,3
Realizando alianzas estratégicas con los proveedores	20	33,3
Total	60	100,0

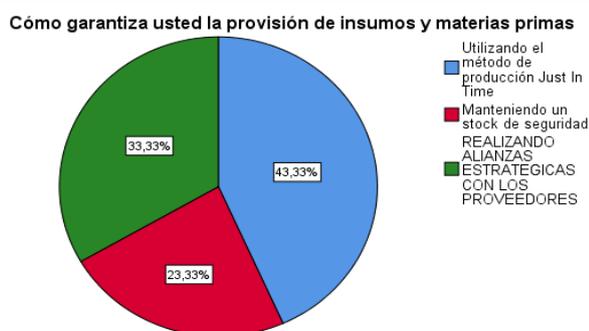


Figura 32: Gráfico pregunta 6

Análisis Ejecutivo: En la pregunta 6 ¿Cómo garantiza usted la provisión de insumos y materias primas?, los empresarios encuestados manifestaron en un 43,33% que se proveen de insumos y materias primas utilizando el método de producción “Just in Time”, lo que quiere decir que mantienen en stock estrictamente lo necesario para fabricar los productos en las cantidades y en el momento requeridos, evitando despilfarros e inventarios necesarios, mientras que un 23,33%, mantienen un stock de

seguridad con lo cual prevén mitigar el riesgo de desabastecimiento y absorber la variabilidad de la demanda de los clientes.

Análisis Comparativo: En el artículo “Tamaño, localización, materias primas”, publicado el 11 de mayo de 2013 por Sairitahallel Arias, señala que es vital contar con la cantidad y calidad adecuada de materias primas e insumos para cubrir las necesidades de un determinado proyecto, además de levantar un listado de proveedores con las cotizaciones de las materias primas e insumos requeridos en el proceso de fabricación, garantizando así la continuidad de la producción, lo que confirma los resultados de nuestra investigación (Arias, 2013).

PREGUNTA 7

Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de: ¿elaboración propia, compras a proveedores locales, importaciones, todas las anteriores?

Tabla 32
Tabulación pregunta 7

¿Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de?		
	Frecuencia	Porcentaje
Elaboración propia	4	6,7
Compras a proveedores locales	30	50,0
Importaciones	8	13,0
Todas las anteriores	18	30,0
Total	60	100,0

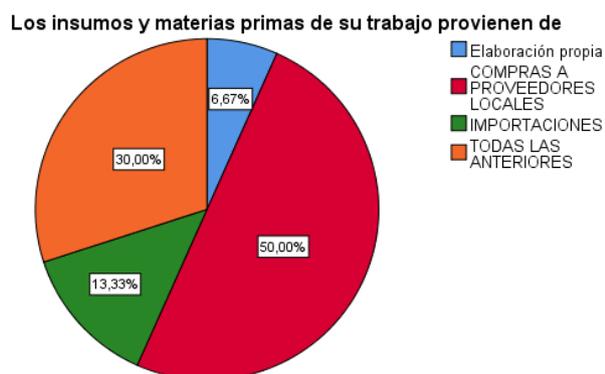


Figura 33: Gráfico pregunta 7

Análisis Ejecutivo: En el desarrollo de la pregunta 7 ¿Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compras a proveedores locales, importaciones, todas las anteriores?, el mayor porcentaje de empresarios encuestados respondieron que sus insumos y materias primas provienen de comprar a proveedores locales, en tanto que un 6.67% son de elaboración propia, lo que nos permite determinar que en el mercado ecuatoriano existen proveedores calificados que abastecen al sector del calzado en la provincia de Tungurahua.

Análisis Comparativo: En la publicación de la revista Líderes del 12 de abril del 2015, Víctor Navas, Gerente de Milplast en Ambato, señala que su empresa junto a otras del país, abastecen de suelas a la industria del calzado, representando un 35% de la producción anual requerida, lo cual respalda los resultados obtenidos en nuestra investigación (Líderes, 2015).

Análisis Bivariado

CROSSTABS

Preguntas 1 y 5

¿El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se incrementó, disminuyó, se mantiene?

Tabla 33
Análisis Crosstab entre las variables 1 y 5

Tabla cruzada El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se*
Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia

Recuento		Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia				
		Optimizan- do los recursos de la empresa	Realizando un producto de calidad	Entregando puntualmen te los pedidos	Todas las anterio- res	
El promedio de ventas mensuales de este año vs. el año pasado se	Incrementó	0	8	0	15	23
	Disminuyó	10	0	0	0	10
	Se mantiene	17	0	4	6	27
Total		27	8	4	21	60

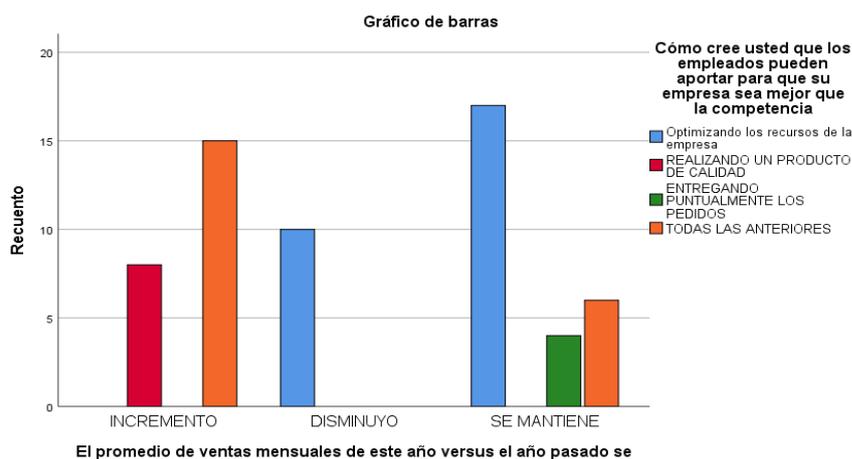


Figura 34: Análisis Crosstab entre variables 1 y 5

Análisis Ejecutivo: Realizado el cruce de variables sobre si el promedio de ventas mensuales de este año vs. el año pasado se incrementó, disminuyó o se

mantiene y cómo cree que los empleados pueden aportar para que la empresa sea mejor que la competencia, se observa que la mayor contingencia asocia y relaciona los grupos que indican que el promedio de ventas mensuales de este año vs. el año anterior se mantiene y los empleados aportan mediante la optimización de recursos; por consiguiente la mayor contingencia de 17, nos permite determinar que este es nuestro grupo potencial.

Preguntas 3 y 4

¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal? y ¿Qué tipo de incentivos aplica/aplicaría usted para obtener mayor productividad?

Tabla 34
Análisis Crosstab entre las variables 3 y 4

Tabla cruzada En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal*Qué tipo de incentivos aplica / aplicaría usted para obtener mayor productividad					
Recuento		Qué tipo de incentivos aplica / aplicaría usted para obtener mayor productividad			Total
		Económicos	Reconocimiento laboral	Cursos de capacitación técnicos	
En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal	SI	15	8	4	27
	NO	16	14	3	33
Total		31	22	7	60

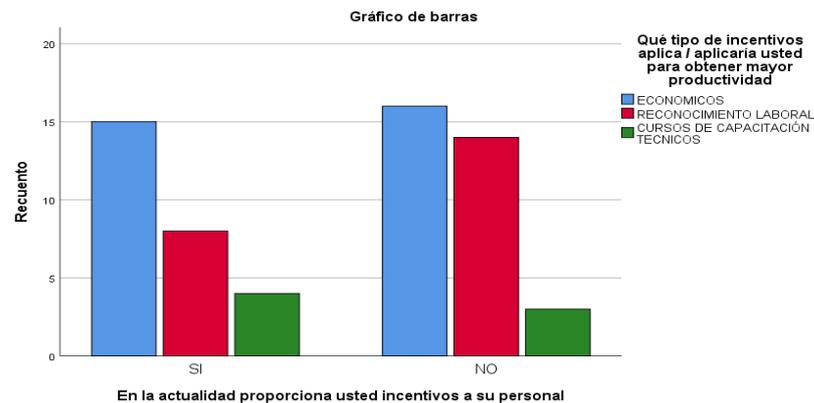


Figura 35: Análisis Crosstab entre las variables 3 y 4

Análisis Ejecutivo: Una vez realizado el cruce entre las preguntas ¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal? y ¿Qué tipo de incentivos aplica/aplicaría usted para obtener mayor productividad?, se determina que la mayor contingencia es de 16, que asocia y relaciona a los grupos de que en la actualidad no proporciona incentivos a su personal y que aplicaría incentivos de tipo económico, convirtiéndose este grupo en nuestro grupo potencial.

ANOVA

Preguntas 2 y 5

H_0 : Hipótesis nula: Si hay relación entre ¿Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa? y ¿Cómo cree que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia? Si es mayor al 5 % se rechaza la hipótesis H_0 .

H_1 : Hipótesis Alternativa: No hay relación entre ¿Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa? y ¿Cómo cree que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?. Si es menor al 5% se acepta la hipótesis H_1 .

Tabla 35
Análisis Anova entre variables 2 y 5

Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	26,317	3	8,772	184,217	0,000
Dentro de grupos	2,667	56	0,048		
Total	28,983	59			



Figura 36: Anova en la curva normal de las variables 2 y 5

Análisis Ejecutivo: Al realizar el cruce entre las preguntas (Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa) y (Cómo cree que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia), se puede observar que el cálculo es menor al 5% con un nivel de significancia de 0,00, el cual se encuentra dentro de la zona de aceptación, por consiguiente existe comparación y relación entre las dos variables de estudio, aceptando así la hipótesis H_1 .

Preguntas 7 y 6

H_0 : Hipótesis nula: Si hay relación entre ¿Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas con otras empresas del sector, todas las anteriores? y ¿Cómo garantiza la provisión de insumos y materias primas?. Si es mayor al 5 % se rechaza la hipótesis H_0 .

H₁: Hipótesis Alternativa: No hay relación entre ¿Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas con otras empresas del sector, todas las anteriores? y ¿Cómo garantiza la provisión de insumos y materias primas?. Si es menor al 5% se acepta la hipótesis H₁.

Tabla 36

Análisis Anova entre variables 7 y 6

Cómo garantiza usted la provisión de insumos y materias primas					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	29,933	3	9,978	36,126	0,000
Dentro de grupos	15,467	56	0,276		
Total	45,400	59			



Figura 37: Anova en la curva normal de las variables 7 y 6

Análisis Ejecutivo: Una vez realizado el cruce de las variables sobre (Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas con otras empresas del sector, todas las anteriores) y (Cómo garantiza la provisión de insumos y materias primas), se determina que el cálculo del nivel de significancia cae en la zona de aceptación 0,00, lo cual es menor al 5%, por consiguiente existe relación entre las dos variables de estudio. Se acepta la hipótesis H₁.

CORRELACIÓN

Preguntas 2 y 4

¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono, con el fin de incrementar los ingresos de su empresa? y ¿Qué tipo de incentivos aplica/aplicaría usted para obtener mayor productividad?

Tabla 37

Correlación entre variables 2 y 4

		¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?	¿Qué tipo de incentivos aplica / aplicaría usted para obtener mayor productividad?
¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa.	Correlación de Pearson	1	,544**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	60	60
¿Qué tipo de incentivos aplica / aplicaría usted para obtener mayor productividad?	Correlación de Pearson	,544**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	60	60

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

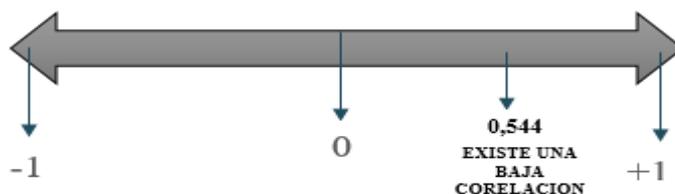


Figura 38:Correlación entre variables 2 y 4

Análisis Ejecutivo: Una vez realizado el cálculo de la correlación de Pearson entre las variables si estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa y qué tipo de incentivos aplica/aplicaría para obtener mayor productividad, nos da como resultado 0,544, lo que determina que existe una baja correlación.

PREGUNTAS 5 Y 7

¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia? y ¿Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas con otras empresas, todas las anteriores?

Tabla 38

Correlación entre variables 5 y7

Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia

Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de

Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia	Correlación de Pearson	1	,791**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	60	60

CONTINÚA ⇨

Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas con otras empresas, todas las anteriores.	Correlación de Pearson	,791**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	60	60

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

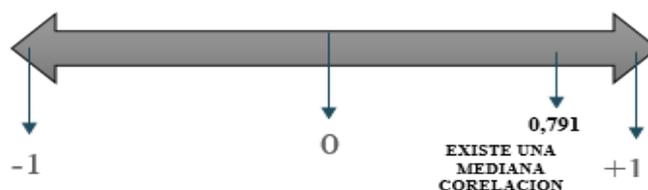


Figura 39: Correlación entre variables 5 y 7

Análisis Ejecutivo: El cálculo de la correlación de Pearson entre las dos variables (Cómo cree que los empleados pueden aportar para que la empresa sea mejor que la competencia) y (Los insumos y materias primas provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas con otras empresas del sector, todas las anteriores), nos dio como resultado 0,791, lo que determina que existe una mediana correlación .

CHI CUADRADO

Preguntas 1, 2 y 4

H₀: Hipótesis nula: Si ¿El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se incrementó, disminuyó, se mantiene igual?, ¿Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar

los ingresos de su empresa? y ¿Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría para obtener mayor productividad? es mayor al 5 % se rechaza la hipótesis H_0 .

H_1 : Hipótesis Alternativa: Si ¿El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se incrementó, disminuyó, se mantiene igual?, ¿Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa? y ¿Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría para obtener mayor productividad?, es menor al 5% se acepta la hipótesis H_1 .

Tabla 39

Chi-Cuadrado de las variables 1, 2 y 4

	El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se	Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa	Qué tipo de incentivos aplica / aplicaría usted para obtener mayor productividad
Chi-cuadrado	7,900 ^a	63,700 ^a	14,700 ^a
gl	2	2	2
Sig. asintótica	0,019	0,000	0,001



Figura 40: Ch-Cuadrado de las variables 1, 2 y 4

Análisis Ejecutivo: Los grados de significancia de las variables son: 0,019; 0,000 y 0,001, que multiplicados cada uno por 100 obtenemos: 1,9%, 0,00% y 0,1% mismos que son expresados en la curva normal y se establece que son menores al 5%, por lo que se encuentran en el nivel de confianza y determinan que sí hay relación y asociación entre las variables (El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se incrementó, disminuyó, se mantiene igual), (Estaría

dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa) y (Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría para obtener mayor productividad). por consiguiente acepto H_1 .

Preguntas 2, 5 y 7

H_0 : Hipótesis nula: Si ¿Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?, ¿Cómo cree que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia? y ¿Los insumos y materia primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas, todas las anteriores?, es mayor al 5% se rechaza la hipótesis H_0 .

H_1 : Hipótesis Alternativa: Si ¿Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?, ¿Cómo cree que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia? y ¿Los insumos y materia primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas, todas las anteriores?, es menor al 5% se acepta la hipótesis H_1 .

Tabla 40

Prueba del Chi-Cuadrado 2, 5 y 7

	¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?	¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?	¿Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de elaboración propia, proveedores locales, importaciones?
Chi-cuadrado	63,700 ^a	23,333 ^b	26,933 ^b
gl	2	3	3
Sig. asintótica	0,000	0,000	0,000



Figura 41: Chi-Cuadrado de las variables 2, 5 y 7

Análisis Ejecutivo: El cálculo en las tres variables (Estaría dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa), (Cómo cree que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia) y (Los insumos y materia primas de su trabajo provienen de elaboración propia, compra a proveedores locales, importaciones, alianzas estratégicas, todas las anteriores), determinó que es menor al 5% recayendo sus valores de significancia dentro de la zona de aceptación, esto nos indica que existe una alta relación y asociación de las variables de estudio con respecto a su promedio de los datos observados frente a los datos esperados, por consiguiente el proyecto es viable.

CAPITULO III

Estudio Técnico

El estudio técnico de la elaboración de zapatos fue realizado en base a los procesos que se siguen en la fábrica del Señor Daniel Jiménez de Calzado Bull.

La fabricación de zapatos hoy en día no ha variado significativamente con respecto al pasado, en la actualidad este sigue siendo un proceso artesanal en el que se emplea maquinaria manual e instrumentos rústicos con los que se elabora todo tipo de calzado, ya sea este deportivo, casual, de seguridad u otros.

Así mismo se puede mencionar que lo que sí ha variado con el pasar de los años es la utilización de diversos materiales que difieren del cuero como son: Tela, lona, demin, nailon, materiales sintéticos como el caucho y los polímeros.

También las suelas han ido cambiando y adaptándose a nuevos materiales ya sea con el fin de abaratar costos, dar un mejor soporte, acabado o para implementar una moda. Así tenemos: materiales expandidos, PVC, poliuretano, caucho o hule, tipo Eva, cuero, TPU, etc.

El proceso de fabricación de zapatos se concentra básicamente en siete áreas que son:

Área de diseño

Bodega de materia prima

Área de corte

Aparado

Armado y pegado

Alistado

Bodega de producto terminado

A continuación, explicaremos un poco más detallado en qué consisten estas cuatro áreas del proceso de producción de calzado.

Área de Diseño

En el área de diseño los profesionales realizan los modelos que se van a fabricar, basados en tendencia, moda, demanda y en algunas ocasiones modelos exclusivos a pedido del cliente, como nos supo manifestar el dueño de Creaciones Pazmiño.

Una vez que se tiene el bosquejo, se toma en cuenta qué tipo de material debe ser utilizado, como ya lo mencionamos anteriormente este puede ser cuero y sus derivados, tela, lona, demin, nailon, materiales sintéticos como el caucho y los polímeros, etc.

Bodega de Materias Primas

Una vez que se tiene el diseño del modelo y se han escogido los materiales, se pasa la orden de producción a la bodega para sacar la materia prima e insumos necesarios para su fabricación.

Área de Corte

El corte es uno de los procesos más importantes, ya que por las manos del cortador pasa el 50% del costo del zapato y más del 80% de su calidad. Actualmente se utilizan dos métodos, el primero puede ser a mano usando un patrón y una navaja, y el segundo usando un troquel del patrón y una máquina troqueladora.

En este departamento o área se realiza el corte del cuero o piel y del forro, utilizando los patrones hechos en la fase de diseño o modelado. Las partes cortadas son:

Capellada o puntera y talones

Plantilla

Forro del talón

Entre suela o falsas

Puntadura o refuerzo de la punta

Contrafuerte o refuerzo del talón

Refuerzo de ojalillo

Acolchado de plantilla

En esta área de corte también se realiza un procedimiento importante como es el rebajado, que consiste en reducir el grosor de los filos u orillas de las piezas cortadas para que en el momento que las mismas empiecen a ensamblarse no se genere un bordo en el zapato.

Área de Aparado

El aparado es el proceso de manufactura que ensambla las piezas cortadas del zapato por medio de costuras y adhesivos.

En esta etapa se juntan las piezas enviadas desde el departamento de corte, se doblan los filos superiores y se cosen, se pega el forro y se vuelve a coser para que la piel y el forro tengan una mayor adherencia entre sí.

Para la etapa final de esta área tenemos dos actividades el rebabeado y el flameado, el rebabeado o corte final sirve para retirar el exceso de forro en los filos, y el flameado se lo realiza para quemar las hebras sobrantes.

En el aparado se utilizan ciertas máquinas como:

Maquina aparadora

Máquina dobladora

Máquina desbastadora

Esmeril

Mechero

En base a las visitas realizadas se observó que no todas las fábricas poseen esta maquinaria que facilita en gran medida el trabajo de los operarios y reducen el tiempo de producción, estas micro empresas aún utilizan métodos e instrumentos rústicos que implican un mayor esfuerzo por parte del empleado.

Área de Armado

El objetivo del área de armado o montado es colocar la horma para darle forma al zapato y pegar la suela.

Primero se grapa la entre suela o suela falsa a la horma.

Luego se le da calor a la piel en un vaporizador, para que se suavice y pueda adquirir la forma de la horma.

Se coloca la piel en la horma falsa, a lo que llamamos montado, se empieza montando la punta.

Es importante que la piel, el casco y el forro queden bien centrados y alcancen a cubrir la planta.

Se fija o se ancla la piel a la horma por medio de clavos y pegamento.

Una vez montados los lados y los talones se retira las grapas y clavos.

Luego pasa a un horno caliente, con la finalidad de secar todos los componentes del corte para que este se ajuste a la horma y a la vez quitar arrugas.

El flameado es un procedimiento que sirve para definir los contornos en caso de que hayan quedado bolsas de aire.

Después se realiza lo que se conoce como cardado, que es la lijadura de excesos de piel en la planta, para que tengan una mejor adherencia el corte y la suela.

A continuación se prepara la suela y el zapato para el pegado, algunas empresas utilizan alógeno para limpiar de impurezas la suela y luz violeta para verificar que el procedimiento se haya realizado correctamente. Después de haber secado y calentado nuevamente el pegamento, se procede a pegar la suela y el corte.

Se fija la suela y el corte por medio de una máquina de presión.

Finalmente en el desmonte se saca la horma del zapato, y después de una última inspección pasa al departamento de acabado.

Las máquinas que generalmente se utilizan en este proceso son:

Rematadora

Pegadora

Esmeril

Mechero

Prensa

Secador

Horno

De igual manera, no todas las fábricas de zapatos poseen esta maquinaria, muchas implementan instrumentos y métodos domésticos para realizar los trabajos.

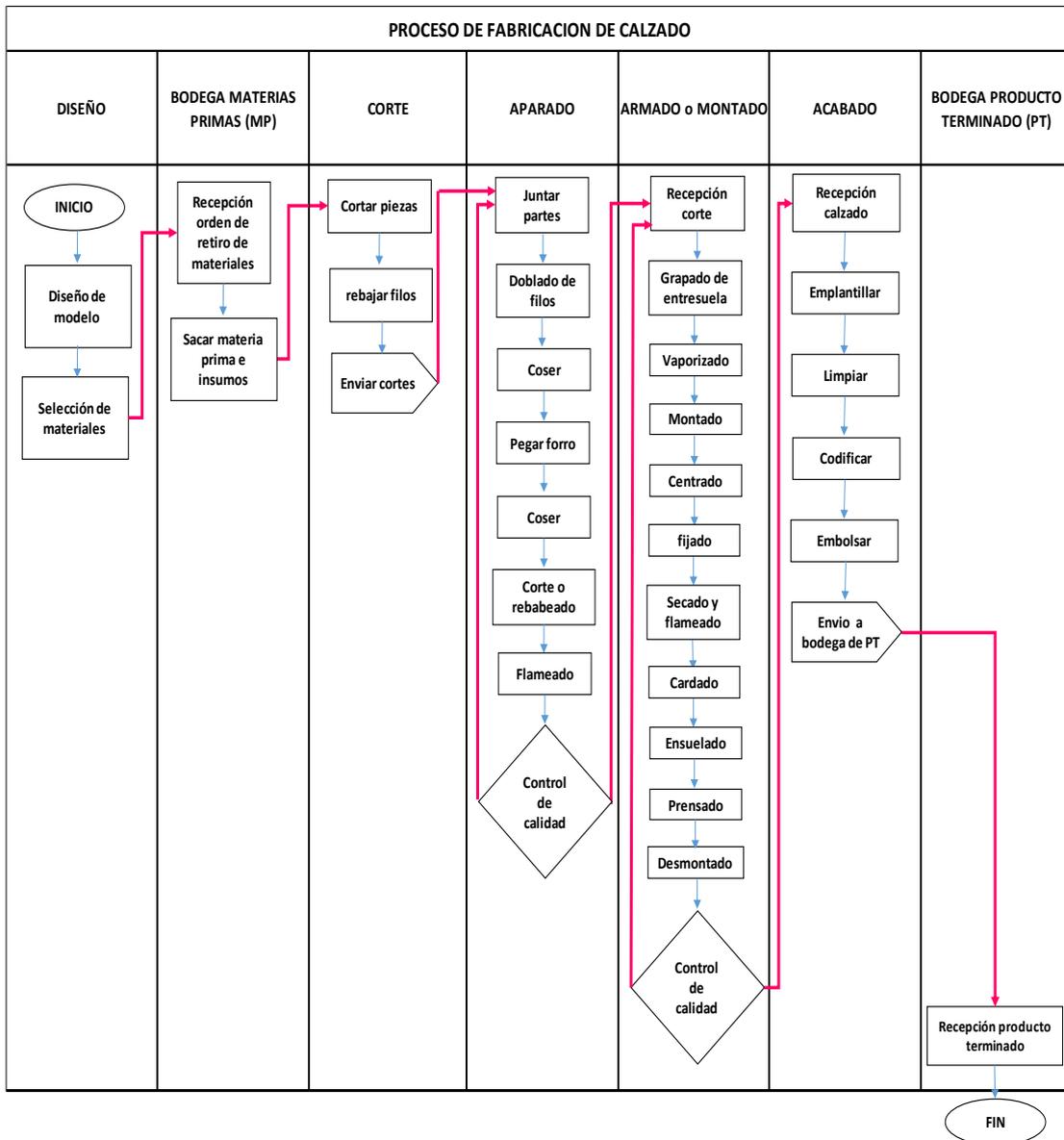
Área de Acabado

En esta área se lleva a cabo las últimas actividades del proceso de fabricación de zapatos, comenzando por colocar la plantilla, algunos la cosen y otros simplemente la pegan, se limpian los filos de la suela para eliminar residuos de pegamento, se codifican para un fácil almacenaje y finalmente se empaca el producto terminado (PT), el cual está listo para ser comercializado.

Bodega de Producto Terminado

Cuando los zapatos están listos dentro de sus respectivas cajas y códigos, estos son llevados a la bodega de producto terminado para que puedan seguir con la cadena de valor y llegar hasta el consumidor final.

Flujograma



CAPITULO IV

Estrategia

El concepto de estrategia se dice que tuvo su origen en el campo militar, para posteriormente ser aplicado en otros campos como el político, religioso, económico, administrativo, cultural y social, que consiste en establecer o definir una serie de pasos, procedimientos y directrices que permitan llegar a un objetivo planteado.

En el campo empresarial es importante determinar objetivos bien definidos, sean éstos a corto, mediano o largo plazo, hacia el cual orientar el rumbo empresarial, en base a los cuales establecerán y desarrollarán las estrategias que les permita analizar tanto factores externos como internos para lograr su cumplimiento, considerando además al capital humano como factor indispensable para su ejecución.

Según Richard L.Sandhusen, en su libro "Mercadotecnia", proporciona la siguiente clasificación de estrategias para el crecimiento del mercado o estrategias de crecimiento para los productos ya existentes y para las nuevas adiciones al portafolio de productos(Sandhusen, 2002):

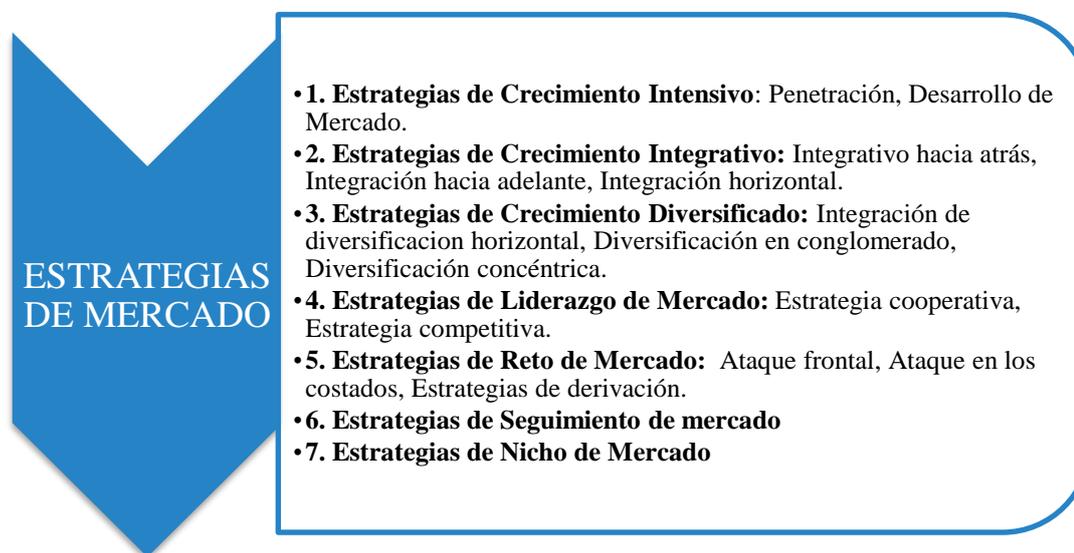


Figura42:Estrategias de Mercado

Fuente:(Sandhusen, 2002).

La estrategia para aplicar en nuestro estudio es la **Estrategia de Crecimiento Integrativo de Integración Horizontal**, la misma que tiene por objetivo principal tener una mayor participación en el mercado mediante la implementación de economías de escala, dando como resultado un mayor control sobre la competencia ya que los costos se reducen, utilizando esta ventaja a conveniencia de la empresa. En la industria del calzado las empresas con mayores recursos absorben a las pequeñas y medianas empresas que consideran son su competencia haciéndolas sus maquilas, esta estrategia les permite tener mayor capacidad de producción, ser pioneros en el desarrollo de nuevos modelos de zapatos, ofrecer mayor variedad de productos y tener mayor control sobre proveedores, competidores y compradores.



Figura 43: Proceso Estrategia Crecimiento Horizontal

Método GAP

El Método GAP permite descubrir las necesidades de una organización y determinar la brecha existente entre lo que están logrando y lo que se pretende alcanzar dentro de los objetivos estratégicos.

En nuestro caso de estudio, la aplicación del método GAP, nos permite analizar la situación en la que se encuentra y hacia donde debería llegar el sector del calzado de la provincia de Tungurahua, mediante la fijación de los siguientes objetivos estratégicos:

Marketing

Productividad

Innovación

Recursos Humanos

Responsabilidad Social

Tabla 41
Objetivo de Marketing

OBJETIVO DE MARKETING		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1. DÓNDE ESTAMOS?	<p>El sector del calzado en Tungurahua representa el 65% de la producción nacional, de los cuales el 50% se destina al mercado nacional y el otro 50% a la exportación. El desarrollo de esta actividad se concentra en micro, pequeños y medianos empresarios.</p> <p>Este sector representa el 1,09% del Producto Interno Bruto (PIB) de Tungurahua</p> <p>El crecimiento del sector del calzado en Tungurahua, debido al impulso a través de las salvaguardas ha incrementado su producción en un 40% y sus ventas en un 30% anuales.</p>	Todas las empresas no tienen definido el proceso de marketing.
2. A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	La tendencia del sector del calzado en Tungurahua es hacia un crecimiento paulatino debido a la alta competencia importada.	La tendencia es mantener las políticas de calidad para sostener su posicionamiento.
3. A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Ser una de las industrias manufactureras que represente al Ecuador en mercados internacionales.	
4. A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	A través de una planificación estratégica bien diseñada ser reconocidos a nivel nacional e internacional.	
OBJETIVO	Aplicar la Planificación Estratégica para determinar un mejor posicionamiento del mercado.	

Tabla 42
Objetivo de Productividad

OBJETIVO DE PRODUCTIVIDAD		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1. DÓNDE ESTAMOS?	<p>El sector de calzado de la provincia de Tungurahua, es considerado como uno de los sectores más representativos a nivel nacional, debido a sus productos de calidad.</p> <p>El sector de calzado de la provincia de Tungurahua, se encuentra bien posicionado a nivel nacional.</p> <p>La industria del calzado creció durante los últimos 8 años un 100% de su producción.</p>	<p>El sector calzado se encuentra en desventaja frente a la competencia de zapato extranjero, por lo que la producción se ha reducido significativamente.</p>
2. A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	<p>La tendencia del sector calzado de la provincia de Tungurahua es ser considerado uno de los más representativos en la economía nacional.</p>	<p>Lograr un mayor crecimiento en la producción y productividad de este sector.</p>
3. A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	<p>La productividad en las industrias del sector calzado de la provincia de Tungurahua se incremente en los próximos años.</p>	
4. A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	<p>Cubrir la demanda nacional e incursionar en mercados extranjeros.</p>	
OBJETIVO	<p>Aumentar la productividad con una adecuada dirección de operaciones que administre eficientemente personal, capital, información y materiales.</p>	

Tabla 43
Objetivo de Innovación

OBJETIVO DE INNOVACION		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1. DÓNDE ESTAMOS?	En el sector del calzado se mantienen procesos manuales.	La mayoría de las industrias del sector de calzado en la provincia de Tungurahua no cuentan con aplicación de tecnología en sus procesos.
2. A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	Implementar innovaciones tecnológicas en la producción del calzado, con el fin de mejorar su proceso e incrementar su producción	A través de CALTU y la Senescyt se busca formar profesionales en áreas de diseño y procesos productivos de calzado.
3. A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Contar con procesos automáticos, mediante la aplicación de tecnología para mejorar los procesos de producción del calzado	
4. A DÓNDE DEBERIAMOS LLEGAR?	Implementar y adquirir tecnología de punta para sus procesos de producción, a través de financiamiento gubernamental.	
OBJETIVO	Desarrollar innovación del sector de calzado con la implementación de tecnología en sus procesos de producción.	

Tabla 44
Objetivo de Recursos Humanos

OBJETIVO DE RECURSOS HUMANOS		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1. DÓNDE ESTAMOS?	El sector del calzado utiliza mano de obra infantil y subempleados, que aunque no sean calificados, por su informalidad y explotación tiene un menor costo.	Las empresas que se dedican a la manufactura del calzado en la provincia de Tungurahua utilizan mano de obra no calificada, pero siempre cuentan con líderes de experiencia que están permanentemente enseñando a los nuevos operarios
2. A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	La tendencia es que las industrias cuenten con mano de obra calificada, remunerada conforme lo establece la Ley.	Reducir la cantidad de empleados de manufactura a través de sistemas automáticos de producción o mantener los mismos con aumentos significativos de producción por medio de estos sistemas.
3. A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Contar con personal calificado, motivado y comprometido que permitan alcanzar los objetivos de la empresa.	
4. A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	A través de una efectiva administración de recursos humanos desarrollar programas de capacitación que aporten en una alta productividad y efectividad, y se cuente con un recurso humano motivado.	
OBJETIVO	Aplicar la administración de recursos humanos orientada a desarrollar programas de capacitación y especialización tecnológica para sus trabajadores, que permitan alcanzar mejores estándares de producción y calidad.	

Tabla 45
Objetivo de Responsabilidad Social

OBJETIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL		
PASO	MERCADO	EMPRESA
1. DÓNDE ESTAMOS?	Actualmente no existen normas que regulen y controlen el uso de las materias primas e insumos necesarios para la producción de calzado, ni mucho menos el destino y/o reciclabilidad de sus desperdicios.	Las empresas no cuentan con un adecuado manejo de desechos de los materiales e insumos que se utilizan en la industria del calzado.
	En el sector del cuero ya hay fuertes regulaciones para el manejo de los desechos, especialmente en lo que a los líquidos se refiere.	
2. A DÓNDE VAMOS SEGÚN LA TENDENCIA?	La tendencia es crear multas e impuestos que regulen o disminuyan los desperdicios de las empresas manufactureras.	A nivel empresarial, la tendencia es buscar productos alternativos y disminuir el volumen de los desperdicios generados durante los procesos.
3. A DÓNDE QUISIÉRAMOS LLEGAR?	Reducir al mínimo los desperdicios generados durante la producción de calzado para minimizar el impacto ambiental de los mismos.	
4. A DÓNDE DEBERÍAMOS LLEGAR?	Crear una conciencia o cultura de responsabilidad social, respecto al manejo de los desperdicios y su impacto en el medio ambiente.	
OBJETIVO	Reducir los desperdicios del sector por medio de la optimización de las materias primas y de los insumos necesarios para la producción de calzado, a fin de reducir el impacto ambiental que éstos producen.	

Utilización del Modelo Multivariante

Regresión Múltiple 1: Preguntas 6, 8 y 5

Tabla 46

Regresión Múltiple 1: Preguntas 6, 8 y 5

Modelo	Coeficientes ^a			t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta		
1 (Constante)	1,562	,312		4,999	,000
Cumple con el trabajo asignado de producción	,374	,143	,180	2,615	,010
La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas	,312	,193	,112	1,619	,107

a. Variable dependiente: Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente.

Fórmula Modelo Multivariante:

$$Y_c = a + bx + cx$$

Donde:

$$a = 1,56$$

$$b = 0,37$$

$$c = 0,31$$

$$x = t; \quad (t = \text{tiempo})$$

$$Y_c = 1,56 + 0,37(2) + 0,31(2)$$

$$Y_c = 1,56 + 0,74 + 0,62$$

$$Y_c = 2,92$$

Tabla 47
Estadísticos preguntas 6, 8 y 5

		Estadísticos		
		Cumple con el trabajo asignado de producción	La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas	Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente
N	Válidos	215	215	215
	Perdidos	29	29	29
Media		1,25	1,12	2,38

Pronóstico	Relación \bar{X}
2.92	1.25
	1.12
	2.38

Figura 44: Yc con relación a la media , variables 6, 8 y 5

Análisis:

Se realiza el método de regresión múltiple con las variables ¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente? (Variable dependiente), ¿Cumple usted con el trabajo asignado de producción? y ¿La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas?(variables independientes).

Una vez realizado el cálculo matemático, se puede observar que el horizonte del pronóstico es de 2,92 que, al relacionarle con las medias de las variables de estudio, se evidencia un crecimiento en el próximo año 2018, lo que denota que los obreros producirán mayor cantidad de zapatos cumpliendo con las políticas de la empresa,

además, la empresa cumplirá con la entrega de los insumos para la producción a tiempo. A continuación detallamos los pronósticos a cinco años:

Tabla 48
Proyección 2018-2022

X	Y
2018	2,92
2019	3,6
2020	4,28
2021	4,96
2022	5,64



Figura 45: Pronóstico 2018-2022

Análisis: en base a los pronósticos con un horizonte de cinco años, se puede observar que nuestras variables tendrán un incremento en los próximos años, lo que representa un aumento en la producción de zapatos, donde el compromiso de los empleadores es entregar los insumos necesarios y el de los empleados cumplir con las tareas asignadas.

Regresión Múltiple 2: preguntas 10, 1 y 4

Tabla 49

Regresión Múltiple 2: preguntas 10, 1 y 4

Modelo	Coeficientes ^a			t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta		
1 (Constante)	1,606	,280		5,729	,000
Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?	-,328	,246	-,092	-1,335	,183
La empresa les proporciona incentivos	,050	,048	,071	1,032	,303

a. Variable dependiente: Su sueldo más incentivos está entre:

$$Y_c = a + bx + cx$$

Donde:

$$a = 1,60$$

$$b = -0,32$$

$$c = 0,50$$

$$x = t; \quad (t = \text{tiempo})$$

$$Y_c = 1,60 - 0,32(2) + 0,50(2)$$

$$Y_c = 1,60 - 0,64 + 1,00$$

$$Y_c = 1,96$$

Tabla 50
Estadísticos preguntas 10, 1 y 4

		Estadísticos		
		Su sueldo más incentivos está entre:	Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?	La empresa les proporciona incentivos
N	Válidos	215	215	215
	Perdidos	29	29	29
Media		1,36	1,02	1,82

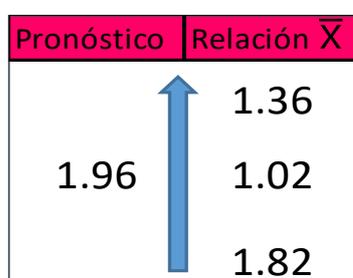


Figura 46: Yc con relación a la media, variables 10, 1 y 4

Análisis:

Se realiza el cruce de las variables ¿Su sueldo más incentivos está en?, ¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo? y ¿La empresa les proporciona incentivos? (variables independientes).

Una vez realizado el respectivo pronóstico, de las variables de estudio, se evidencia que el cálculo dio como resultado 1,96, que al relacionarlo con las medias obtenidas en el análisis univariado del estudio, son menores a la proyección, por consiguiente el proyecto en el próximo periodo tiende a incrementarse. Y su análisis indica que habrá un incremento moderado en los incentivos y la motivación del empleado.

A continuación detallamos los pronósticos a cinco años:

Tabla 51
Proyección 2018-2022

X	Y
2018	1,96
2019	2,14
2020	2,32
2021	2,5
2022	2,68

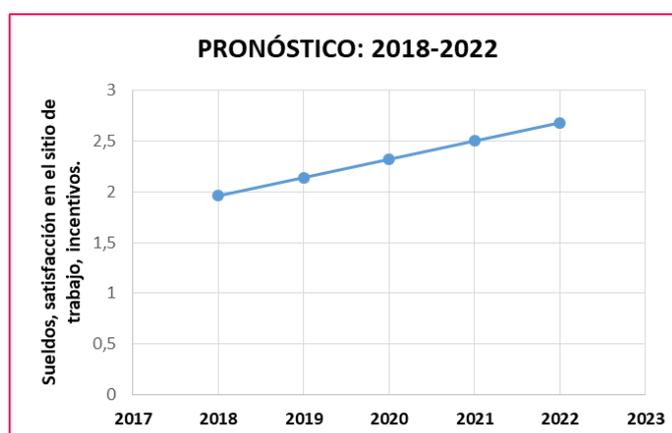


Figura 47: Pronóstico 2018-2022

Análisis: en base a los datos obtenidos del pronóstico, se observa que en un horizonte de cinco años las variables relacionadas en este estudio tendrán un incremento en los próximos años, lo que pronostica una menor rotación de personal, ya que los empleados se sentirán más a gusto en sus sitios de trabajo y se incrementarán los incentivos.

Regresión Múltiple 3: preguntas 10, 2 y 12

Tabla 52
Regresión Múltiple 3: preguntas 10, 2 y 12

Modelo	Coeficientes ^a				
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
1 (Constante)	1,007	,134		7,538	,000

CONTINÚA 

Cree usted que al implementar un método coparticipativo que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?	,060	,040	,101	1,494	,137
Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia	,126	,054	,159	2,351	,020

a. Variable dependiente: Su sueldo más incentivos está entre:

$$Y_c = a + bx + cx$$

Donde:

$$a = 1,00$$

$$b = 0,06$$

$$c = 0,126$$

$$X = t; t = \text{tiempo}$$

$$Y_c = 1,00 + 0,06(2) + 0,126(2)$$

$$Y_c = 1,00 + 0,12 + 0,25$$

$$Y_c = 1,37$$

Tabla 53
Estadísticos preguntas 10, 2 y 12

Estadísticos				
		Cree usted que al implementar un método coparticipativo que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?	Su sueldo más incentivos está entre:	Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia
N	Válidos	215	215	215
	Perdidos	29	29	29
Media		1,41	1,36	2,14

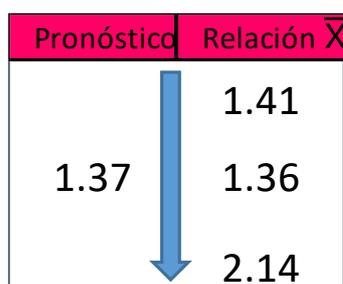


Figura 48: Yc con relación a la media, variables 10, 2 y 12

Análisis:

Se realiza el cruce de las variables ¿Su sueldo más incentivos está en? (Variable dependiente), ¿Cree usted que, al implementar un método de coparticipación, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos? y ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia? (variables independientes).

Una vez realizado el pronóstico y relacionándolo con las medias obtenidas en el análisis univariado del estudio, se evidencia un resultado de 1,37, que comparado con las medias de las variables se determina que son mayores a la proyección, por consiguiente el proyecto en el próximo periodo 2018 tiende a disminuir. Esto significa que los empleados no están dispuestos a aportar con la empresa para el desarrollo de la misma, y la idea de implementar una estrategia coparticipativa

empresario-obrero resulta complicada de introducir en el sector del calzado, lo que determina que la población de obreros al realizar una inversión de cualquier índole, creen que la misma no va tener éxito y van a perder lo invertido, o a su vez el empresario también siente que al tener participación el obrero, este en su momento pueda tener mayor poder en la empresa.

Tabla 54
Proyección 2018-2022

X	Y
2018	1,37
2019	1,55
2020	1,74
2021	1,93
2022	2,11

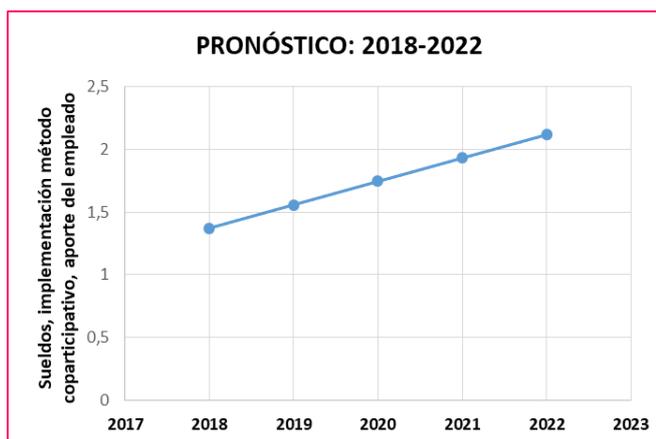


Figura 49: Pronóstico 2018-2022

Análisis: Después de realizado el pronóstico con un horizonte de cinco años, se observa que las variables relacionadas en este estudio tendrán un decremento en el año dos, pero a partir del año tres estas se irán incrementado, esto significa que en el 2018 a los empleados no les atrae la idea de apoyar más a la empresa para incrementar sus ingresos, pero a partir del año 2019 se muestran más interesados en una estrategia coparticipativa que mejore sus ingresos y la de los de la empresa, lo que se traduce que después del año dos, los pronósticos determinan que existirá una mejor relación entre la población de obreros y empresarios creando así una sinergia que permita mejorar como empresa e incluso minimizar a la competencia.

Propuesta Modelo Matemático

En esta propuesta de modelo matemático se pretende evidenciar el costo-beneficio al invertir en incentivos en los trabajadores de las industrias del sector de calzado de la provincia de Tungurahua.

Análisis económico:

Este análisis permite obtener datos cuantitativos de los costos-beneficios logrados al invertir en incentivos a los trabajadores, considerando que esto será un factor de motivación lo cual redundará en mayor rendimiento personal y por ende mayor producción.

Se toma en cuenta las transformaciones que se originan en el proceso de producción o servicios.

Entre los más importantes mencionamos:

- Incremento de la productividad
- La elevación de la calidad
- La disminución de costos
- La disminución de los errores de operación
- El incremento de los niveles de satisfacción de clientes externos e internos
- Las mejoras en la organización del proceso.

Se plantea la siguiente fórmula para el cálculo del análisis económico

$$RCB = \frac{BENEFICIOS}{INVERSION} * 100\%$$

Donde:

RCB = relación costo-beneficio

Tabla 55

Valoración RCB

Si el valor obtenido es mayor al 10%	Significa que los beneficios son mayores a la inversión.
Si es 10%	Significa que no se obtuvo beneficios ni pérdidas entonces se considera poco favorable.
Si el valor obtenido es menor al 10%	Quiere decir que la inversión no obtuvo beneficios por lo que es considerada desfavorable.

Aplicación:

- Calzado Bull International tiene como producción promedio 2000 pares mensuales
- Nivel óptimo de producción 2650
- Incentivo de 500 dólares mensuales
- Incremento de producción 650 pares
- Produciendo 2000 pares el costo promedio es de 13,00 dólares
- Produciendo 2650 pares el costo promedio es de 10,50 dólares

BENEFICIO: $\$13,00 - \$10,50 = \$2,50$

$\$2,50 \times 2650 = \6625

Entonces: $RCB = \frac{\$6625,00}{\$500,00} \times 100\%$

$RCB = 13,25\%$

Al obtener un resultado de 13,25% quiere decir que los beneficios son mayores que la inversión, por lo que el proyecto se considera favorable.

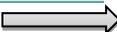
CAPITULO V

Conclusiones y Recomendaciones

Tabla 56

Conclusiones y Recomendaciones

CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
CAPÍTULO I: Teorías de Soporte	
Según las teorías de soporte de Administración de la Producción y Operaciones se concluye que los tres autores coinciden con la importancia de la gestión participativa de los empleados o trabajadores, mediante la optimización de recursos financieros, materiales y humanos, a fin de obtener mejores resultados en la manufactura de un determinado producto.	Se recomienda que los productores de calzado de la provincia de Tungurahua, desarrollen como lo determina la teoría de soporte mencionada.
CAPÍTULO II: Estudio de mercado	
A través de la pregunta 2: ¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?, un gran porcentaje de trabajadores manifiestan que se encuentran satisfechos, lo que determina que el clima laboral en la empresa es bueno y hace que el trabajador se sienta motivado en su jornada diaria.	Se recomienda que el clima laboral se mantenga para que los trabajadores se sientan a gusto en sus sitios de trabajo y se logre un mayor compromiso para con la empresa.
De la pregunta 5: ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?, se determina que la mayoría de trabajadores coinciden que su aporte para la empresa es entregando un producto de calidad.	Se recomienda que los trabajadores continúen siendo motivados por parte de sus empleadores, a fin de que mejoren su producción y mantengan la calidad de su producto.

CONTINÚA 

CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
CAPÍTULO III: Estudio técnico	
<p>El proceso de la elaboración de zapatos determina que existen varias fases en su producción, en el que se invierten una serie de materiales e insumos, hasta llegar a su producto final.</p>	<p>Realizar el proceso de producción optimizando todos los recursos de la empresa, con el fin de que se gaste menos y se produzca más.</p>
CAPÍTULO IV: Método GAP	
<p>El método GAP en relación a la Productividad determina que mediante la aplicación de un clima organizacional eficiente y efectivo se mejoraría la productividad de los trabajadores.</p>	<p>Se recomienda en el presente estudio la utilización del método GAP para mejorar la productividad de los trabajadores del sector calzado de la provincia de Tungurahua.</p>
CAPÍTULO V: Propuesta	
<p>El estudio matemático determina que, a mayor rendimiento, mayor producción, por consiguiente habrá mayor capacidad económico-financiera para la empresa.</p>	<p>Aplicar el modelo matemático</p>

Referencias

- 20minutos. (11 de octubre de 2013). *Diario español 20minutos*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/1944193/0/empleados-mundo/ir-a-trabajar/crisis-economica/>
- 7Graus. (17 de 07 de 2017). *Significado de Estrategia - Qué es, Concepto y Definición - Significados*. Obtenido de Significado de Estrategia - Qué es, Concepto y Definición - Significados: <https://www.significados.com/estrategia/>
- Adam, E., & Ebert, R. (1991). *Administración de la producción y las operaciones: conceptos, modelos y funcionamiento*. Mexico: Pearson educacion.
- Adecco. (11 de 2014). *¿Se siente feliz en su trabajo con sus labores y responsabilidades?* Obtenido de <http://mundoadecco.com/que-tanto-estan-los-colombianos-satisfechos-en-sus-lugares-de-trabajo/>
- Alonso Sangregorio, M., & Llamazares Sánchez, L. (08 de 2009). *Humanismo y TS-nº 08 (2009) - buleria - Universidad de León*. Obtenido de <https://buleria.unileon.es> › Revistas › Humanismo y Trabajo Social
- Antonio Antonio, E. (24 de 06 de 2015). *Importancia de la optimización de recursos en la empresa*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/importancia-de-la-optimizacion-de-recursos-en-la-empresa-ensayo/>
- Arias, S. (11 de 05 de 2013). *Tamaño, localización, materias primas*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/saira90/tamano-localizacion-materias-primas>
- Arnoletto, E. J. (2000). *Administración de la producción como ventaja competitiva*. reimpressa.
- Billikopf Encina, G. (19 de 10 de 2006). *Administración Laboral Agrícola*. Obtenido de <https://nature.berkeley.edu/ucce50/agro-laboral/7libro/12s.htm>
- Cabrera Moya, D. R., & Hastamory Rubiano, C. A. (2012). Plan de negocios: una opción de futuro para el administrador de empresas lasallista. *Gestión y Sociedad*, 174.
- Cámara de Industrias de Tungurahua (CIT). (07 de 03 de 2016). <https://camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com/2016/03/07/tungurahua-abarca-el-44-de-produccion-en-calzado-ecuadoriano/>. Obtenido de

<https://camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com/2016/03/07/tungurahua-abarca-el-44-de-produccion-en-calzado-ecuatoriano/>

Cancela, R., Cea, N., Galindo, G., & Valilla, S. (2010). *Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto*. Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Ex-Post-Facto_Trabajo.pdf

Cerda, H. (2008). *Elementos de la Investigación*. Mexico: Panamericana.

Colegio de Bachilleres de México. (2002). *Economía I*. Obtenido de http://www.conevyt.org.mx/bachillerato/material_bachilleres/cb6/5sempdf/economia1pdf/econ1_f1.pdf

Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *Organización de la producción y dirección de operaciones*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.

De conceptos. (20 de 07 de 2017). *De conceptos.com*. Recuperado el 25 de 07 de 2017, de De conceptos.com: deconceptos.com/general/incidencia

Debitoor. (10 de 07 de 2017). *Debitoor*. Recuperado el 25 de 07 de 2017, de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>

Definición ABC. (23 de 08 de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/social/obrero.php>

Definición.Mx. (21 de 07 de 2017). *Definición de Producción - Qué es y Concepto*. Obtenido de Definición de Producción - Qué es y Concepto: <https://definicion.mx/produccion/>

Definicionyque.es. (21 de 07 de 2017). *Definicionyque.es*. Obtenido de Definicionyque.es: <http://definicionyque.es/obrero/>

Diario expreso. (24 de Mayo de 2014). *Diario expreso.ec*. Obtenido de http://www.expreso.ec/historico/optimizar-recursos-la-mejor-gestion-Mdgr_6271118

Diccionario Actual. (22 de 07 de 2017). *Diccionario Actual*. Recuperado el 22 de 07 de 2017, de Diccionario Actual: <https://diccionarioactual.com/incidencia/>

El Comercio. (23 de marzo de 2015). *elcomercio.com*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/produccion-calzado-deportivo-ecuador-salvaguardia.html>

- El Telégrafo. (20 de julio de 2013). *eltelegrafo.com*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/industria-del-calzado-se-duplico-en-cinco-anos>
- Flacso-Mipro. (30 de 08 de 2012). *Boletín mensual de análisis sectorial de MiPymes*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/eylr5lx0vxvy7c3saz5ntwnsv5rcxy.pdf>
- Fuentelsaz, C. (2004). *Cálculo del tamaño de la muestra*.
- GAD. (21 de 07 de 2016). Obtenido de <http://www.ambato.gob.ec/ambato-demuestra-su-liderazgo-en-la-industria-del-calzado#>
- Graterol, R. (2009). *La Investigación de Campo*. Obtenido de <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf>
- Guillén, P. (24 de 09 de 2011). *Management, Estrategia empresarial y modelos de negocio*. Obtenido de <http://www.blandi.org/fguillen/2011/1548/#.Wfyrggicziv>
- Heizer, J., & Render, B. (2007). *Dirección de la Producción y de Operaciones*. Madrid: Pearson Educacion.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hi.
- Hernández, R. F. (2010). *Metodología de le investigación*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Hidalgo, A. (1998). *El Pensamiento Económico sobre Desarrollo*. Obtenido de <http://www.uhu.es/antonio.hidalgo/documentos/pesd.pdf>
- INEC. (2010). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- INEC. (2014). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf

- La Hora. (08 de 05 de 2008). Aumento de sueldos=inflación. *Aumento de sueldos=inflación*.
- La Hora. (29 de 02 de 2016). *Sector de calzado disminuye su producción*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101920083/sector-de-calzado-disminuye-su-produccion>
- Líderes. (12 de 04 de 2015). *Milplast, un proveedor de suelas*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/milplast-proveedor-suelas-zapatos-ecuador.html>
- López, J. (2005). *Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. Gestión en el tercer milenio*. Obtenido de *Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. Gestión en el tercer milenio*.: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9692>
- Lozada, J. (Diciembre de 2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*. Obtenido de <http://www.uti.edu.ec/documents/investigacion/volumen3/06Lozada-2014.pdf>
- Mantilla Vargas, F. A. (2015). *Técnicas de muestreo, un enfoque a la Investigación de Mercados*. Quito.
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competividad. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec>
- Moreno, M. G. (s/f). *Introducción a la metodología de investigación educativa. Progreso*. Progreso.
- Oficina Internacional del Trabajo. (1998). *Informe sobre el trabajo en el mundo 1998-1999: empleabilidad y mundialización. Papel fundamental de la formación*. Ginebra: International Labour Organization.
- Ojeda, J., Quintana, A., Jiménez, P., Crespo, G., & Viteri, D. (2016). Protocolo de investigación. (U. d. ESPE, Ed.) *Yura: Relaciones internacionales*, 5(1), 1 - 20.
- Pobea, M. (2015). *La encuesta* . Obtenido de <http://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf>

- Quintana, J. J. (10 de 08 de 2010). *Glosario: definiciones de términos empresariales / bsA [Rethinking ...* Obtenido de Glosario: definiciones de términos empresariales | bsA [Rethinking ...: <http://www.bsarethinkingarchitecture.com/2010/08/10/glosario-definiciones-de-terminos-empresariales/>
- Ramos Stolle, A., Diéguez Fernández, R., Rivero Fernández, D., & Gallego Rodríguez, E. (15 de 05 de 2001). Formas de cooperación y sus implicaciones contables en un contexto internacional. Una referencia a la pyme gallega. *Revista Galega de Economía*, 8. Obtenido de Revista Galega de Economía: http://www.usc.es/econo/RGE/Vol%2010_1/Castelan/Formas%20de%20Cooperaci%3n....pdf
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. España.
- Rivera, A. (2011). El Utilitarismo de Jeremy Bentham - Fundamento de la teoría de León Walras. *Cuadernos de Economía*, 1.
- Rodríguez Cordovilla, V. G. (2011). *332 Ing.pdf - Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1319/1/332%20Ing.pdf>.
- Rodríguez, F. (2007). *Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa*. Paradigmas.
- Salvador Figueras, M. (2000). *Introducción al Análisis Multivariante*. Obtenido de *Introducción al Análisis Multivariante*: <http://www.5campus.com/leccion/anamul>
- Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- Sandhusen, R. L. (2002). *Mercadotecnia*. España: Continental.
- Socorro Márquez, F. O. (14 de 06 de 2004). *Estabilidad laboral, otro paradigma que cambia*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estabilidad-laboral-otro-paradigma-que-cambia/>
- Taborga, C., Valdivieso, R., & Valdivieso, O. (2011). *Determinación del tamaño muestral mediante el uso de árboles de decisión*. Obtenido de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDifF/RePec/iad/wpaper/0311.pdf>

- Thompson, I. (15 de 06 de 2017). *Promonegocios.net*. Recuperado el 25 de 07 de 2017, de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>
- Universidad Interamericana para el Desarrollo. (2010). Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/IM/S09/IM09_Lectura.pdf
- Wang, S. (2015). *emmerald* .
- Ximénez Gómez, M. C., & San Martín Castellanos, R. (2013). *Fundamentos de las técnicas multivariantes*. Madrid: UNED Ediciones.
- Ynfante T., R. (26 de 11 de 2008). *GestioPolis*. Obtenido de Los incentivos y la motivación laboral: <https://www.gestiopolis.com/los-incentivos-y-la-motivacion-laboral/>

Anexos**ENCUESTA FINAL****APLICADA A LOS TRABAJADORES EN LAS INDUSTRIAS DEL SECTOR CALZADO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Encuesta propuesta por las Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas para el Proyecto de Tesis:

1. ¿La empresa les proporciona incentivos?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

2. ¿Se siente usted a gusto en su sitio de trabajo?

- Si
- No

3. ¿Los incentivos proporcionados por su jefe o la empresa son por cumplimiento en?

- Ventas
- Producción
- Puntualidad

4. ¿Su sueldo más incentivos está en?

- Entre 1-375 \$
- Entre 375-750 \$
- Entre 751-1125 \$
- Más de 1125 \$

5. ¿Cómo usted podría aportar para que la empresa sea mejor que la competencia?

- Cuidando y no desperdiciando la materia prima
- Realizando un producto de calidad
- Entregando puntualmente los pedidos

6. ¿Sabe usted de dónde provienen los insumos y materias primas de su trabajo?

- Elaboración propia
- Compra en almacenes
- Alianzas estratégicas con otras empresas

7. ¿Cree usted que, al cuidar y no desperdiciar las materias primas e insumos, está garantizando su estabilidad laboral?

- Si
- No

8. ¿Cuántos pares de zapatos produce la empresa mensualmente?

- Menos de 1000 pares
- De 1000- 2000 pares
- De 2001-4000 pares
- Más de 4000 pares

9. ¿Cumple usted con el trabajo asignado de producción?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

10. ¿La producción de la empresa respecto a otros años es?

- Igual
- Se incrementó
- Disminuyó

11. ¿La empresa le proporciona las herramientas e insumos para cumplir con las tareas asignadas?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

12. ¿El gerente o dueño se muestra empático con los problemas de los trabajadores?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

13. ¿Cree usted que, al implementar un método de coparticipación, que consiste en una mayor optimización, preocupación y cuidado de los recursos de la empresa, usted podría incrementar sus ingresos?

- Si
- No
- Tal vez

¡Gracias por su colaboración!

ENCUESTA FINAL**APLICADA A LOS EMPRESARIOS DE LAS INDUSTRIAS DEL SECTOR CALZADO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Encuesta propuesta por las Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas para el Proyecto de Tesis:

1. El promedio de ventas mensuales de este año versus el año pasado se:

- Incrementó
- Disminuyó
- Se mantiene igual

2. ¿Estaría usted dispuesto a aplicar estrategias de coparticipación empresarial obrero-patrono con el fin de incrementar los ingresos de su empresa?

- SI
- NO
- Tal vez

3. ¿En la actualidad proporciona usted incentivos a su personal?

- SI
- NO

4. ¿Qué tipo de incentivos aplica o aplicaría usted para obtener mayor productividad?

- Económicos
- Reconocimiento laboral
- Cursos de Capacitación Técnica
- Recreativos

5. ¿Cómo cree usted que los empleados pueden aportar para que su empresa sea mejor que la competencia?

- Optimizando los recursos de la empresa
- Realizando un producto de calidad
- Entregando puntualmente los pedidos
- Todas las anteriores

6. ¿Cómo garantiza usted la provisión de insumos y materias primas?

- Utilizando el método de producción Just In Time
- Manteniendo un stock de seguridad
- Realizando alianzas estratégicas con los proveedores.

7. Los insumos y materias primas de su trabajo provienen de:

- Elaboración propia
- Compra a proveedores locales
- Importaciones
- Alianzas estratégicas con otras empresas del sector
- Todas las anteriores

¡Gracias por su colaboración!

Fotografías del Trabajo de Campo



Figura 50: Encuesta a trabajador Área de Corte



Figura 51: Encuesta a trabajadora Área de Empaque



Figura 52: Ingreso Empresa MilPies



Figura 53: En Creaciones Pazmiño en Cantón Cevallos