



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**“RELACIÓN ENTRE LA PRODUCTIVIDAD Y LAS UTILIDADES
EN LA EMPRESA NOVAPLAZA DE LA CIUDAD DE HUARAZ -
2016”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR: BACH. DÍAZ MEJÍA YESENIA MAGALY

HUARAZ – 2016

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a Dios por el apoyo recibido en amor, fe, sabiduría y conocimientos y por haberme dado una hermosa familia.

A mis queridos padres quienes con esfuerzo supieron conducirme por el camino del bien para ser una mejor persona. A mis hermanos quienes con sus consejos reforzaron mi esfuerzo en mi carrera profesional.

De manera especial a los administrativos de la empresa Novaplaza de la ciudad de Huaraz quienes contribuyeron directamente con la presente investigación.

Yesenia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos mis amigos de la Universidad Alas Peruanas con quienes compartí momentos académicos y de sana diversión hicieron posible para terminar con éxito la presente tesis.

A la Universidad Alas Peruanas Filial Huaraz por la formación profesional recibida, a los docentes quienes se esforzaron en brindarnos una formación profesional adecuada y acorde con la realidad actual, así como por los consejos recibidos.

A los trabajadores de la empresa Novaplaza de la ciudad de Huaraz por darme los espacios, datos e información para la concreción de la presente investigación.

La Autora

RECONOCIMIENTO

La realización de la presente investigación de pre grado fue posible gracias a la formación profesional que me brindaron los docentes de la Universidad Alas Peruanas - Filial Huaraz, a los docentes de investigación y a los compañeros con quienes compartimos momentos académicos de investigación.

A la asesoría del docente Dr. Fernando Vega Huincho, quien con dedicación y paciencia me brindó los conocimientos en cuanto a la metodología, interpretación y análisis de los datos estadísticos obtenidos en la presente investigación.

Yesenia

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RECONOCIMIENTO	iv
RESUMEN	IX
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I : PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Descripción de la realidad problemática	2
1.2. Delimitación de la investigación	4
1.2.1. Delimitación Espacial	4
1.2.2. Delimitación Social	4
1.2.3. Delimitación Temporal	4
1.2.4. Delimitación Conceptual	4
1.3. Problemas de investigación	5
1.3.1. Problema Principal	5
1.3.2. Problemas Secundarios	5
1.4. Objetivos de la investigación	6
1.4.1. Objetivo General	6
1.4.2. Objetivos Específicos	6
1.5. Hipótesis y variables de la investigación	7
1.5.1. Hipótesis General	7
1.5.2. Variables (definición conceptual y operacional)	7
1.6. Metodología de la investigación	9
1.6.1. Tipo y nivel de Investigación	9
1.6.2. Método y Diseño de la Investigación	10
1.6.3. Población y Muestra de la Investigación	10
1.6.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	11
1.6.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación	12

CAPITULO: II MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes	14
2.2. Bases Teóricas	22
2.2.1. Fundamentos Teóricos de la de la productividad	22
2.2.2. Fundamentos teóricos de la Utilidad	46
2.3. Definición de términos básicos	49
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	52
3.1. Análisis de variables	52
3.1.1. Productividad representada en ventas semanales	52
3.1.2. Utilidad y Ventas	57
3.2. Validación y confiabilidad de instrumento	61
3.3. Prueba de Hipótesis	63
3.4. Discusión de resultados	68
Conclusiones	70
Recomendaciones	72
Fuentes de información	73
ANEXO 01 Matriz de consistencia	77
ANEXO 02 Ficha de Registro	79
ANEXO 03 Validación de Instrumento	85

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Operacionalización de las variables	8
Tabla 2. Productos e insumos de cálculo de la productividad	26
Tabla 3. Productos e insumos de cálculo de la productividad	27
Tabla 4. Total de venta por familia de productos	52
Tabla 5. Indicadores de Productividad de la empresa NovaPlaza según las unidades vendidas	54
Tabla 6. Indicadores de Productividad de la empresa Nova Plaza según el ingreso por unidades vendidas	56
Tabla 7. utilidad bruta por familia de producto	57
Tabla 8. Indicadores de Utilidad de la empresa Nova Plaza semanal	59
Tabla 9. Indicadores de Utilidad de la empresa Nova Plaza mensual y anual	60
Tabla 10. Resumen estadístico de variables en las familias de productos	61

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Producción y productividad	26
Figura 2: Beneficios de la productividad	30
Figura 3: Ciclo de vida de la productividad	32
Figura 4: Tipos de productividad	33
Figura 5. Total de ventas por familia de productos	53
Figura 6. Utilidad Bruta por Familia de producto	58

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016. El estudio corresponde al enfoque de investigación cuantitativa, aplicada, de diseño no experimental descriptivo correlacional, transversal.

Para la recolección de datos se tomó una muestra de los productos que ofrece la empresa NOVAPLAZA (venta de bebidas y licores, venta de golosinas, ventas de productos de limpieza e higiene, venta de productos básicos) para recabar la información sobre la productividad y las utilidades de los productos se realizó una entrevista estructurada al administrador, que nos permitió analizar las variables de productividad y utilidades.

El resultado obtenido demuestra que existe una relación entre productividad y las utilidades en la empresa NOVAPLAZA, para lo cual se utilizó la Prueba Rho de Spearman nos da como resultado la significancia bilateral ($\text{Sig.}=0.032$), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), entonces hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula, cabe mencionar que la productividad de la empresa NOVAPLAZA se caracteriza por presentar porcentajes similares de ventas en ambos locales (NOVAPLAZA Simón Bolívar = 47,23% y NOVAPLAZA Av. Luzuriaga = 52,77%). Los productos que más contribuyen a las ventas y a la productividad son las bebidas y licores (37,21%) y los productos básicos (45,75%). En relación a la utilidad, los productos de bebidas y licores (33,81%) y productos básicos (41,75%) son los que más contribuyen a la utilidad.

Palabras clave: Productividad, utilidades, eficiencia, capacitación.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between productivity and profits in the two NOVAPLAZA companies in the city of Huaraz, 2016. The study corresponds to the quantitative, applied, non-experimental descriptive, correlational, cross-sectional research approach.

For the collection of data, a sample of the products offered by the company NOVAPLAZA was taken (sale of beverages and liquors, sale of sweets, sales of cleaning and hygiene products, sale of basic products) to collect information on productivity and utilities of the products a structured interview was made to the administrator, which allowed us to analyze the variables of productivity and profits.

The result obtained shows that there is a relationship between productivity and profits in the NOVAPLAZA company, for which Spearman's Rho Test was used, resulting in bilateral significance (Sig = 0.032), it is below the maximum error level permissible ($\alpha = 0.05$), then there is sufficient evidence to reject the null hypothesis, it is worth mentioning that the NOVAPLAZA company's productivity is characterized by similar percentages of sales in both premises (NOVAPLAZA Simón Bolívar = 47.23% and NOVAPLAZA Av. Luzuriaga = 52.77%). The products that contribute the most to sales and productivity are beverages and spirits (37.21%) and basic products (45.75%). In relation to the profit, the products of beverages and liquors (33.81%) and basic products (41.75%) are those that contribute the most to the utility.

Keywords: Productivity, profits, efficiency, training.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo de los negocios y el emprendimiento está en aumento, por eso la presente investigación abarca la realidad problemática de la productividad y las utilidades. La productividad constituye una de las variables fundamentales que determinan en el largo plazo el crecimiento y/o desarrollo económico de un país. En palabras de Krugman (1994: 11). La productividad no lo es todo, pero lo es casi todo en el largo plazo. La habilidad de un país para mejorar sus estándares de vida depende casi enteramente de su habilidad de aumentar su producción por trabajador.

En la presente investigación nos enfocamos de la siguiente manera. En el capítulo I se presenta el planteamiento de la investigación, el problema, los objetivos, la justificación y las limitaciones de la misma ya que estos componentes establecen vínculos esenciales y obligatorios, porque con la correcta formulación de estos es premisa básica para el futuro y el éxito de la investigación.

En el capítulo II encontramos al marco teórico, con informaciones nacionales e internacionales para el conocimiento de la investigación, y en las bases teóricas se conceptualizará y se profundizará la productividad y las utilidades, mediante la revisión bibliográfica; y ellos un pilar fundamental de la presente investigación.

En el capítulo III se abordan la hipótesis y las variables; como las hipótesis generales y secundarias.

En el capítulo IV se analiza la presentación, análisis e interpretación de resultados, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Hoy en día la competencia entre empresas comerciales es cada vez mayor obligándoles a que estén en constante mejora de sus prácticas administrativas y de prestación de servicios de ventas, primero porque el cliente en la actualidad se ha vuelto más exigente, buscando más calidad y segundo porque existe mayor número de empresas que están en competencia con las que existen y con las que en se implementarían en el futuro. Frente a una situación en donde es necesario desarrollar alternativas que permitan aprovechar las fortalezas y oportunidades que las diferencien y posicionen en un nivel superior con respecto a sus competidores. Para alcanzar los objetivos y mejorar la competitividad, es esencial conocer el nivel de productividad de las áreas, y trabajadores de la empresa.

Es fundamental que las empresas tengan una cultura de la productividad, es decir que los trabajadores de los centros comerciales conozcan que la productividad es un indicador muy importante para la empresa porque permite mejorar los ingresos y como consecuencia de ello a las utilidades de las empresas. La productividad y la eficiencia son objetos de una búsqueda

constante por parte de las empresas modernas y su consecución es la finalidad de las empresas modernas y competitivas.

Las principales características de la productividad en el Perú desde una perspectiva internacional. Resaltan que la alta brecha negativa de productividad que exhibe el Perú respecto de las economías desarrolladas se relaciona básicamente con las diferencias institucionales y de capital humano que existen actualmente. Esta perspectiva agregada ayuda a racionalizar la contribución de los arreglos institucionales y macroeconómicos en la productividad, evidencia que no es exclusiva del Perú y se encuentra en diversas economías similares a la peruana. Teóricamente, la productividad se define como el valor del producto por unidad de insumo. Entonces, con la misma cantidad de insumos, si la productividad es baja, el producto resultante será bajo; pero si la productividad es alta, el producto resultante será alto. No obstante, en la práctica, al ser una variable no observable, su medición es difícil y está condicionada a la calidad de los datos, lo cual explica que la literatura que mide la productividad en el Perú sea aún escasa.

La economía peruana registró un crecimiento económico de 3.2% entre 1980 y 2014; el factor trabajo ha contribuido con 0.9%, el factor capital ha contribuido con 1.9% y el restante 0.4% se debe a la productividad de los factores. Al desagregar por décadas, la contribución de la productividad en el crecimiento económico se ha venido incrementado sistemáticamente; de este modo, y en la década de mayor crecimiento económico (2001-2010), la productividad contribuyó con 2.9%. (Céspedes, Lavado y Ramírez, 2010).

En el ámbito local analizaremos la empresa Nova Plaza, se realizan funciones de compra y ventas de diversos tipos de productos los cuales son vendidos a clientes de la ciudad de Huaraz. Estas empresas disponen de personal en el área de ventas, almacén y control. Por cada área existen personal que cumplen sus funciones pero no se están midiendo o controlando la productividad de cada uno de los trabajadores y como equipo; tampoco se analiza las utilidades generadas por cada tipo de productos. El problema que se presentan en las empresas de Minimarquet es el desconocimiento de la

productividad de los trabajadores y las utilidades generadas por concepto de ventas de los productos de los tipos de productos que constituyen los ingresos de la empresa.

En ese sentido, la presente investigación pretende conocer la relación entre la productividad y las utilidades que se genera en la empresa Nova plaza. La empresa en el corto y mediano plazo tendría que analizar la productividad y sus utilidades, de esta manera poder posicionarse en el mercado local nacional e internacional.

La presente investigación busca estudiar las características de la productividad del personal a nivel individual y como equipo, estudiar el comportamiento de las utilidades por cada clasificación de los productos y determinar las relaciones que pudieran existir entre ambas variables.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Delimitación Espacial

La presente investigación se desarrollará en las 2 empresas de Nova plaza ubicada en Jr. Simón Bolívar N°793 y la otra en ubicada en la Av. Luzuriaga N° 882 en la ciudad de Huaraz, 2016.

1.2.2. Delimitación Social

La investigación comprende al gerente y los colaboradores de la empresa NOVAPLAZA de la ciudad de Huaraz, 2016

1.2.3. Delimitación Temporal

La investigación comprende los meses de: febrero, marzo, abril y mayo, junio y julio del año 2016.

1.2.4. Delimitación Conceptual

El presente trabajo de investigación desarrolla como tema de estudio la productividad y las utilidades en la empresa NOVAPLAZA de la ciudad de Huaraz.

La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o productos) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos).

VELASQUEZ, (1995) menciona que “El reparto de utilidades se refiere a los arreglos permanentes bajo los cuales los trabajadores reciben regularmente, además de sus sueldos y salarios, una participación en alguna base predeterminada, en sus utilidades generadas. La suma que les corresponde a los trabajadores varía con el nivel de utilidades.

Las utilidades son las ganancias de la persona o la empresa; lo que queda en dinero después de que han sido considerados todos los costos de producción.

1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema Principal

- ¿De qué manera se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016?

1.3.2. Problemas Secundarios

- ¿Cómo se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores?
- ¿Cómo se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas?

- ¿De qué manera se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de producto de limpieza e higiene?
- ¿De qué manera se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Determinar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores.
- Analizar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas.
- Identificar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de producto de limpieza e higiene.
- Analizar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos

1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Hipótesis General

- Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016.

1.5.2. Hipótesis secundarias

- Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores.
- Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas.
- Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de producto de limpieza e higiene.
- Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos.

1.5.3. Variables (definición conceptual y operacional)

En la presente investigación se conceptualiza las variables de productividad y utilidades en la empresa NOVAPLAZA.

- La productividad implica la mejora del proceso productivo, la mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o productos) y

los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos).
Carro & Gonzales,(p.3)

- Velásquez, (1995) menciona que “El reparto de utilidades se refiere a los arreglos permanentes bajo los cuales los trabajadores reciben regularmente, además de sus sueldos y salarios, una participación en alguna base predeterminada, en sus utilidades generadas. La suma que les corresponde a los trabajadores varía con el nivel de utilidades.

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
V. 1. Productividad	Esta variable se mide en función de los indicadores de las dimensiones que se consideran para las empresas comerciales, la productividad está representada por las entradas y salidas y los múltiples factores estos resultados.	Entradas	Unidades vendidas	1.	Cuantitativo
			Ingresos por unidades vendidas	2.	
			Ingreso por líneas de productos	3.	
		salidas	Número de vendedores	4.	
			Número total de trabajadores	5.	
			Salario de vendedores	6.	
			Salario de total de trabajadores	7.	
			Costo total de mercaderías	8.	
			Costo de mercaderías por línea de productos	9.	
			Costo total de la empresa del periodo Costos de publicidad	10.	
V. 2. Utilidad de la empresa NOVAPLAZA de la ciudad de Huaraz 2016	Esta variable se mide en función de las dimensiones y los indicadores	Ventas	Importe de las ventas totales	11.	Cuantitativo
		Costo de ventas	Importe de costos de mercaderías vendidas	12.	
		Gastos operativos	Gastos de administración	13.	
			Gastos de ventas	14.	
		Gastos/ingresos financieros	Ingresos financieros	15.	
			Egresos financieros	16.	
Impuesto a la renta	Importe del impuesto a la renta	17.			

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Tipo y nivel de Investigación

a. Tipo de Investigación

El tipo de la presente investigación es aplicada, ya que el estudio busca la solución de problemas teniendo como respaldo todas las teorías de la investigación básica, donde nos permite relacionar la productividad y las utilidades en la empresa Nova Plaza de la ciudad de Huaraz, 2016.

Tevni (2000) “La investigación aplicada, guarda íntima relación con la básica, pues depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica y se enriquece con ellos, pero se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar.”

b. Nivel de Investigación

El nivel de investigación que es descriptiva correlacional porque nos permite describir y correlacionar las variables de la productividad y las utilidades en la empresa NovaPlaza de la ciudad de Huaraz 2016.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen que este método se estudiará el problema de investigación describiendo las variables sin afectar el problema ni manipular alguna variable. Las variables a describir serán la relación que existe entre la productividad y las utilidades.

1.6.2. Método y Diseño de la Investigación

a. Método de la Investigación

En mi estudio se utilizó el método hipotético deductivo por formar parte del enfoque cuantitativo. Ruiz y Ayala (1998) La validez de una idea científica (una hipótesis) se establece derivando (deducción) sus consecuencia con respecto al mundo real y procediendo a averiguar si la predicción derivada es correcta o no. Se dice que el método científico es por lo tanto hipotético-deductivo.

b. Diseño de la Investigación

EL nivel de investigación fue no experimental porque en la investigación no se manipuló las variables.

Hernández, et al. (2010) Señala que “la investigación se basa en las relaciones de variables, apoyándose en el método hipotético deductiva.

1.6.3. Población y Muestra de la Investigación

a. Población

Para Hernández, et al. (2010) “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

Está conformada por las entradas y salidas de los productos y las líneas de productos en la empresa NOVAPLAZA, dicha información se recabará del administrador y los colaboradores.

Personal de la empresa	Cantidad
Gerente	1
Colaboradores	35
TOTAL	36

Fuente: Área de Recursos Humanos

b. Muestra

Para Tamayo (1998) la muestra es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada

Dado que el tamaño de la población es pequeño, se ha optado por trabajar con toda la población, por lo que no existe tamaño de muestra.

1.6.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas

La técnica que se utilizó en la presente investigación es la entrevista al gerente quién nos brindó las facilidades para recabar la información correspondiente a nuestra investigación y la encuesta.

Instrumentos

Según Bernardo y Calderero (2000) consideran que el instrumento es un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información.

El instrumento utilizado fue el cuestionario y la entrevista directa y estructurada la misma que se aplicó al gerente de la empresa NOVAPLAZA de la ciudad de Huaraz.

1.6.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.5.1 Justificación Teórica

La justificación teórica permite la aplicación de las teorías y los conceptos básicos de productividad y las utilidades, donde podemos encontrar las explicaciones a situaciones como las entradas y salidas de los productos para medir la productividad y así generar los ingresos y egresos en la empresa NOVAPLAZA.

1.6.5.2 Justificación Metodológica

En dicha investigación se justifica de manera metodológica utilizando técnicas de investigación, la entrevista, la encuesta, cuyo instrumento el cuestionario nos permite medir la relación que existe entre la productividad y las utilidades. Luego se analizará y se reportará en el programa estadístico spss21, ya que este software nos facilitará hacer el análisis de la información.

1.6.5.3 justificación Práctica

La situación presentada en la formulación del problema busca estudiar la relación de la productividad y las utilidades que nos permite realizar un diagnóstico de la productividad de la empresa y de esa manera evaluar de forma real las utilidades generadas por las ventas de los productos que se ofertan en la empresa NOVA PLAZA en la ciudad de Huaraz.

a. Importancia

El presente trabajo de investigación es muy relevante porque permitirá averiguar la relación que existe entre la productividad y las utilidades de la empresa NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz.

También es importante para las futuras investigaciones, por las bases teóricas que están respaldadas por los autores en cuanto a la productividad y las utilidades. La información de la investigación

permitirá a la toma de decisiones al área administrativa de dicha empresa.

b. Limitaciones.

Limitaciones Teóricas

Limitaciones teóricas se establece que debido a que no se cuenta con fuentes informativas como libros, artículos o sitios de internet sea insuficientes para continuar con el desarrollo de la investigación, es necesario estar consciente de que muchas veces se tendrá que acudir hasta el lugar en donde se encuentra la información que se necesita, por lo que también es importante contar con tiempo disponible, organización y recursos financieros que sustenten los gastos del lugar al que se tenga que acudir, así como una buena dosis de paciencia a la hora de establecer contactos.

Limitaciones metodológicas

Limitaciones metodológicas, simplemente se quiere dar a entender que para la realización de una investigación que requiera métodos deductivo, es necesario estar consciente de que muchas veces el poder llevar un ritmo adecuado o ir avanzando en el plan de tesis, no siempre va depender de uno, ya que muchos de los procedimientos como la entrevista en profundidad y la encuesta, siempre van a tener una desventaja básicamente a causa de tiempo y disposición que tenga la gente con la que se planea contar

Limitación temporal

Otra limitación con la que nos encontramos es el tiempo para poder llevar a cabo una investigación completa para una profunda comprensión e interpretación de la misma.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

A NIVEL INTERNACIONAL

DIEZ & ABREU, (2009). En su tesis denominada *“Impacto de la capacitación interna en la productividad y estandarización de procesos productivos: para optar la maestría en Recursos Humanos de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la U. A. N. L. un estudio de caso”*, tuvo como objetivo general identificar los beneficios de desarrollar un proyecto de capacitación interna con la finalidad de realizar una propuesta para fortalecer al personal que labora en la empresa para que tenga las herramientas necesarias para capacitar a los demás miembros de la organización. El diseño fue no experimental, y el propósito fue descriptivo correlacional. Concluyó que la capacitación del personal es una inversión que da beneficios constantes a la empresa, ya que en la medida en que el personal esté mejor preparado y capacitado menos errores comete lo cual permite que exista más calidad en los procesos a largo plazo. Con esto se resalta que la capacitación interna es un beneficio a largo plazo para la empresa y no un gasto que no se pueda

recuperar. De igual forma, esta reducción de costos de inversión de capacitación de personal, tiene que ver con el hecho de que ya no es necesario contratar constantemente personal externo para esto, salvo en casos muy específicos para aspectos que requieran un conocimiento muy especializado, lo cual permite que se aproveche el potencial de los empleados, ya que ellos son los quienes conocen mejor su labor, conocen mejor la empresa, y además saben cuáles son las necesidades reales que deban mejorarse a través de la capacitación. Que las empresas deben capacitar a su personal, aunque sea cuando esta empieza a trabajar por primera vez en una organización, la capacitación interna debe ser una actividad continua gracias a la cual el individuo adquiere los conocimientos necesarios para elevar su nivel de vida y productividad.

BENZAQUEN, (2012). En su tesis para obtener el título de Ingeniero titulado “*Sistema de incentivos para aumentar la productividad en el área de producción*”, presentado ante la Ilustre Universidad Simón Bolívar de Venezuela, tuvo como objetivo general desarrollar un sistema de incentivos dirigido al personal operativo de producción de Cosmeti Class para aumentar la productividad de la empresa. Concluyó que el Sistema de Incentivos creado, dirigido al personal de la zona de producción de la empresa, tuvo un impacto positivo para los empleados, ya que Bs. 6036 se otorgaron como incentivos durante el segundo mes de aplicación entre los operarios y supervisores, incrementando así sus ingresos mensuales totales. La implantación resultó igualmente ventajosa para la organización, directamente en la parte productiva al lograr una mejora de 18% y 21%, para cada mes respectivamente, en la eficiencia de las operaciones, e indirectamente en las ventas y la calidad al beneficiarse con los mayores controles y registros de la calidad y la producción. Que durante los dos meses evaluados, se logró una reducción del 83% de las inasistencias laborales lo cual contribuyó a alcanzar el aumento final de 21% en la productividad de la planta, sin incurrir en costos muy elevados y manteniendo la rentabilidad financiera ya que éstos sólo representaron

42% del máximo costo estimado. Que la aceptación de plan por parte de los trabajadores quedó de manifiesto con los resultados alcanzados, ya que para ambos meses más del 50% de los operarios obtuvo remuneraciones tanto por concepto de los bonos de producción, así como por los bonos de asistencia, lo cual sólo era posible demostrando su esfuerzo y buen rendimiento y para lograrlo debían estar motivados.

VENUTOLO, (2009). En su tesis titulada *“Estudio del clima laboral y la productividad en empresas pequeñas y medianas: el transporte vertical en la ciudad autónoma de Buenos Aires”-Argentina*, respaldada por la Universidad politécnica de Valencia, departamento de organización de empresas. En las últimas décadas, la globalización de la economía mundial y nacional ha llevado a las empresas a rediseñar sus procesos organizacionales orientándolos hacia la satisfacción de sus clientes internos y externos, con el fin de optimizar su rendimiento en el mercado. Así mismo, numerosas investigaciones sobre esta temática dan cuenta de la importancia de la dirección de recursos humanos para obtener un clima laboral positivo que colabore con la mejora permanente de la calidad de productos y servicios. Por ello, el presente trabajo estudia dónde y de qué manera impacta el clima laboral en la productividad de medianas y pequeñas organizaciones. Dada la vastedad de este objeto de estudio, se ha decidido acotarlo centrando la mirada en el funcionamiento de las pequeñas y medianas empresas encargadas del servicio de transporte vertical en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina).

Para eso, se llevó a cabo un estudio de un caso de empresa, completado con una investigación de campo de tipo no experimental, aplicando herramientas de recolección de datos cuantitativas y cualitativas entre los trabajadores de las empresas seleccionada como objeto de estudio. Al emplear técnicas tales como encuestas y observación directa, se ha podido llegar a la conclusión de que los aspectos negativos de las variables tienden a ser muy elevados en indicadores tales como

cooperación, resolución de conflictos e identificación con los objetivos de la empresa. Esto sería consecuencia de un gerenciamiento deficiente de recursos humanos. Por ello, es posible corroborar las hipótesis planteadas. De lo anterior y de las conclusiones que se presentan en esta memoria, se plantean algunas posibles soluciones a las deficiencias antes señaladas, que podrán ser de mayor o menor efectividad de acuerdo a las particularidades de cada organización. A este respecto, queda abierta la posibilidad de ulteriores trabajos y líneas de análisis e investigación sobre el tema.

RIVILLA & TAYUPANDA, (2014). En su tesis titulado *“Análisis de factores que inciden en la productividad laboral de empresas dedicadas a la producción y distribución de productos en consumo masivo en el distrito Metropolitano de Quito”*, para optar el título de ingeniero en contabilidad y auditoría respaldada por la Universidad politécnica salesiana sede Quito. El presente trabajo de investigación busca conocer y analizar los factores que inciden en la productividad laboral del sector industrial, para ello se ha enfocado en las empresas productoras y comercializadoras de productos alimenticios de consumo masivo en el Distrito Metropolitano de Quito, se tomó en cuenta las entidades más rentables y consideras mejor lugar para trabajar.

Se profundiza en temáticas como: definición y desarrollo de la productividad laboral en donde se planteó que un sistema inteligente que permite a las empresas utilizar la variedad de recursos existentes a niveles óptimos de eficiencia y calidad, por otro lado se obtuvo informado el desarrollo, crecimiento y cuál es la condición actual de la actividad industrial en el Distrito Metropolitano no Quito, adicionando el apoyo que las autoridades brindan a este sector. Para iniciar la etapa de la investigación se utilizó las técnicas aplicables al caso, y de acuerdo con una planificación eficiente, se desarrolló la sistematización de la información y la correspondiente presentación de resultados.

Finalmente, se determinó que para poder evaluar la productividad laboral no solo se quiere de un análisis direccionado a los trabajadores, sino también a la parte administrativa y jefes de área, ya que estos dos frentes deben tener una buena comunicación para satisfacer las necesidades de ambas partes, con la finalidad de lograr el cumplimiento de los objetivos empresariales, conjuntamente con satisfacción de sus trabajadores que está reflejada en aspectos como: maquinaria, capacitaciones, instalaciones, seguridad industrial técnicas de motivación, incentivos, y demás beneficios adicionales.

A NIVEL NACIONAL

CARDOZO, (2015). En su tesis titulada *“Plan de mejora para aumentar la productividad en el área de producción en la empresa confecciones deportivas todo sport- Chiclayo”*, respaldada por la Universidad Señor de Sipan, para optar el título de Ingeniero Industrial. La presente investigación tuvo como objetivo diseñar un plan de mejora para aumentar la productividad en el área de producción de la empresa Confecciones deportivas Todo Sport. Chiclayo - 2015. Se estableció como objeto de estudio el proceso de elaboración de casacas, pantalones y polos en dicha empresa. La metodología utilizada incluyó la observación directa del proceso productivo de los diferentes artículos que elabora la empresa, ficha de control de tiempos, así como la aplicación de una entrevista al gerente de la empresa y una encuesta dirigida a los trabajadores del área de producción.

En la evaluación realizada se encontraron problemas como: deficiente producción, deficiente limpieza, área de trabajo desordenado, falta de información, falta de compromiso y de trabajo en equipo de los trabajadores, escasez de personal, incumplimiento de pedidos, desmotivación del personal, además no existe un estándar de tiempo en

la ejecución de tareas. La propuesta de la investigación basado en Estudio de Tiempos y herramientas de manufactura esbelta como VSM y 5S, relacionadas con la realidad y los objetivos de la empresa. Se estableció como hipótesis que un plan de mejora contribuirá a elevar la Productividad de la Empresa “Confecciones Deportivas Todo Sport”.

MEDINA & MAURICCI, (2014). En la tesis para obtener el Título Profesional de Economista y con mención en Finanzas titulada *“Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009-2013”*, realizada en la Universidad Privada Antenor Orrego, tuvo como objetivo principal identificar cuál línea de negocio fue más rentable para la Clínica Sánchez Ferrer durante el periodo 2009-2013. Concluyó que de los factores productivos, el que impacta en la rentabilidad es el capital humano representado por el número de trabajadores, en tanto que no encontramos evidencia estadística de impacto de las variaciones de activo fijo en la rentabilidad. Esta última evidencia la consideramos no concluyente. Asimismo, encontramos que la rentabilidad está asociado significativamente a su rezago previo, lo que nos da luces de que la rentabilidad depende del desempeño de la empresa en periodos previos, el mismo que intuimos debe estar asociado a una serie de variables internas y externas a la empresa no contempladas en este estudio. Que desde la vista nivel de ventas, podemos observar que las líneas de negocio que aportan más al nivel de rentabilidad es la línea de Ambulatorio, seguida por la línea de Hospitalización y finalmente la línea de emergencia.

ZAPATA & JUÁREZ, (2014). En su tesis titulada *“Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa chimú agropecuaria S.A del distrito de Trujillo”* respaldada por la Universidad privada Antenor Orrego, Facultad de ciencias económicas escuela profesional de Administración. La presente investigación, tiene como propósito establecer la relación entre el nivel de satisfacción laboral

y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa Chimú Agropecuaria S.A del distrito de Trujillo. Como hipótesis se consideró: La relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa Chimú Agropecuaria S.A del distrito de Trujillo es directa. Se utilizó el diseño de investigación descriptivo, el tamaño de la muestra correspondió a la población maestra conformado por 80 colaboradores de la empresa Chimú Agropecuaria S.A del distrito de Trujillo.

Las variables de estudio fueron, la satisfacción laboral que es el resultado de factores tanto internos como externos y la productividad que se traduce en la eficiencia relacionada con el buen desempeño de los colaboradores. Entre los resultados más relevantes se considera que existe un nivel medio de satisfacción de los colaboradores y un nivel de productividad traducida en el desempeño laboral que es regular. Se identificó que los colaboradores de la empresa laboran los días feriados siendo compensado con un día de descanso la cual genera una desmotivación ya que el colaborador prefiere que se le pague. Asimismo corresponde a gerencia, analizar y evaluar continuamente. Se recomienda efectuar mediciones de satisfacción laboral periódicamente para mantener información actualizada de la misma y se propone la comunicación asertiva como estrategia para mejorar la satisfacción de los colaboradores.

RÍOS, (2014). En su tesis de grado titulada *“Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de Courier en Lima metropolitana, 2012-2013”*, para optar el título profesional de contador público realizada en la Universidad San Martín de Porres de Lima Perú, tuvo como objetivo general determinar la influencia de la gestión de procesos en la rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana, 2012-2013. Concluyó que la mayoría de empresas de Courier en Lima

Metropolitana, no han mejorado su productividad, debido a que no realizan un buen diagnóstico ni identifican las posibles causas que la afectan, ocasionando deficiencias en la toma de decisiones. Que las empresas de Courier en Lima Metropolitana no apoyan a la gestión de compras ocasionando ineficiencias y demora en el proceso de despacho, afectando la rentabilidad financiera. Que la mayoría de las empresas de Courier en Lima Metropolitana no logran una mayor competitividad, debido a que no invierten en tecnología, lo que conlleva a incrementar el riesgo financiero en sus operaciones.

CABREJOS & MEJÍA, (2013). En su investigación titulada *“Mejora de la productividad en el área de Confecciones de la empresa Best Group Textil S.A.C. mediante la aplicación de la metodología PHVA”*, realizada en la Universidad de San Martín de Porres. Lima Perú; tuvo como objetivo general mejorar la productividad en el área de confecciones de la empresa BEST GROUP TEXTIL mediante la aplicación de la metodología PHVA. Concluyó que se obtuvo como resultado inicial: Eficacia: 42.66%, Eficiencia: 49.59% y de Efectividad: 21.16% y una productividad total de 1.71 sol x prendas. La metodología seleccionada para el proyecto fue el PHVA, debido a los criterios que maneja, siendo la que se ajusta más al proyecto. Se obtuvo como resultado actual: Eficacia: 68.23%, Eficiencia: 73.06% y de Efectividad: 49.85% y una productividad total de 1.61 sol x prenda. El indicador de revisión y control de prendas ha disminuido en 0.05% de prendas NC, gracias a la implementación del POKA YOKE. Se verificó el indicador de mantenimiento obteniéndose: MTBF/REC (+) 1.72 hr/p; MTBF/REM (+) 1.22 hr/p y MTBF/RCB (+) 0.67 hr/p; y TMPF/REC (-) 0.01 hr/p, TMPF/REM (-) 0.05 hr/p y TMPF/RCB (-) 0.01 hr/p. Se verificó el indicador de clima laboral obteniéndose: Clima relacionado a los Jefes (+) 4%, Colaboradores (+) 8%, Compañerismo (+) 8%, orgullo y lealtad (+) 6% y de imparcialidad en el trabajo (+) 5%. La implementación de la metodología de las 5S nos ha permitido tener un ambiente de trabajo más limpio, ordenado y agradable, esta metodología nos ayudado

directamente a mejorar los indicadores de maquinaria, revisión y control de prendas, así como el clima laboral.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Fundamentos Teóricos de la productividad

Antes de respaldar nuestras variables con los autores, no podemos dejar de mencionar al padre de la estrategia empresarial que es Michael Porter (2000), quién señala que "La economía mundial no es un juego suma-cero, muchas naciones pueden mejorar su prosperidad si pudiesen mejorar su productividad. El principal reto en el desarrollo económico, entonces, es crear las condiciones para un crecimiento rápido y sostenido de la productividad" (p. 84).

La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos). Schroeder (2005), sostiene que es la relación que existe entre los insumos y los productos de un sistema productivo, a menudo es conveniente medir esta relación como el cociente de la producción entre los insumos. Afirma que la productividad se puede mejorar con mayor producción manteniendo la cantidad de factores de producción o también manteniendo la cantidad producida pero disminuyendo los factores de producción.

Productividad es el grado de rendimiento con que se emplean los recursos disponibles para alcanzar los objetivos predeterminados. El objetivo es la fabricación de artículos a un mejor costo, a través del insumo, con productividad de los recursos primarios de la producción: materiales, hombres y máquinas. Sobre éstos es donde se deben enfocar

los esfuerzos para aumentar los índices de productividad actual y en esa forma reducir los costos de producción, después de dar lectura las diversas bibliografías podemos extraer un concepto básico que la productividad tiene una relación entre las entradas y las salidas en el proceso de transformación, es decir la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Salidas}}{\text{Entradas}}$$

Teniendo en cuenta que las entradas son representadas por Mano de Obra, Materia prima, Maquinaria, Energía, Capital; las salidas como el producto, de esta relación podemos realizar un análisis en cuanto a las entradas y salidas.

Misma entrada, salida más grande

Entrada más pequeña misma salida

Incrementar salida disminuir entrada

Incrementar salida más rápido que la entrada

Disminuir la salida en forma menor que la entrada.

En general la productividad global se puede aumentar mejorando el rendimiento de los trabajadores mediante la formación o su mejor organización, pero también mejorando la tecnología. Siempre el aumento de la productividad de uno de los factores conllevará el aumento de la productividad global de la empresa.

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Producción Obtenida}}{\text{Recurso Empleado}}$$

O también como:

$$p = \frac{QP}{QRE}$$

Dónde:

p = Productividad

QP = Cantidad de producción o cantidad de producto terminado

QRE = Cantidad de Recurso Empleado

PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA

Productividad y estrategia de empresa

Toda empresa ha de otorgar una atención especial al hecho de que su estrategia (la decisión de cómo quiere llegar a sus objetivos) sea eficaz, pues de ella dependerá su éxito, es decir, ha de tener una estrategia que pueda aplicarse eficientemente.

Quien no posea objetivos claros no podrá definir su estrategia y quien deja de definirla tendrá un rumbo poco eficaz. Hay directores generales que estiman que sólo ellos han de tener en mente la estrategia, porque los demás no deben conocerla (“alguno, si la conoce, se irá a la competencia...”) Otros, en cambio, dedican varios meses para definirla mediante métodos participativos que permiten compartirla con el mayor número de directivos y mandos de la empresa. A largo plazo, el compromiso que adquiere toda la compañía en estos casos suele ser de tal coherencia que la propia definición convierte a la estrategia en productiva, mejorando las probabilidades de la empresa de alcanzar el éxito.

Por otra parte, la estructura de poder y de responsabilidad se repartirá entonces con cierta lógica, pudiendo asignarse a cada persona el cargo que puede asumir y otorgándole el poder de decisión que precise. El gerente sabe que sólo tendrá que actuar por excepción (lo que equivale a ocuparse sólo de lo importante y no de lo urgente o de lo imprevisto),

aplicando en su empresa ese principio de subsidiariedad, que equivale a que haga cada cosa quien tenga suficiente capacidad y aptitudes para hacerla. Esa estrategia estará impregnada de visiones diversas que comparten una misma filosofía definida entre todos como relevante.

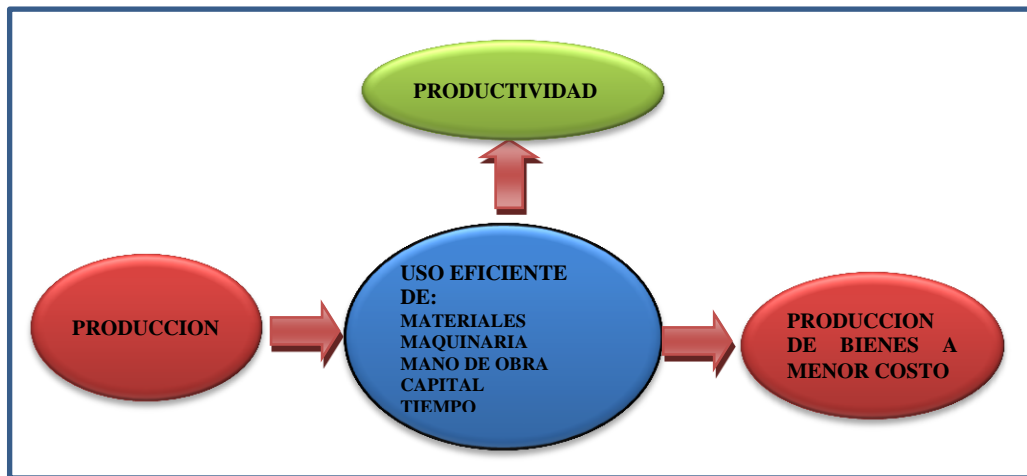
No es fácil que una empresa sea productiva si no tiene, para empezar, una estrategia clara, definida y compartida, una estructura concreta y un reparto de responsabilidades acorde con dicha estructura

$$\text{Productividad} = p = \frac{\text{Eficacia}}{\text{Eficiencia}}$$

Los productos representan los resultados esperados. La materia prima, la mano de obra, el capital empleado, el tiempo, energía, los insumos son los recursos que se emplean para obtener los resultados. Los productos y los factores de producción deben ser cuantificados para obtener los indicadores de productividad; no se considera en ellas el aspecto cualitativo de la producción (Chiavenato, 1992).

Para el cálculo de la productividad se debe tener en cuenta que los productos deben cumplir un estándar de calidad industrialmente aceptado, no se debe calcular la productividad con productos defectuosos o productos en procesos.

Figura 1 Producción y productividad



Fuente: Fariñas, J. C., y Ruano, S. (2004)

Para los cálculos de productividad, no necesariamente se calcula con los productos físicos que se elaboran o los servicios que se prestan, también un producto puede ser la cantidad de clientes satisfechos, el número de ventas realizadas.

Tabla 2. Productos e insumos de cálculo de la productividad

PRODUCTOS	INSUMOS
Números de clientes satisfechos	Horas de capacitación en servicio a clientes
Número en ventas	Horas de mano de obra
Número de diseños de éxito en el mercado	Número de diseñadores
Cantidad de Ventas realizadas	Cantidad de Pagos realizados
Volumen de ventas en soles	Volumen de pagos en soles

Fuente: Carro, R, y Gonzales, D. (2012)

Asimismo, la medición de productividad se puede realizar en mediciones o cálculos parciales, multifactoriales o totales. La medición parcial se realiza toman la cantidad producida y un factor de producción

utilizado, por ejemplo mano de obra. En la medición de la productividad factorial se utiliza la cantidad producida entre la sumatorias de un conjunto de factores de producción; por ejemplo cantidad producida entre sumatoria de mano de obra, energía y capital invertido (Fariñas y Ruano, 2004).

Por otro lado, la productividad total se puede calcular por áreas o de toda la empresa. La siguiente tabla muestra los tipos de mediciones de productividad y la relación entre el producto y los insumos.

Tabla 3. Productos e insumos de cálculo de la productividad

MEDICION	RELACION
Medición Parcial	Producto/trabajo Producto/capital Producto/materiales Producto/energía Producto/Tiempo
Medición Factorial	$\text{Producto} / (\text{trabajo} + \text{capital} + \text{energía})$ $\text{Producto} / (\text{trabajo} + \text{capital} + \text{materiales}).$
Medición Total	$\text{Producto} / \text{insumo}$ Bienes y servicios producidos / todos los recursos empleados

En algunos casos es conveniente crear mediciones que representen la productividad y su relación con algún resultado específico importante, por ejemplo, el número total de unidades puede ser de sumo interés para el gerente de control de producción, mientras que la producción total es para el gerente de planta. La meta de los gerentes es lograr mayor productividad variando la relación producto/insumo (Cabrejos y Mejía, 2010; Chase y Aquilano, 1997).

- Aumento de la producción / Igual cantidad de recursos.

- Igual cantidad de la producción / Menor cantidad de recursos.
- Aumento de la producción / Disminuir la cantidad de recursos
- Aumento de la producción más rápido que la cantidad de recursos.
- Disminuir de la producción en cantidad menor que los recursos.

En la revisión de la literatura científica realizada por el investigador, muchos investigadores miden la productividad al final de la línea de producción, dicho de otra forma, en la puerta de la fábrica, esto es, tan pronto el producto sale de la línea de producción; estos tipos de cálculos se centran solo en la producción de productos e inducen, solo, a más producción, pero no tienen en cuenta la satisfacción del cliente, en ese sentido, lo cálculos de productividad en la presente investigación se aborda la satisfacción del cliente en los cálculos de la productividad (Chiavenato, 1992. p. 167).

En la satisfacción del cliente se tuvo en cuenta la calidad del producto, las entregas oportunas, la atención al cliente, la relación precio de la empresa con la calidad del producto y el precio de la competencia, durabilidad del producto.

Productividad y los colaboradores en la empresa

Es necesario mencionar que debemos de tener el apoyo de excelentes colaboradores porque sin ellos sería difícil cumplir los objetivos de la empresa es así como Fernández (2004): afirma que “para que los trabajadores estén motivados y trabajen a pleno rendimiento, uno de los requisitos es que se encuentren cómodos, en el sentido más amplio de la palabra, en su puesto de trabajo”. Además, la motivación y muy

especialmente su antónimo, la desmotivación, son sentimientos que se irradian, contribuyendo a forjar un determinado clima laboral que repercute exponencialmente en la productividad de toda la organización.

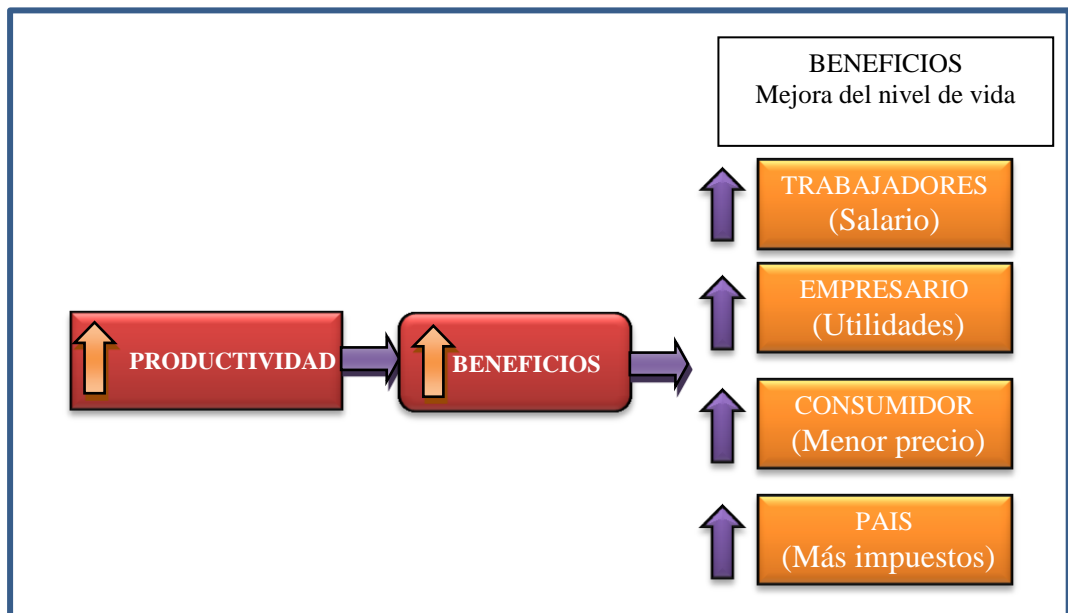
Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos. La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores se deben de considerar factores que influyen como la motivación, satisfacción y en general el clima organizacional.

Productividad y Calidad de Vida

Analizando los dos términos podemos decir que se relacionan mutuamente, es decir si la empresa presenta una alta productividad, esta redundará en un mejoramiento integral en quienes la integran la organización. La calidad de vida que se exterioriza a través de mejores sueldos para los colaboradores, lo cual se traduce en adquisición de beneficios en planes de salud, educación, etc.

Asimismo, el país también se beneficiará ante el incremento o mejora de la productividad por el aumento en la recaudación tributaria, ya que una empresa que tiene mayores ventas, también pagara mayores impuestos.

Figura 2. Beneficios de la productividad



Fuente: Chase y Aquilano (1997)

Ciclo de Vida de la Productividad

Conciencia de mejorar la productividad: La administración de la empresa debe generar una toma de conciencia respecto a la importancia de la productividad con todas las áreas de la institución, debe estudiar la situación actual, las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades de la empresa en relación consigo mismo y con el entorno, en especial con la competencia y los clientes respecto a los productos o servicios producidos. Asimismo debe de capacitar a los empleados en cultura organizacional y en el perfeccionamiento de las tareas que realizan cada empleado con la finalidad de mejorar la calidad el producto (Fariñas y Ruano, 2004).

Planteamiento de objetivos y metas de mejorar la productividad: Consiste en cuantificar y calendarizar un conjunto de acciones o actividades a donde se quiere llegar respecto al nivel de productividad, de manera tal que pueda asegurar un posicionamiento firme y seguro en el

mercado. Motivar intrínseca y extrínsecamente a los empleados (Céspedes, Lavado y Ramírez, 2010).

Medición de la Productividad: Se trata de medir cada actividad significativa de la línea de producción y en las demás áreas de la empresa, se debe medir la productividad de cada estación de trabajo, tanto a la maquina como al operario en función de los tipos de productividad.

Evaluación de la productividad: Una vez medidos los niveles productivos se deben evaluar y establecer criterios de comparación con empresas similares del medio o de preferencia las empresas internacionales, utilizando para ello también estándares internacionales.

Planeación de la productividad: Se debe planear con la finalidad de asegurar en el tiempo la continuidad del mantenimiento o incremento de la productividad. La planeación implica el plantearse objetivos a corto o mediano plazo, establecer volúmenes de producción como meta, modelos a producir, abarcar tal o cual mercado, incluso incurrir en el mercado virtual como alternativa para incrementar las utilidades de la empresa.

Mejoramiento de la productividad: El estudio de la productividad debe ser continuo, si después de haber mejorado la productividad, esta debe ser analizada y estudiada de acuerdo nuevos estándares, nuevas tecnologías, nuevos productos, etc., de manera tal que se debe visualizar y entender a la productividad como un ente dinámico, la cual está siempre en contante cambio y de mejora continua. El ciclo de la productividad muestra el mejoramiento de la misma. Un programa de productividad no es un proyecto de una sola vez, es un programa constante y continuo, es un proceso de concientización de los elementos activos y dinámicos de todas las áreas y en especial del área de producción (Carro y Gonzales, 2012).

Figura 3. Ciclo de vida de la productividad



Fuente: Schroeder (2005)

2.2.1.4. Ventajas de la medición de la Productividad

Para que una empresa sepa a qué nivel de productividad debe operar, debe de conocer a qué nivel está operando dentro de la empresa y dentro del sector al que pertenece (Martínez y Reyes, 2009; Villota, 2014).

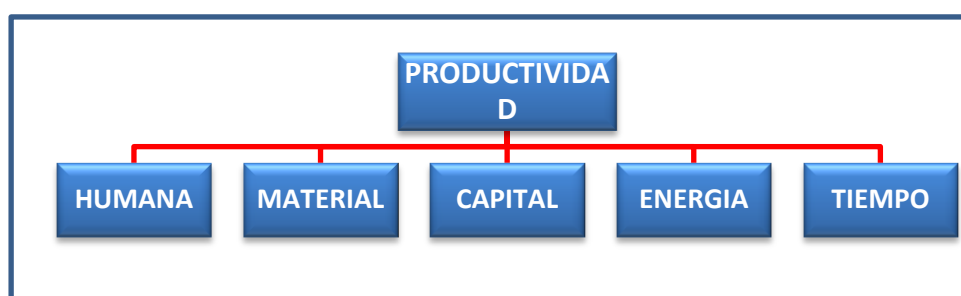
- ✓ Puede evaluar la eficiencia de la conversión de sus recursos de manera que se produzcan más bienes o servicios con los recursos consumidos.
- ✓ Se puede simplificar la planeación de recursos a corto o largo plazo
- ✓ Los objetivos económicos y no económicos pueden reorganizarse
- ✓ Se pueden modificar las metas de los niveles de productividad.
- ✓ Determinar estrategias entre el nivel planeado y el nivel medido de productividad.
- ✓ Ayuda a la comparación de los niveles de la productividad entre diversos sectores.
- ✓ La medición crea una acción competitiva.

La productividad es importante en el cumplimiento de las metas nacionales, comerciales o personales. Los principales beneficios de un mayor incremento de la productividad son, en gran parte el dominio público: es posible producir más en el futuro, usando los mismos o menores recursos, y el nivel de vida puede elevarse. El nivel económico puede hacerse más grande mejorando la productividad, con lo cual a cada actor empresarial les tocará un pedazo más grande del llamado pastel económico (Thompson, 2007).

Tipos de Productividad

Productividad parcial: Es la razón entre la cantidad producida y un solo tipo de insumo.

Figura 4. Tipos de productividad



- **Productividad humana:** producción/Insumo humano
- **Productividad de los materiales.:** Producción /insumo material
- **Productividad del capital:** producción /Insumo capital
- **Productividad energía:** producción /insumo energía

Productividad factor total: Es la razón de la producción neta con la suma asociada con los factores de insumo de mano obra y capital
Productividad factor total: producción neta /Insumo (mano obra + capital).

Productividad total: Es la razón entre la producción total y la suma de todos los factores de insumo.

Productividad total = producción total /Suma de todos los factores de insumos.

La Productividad como herramienta competitiva

La productividad implica la mejora del proceso productivo, la mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados (insumos) y la cantidad de bienes y servicios producidos. Con frecuencia el termino de productividad se confunde con el termino de producción muchas personas piensan que a mayor producción más productividad (Thompson, 2007).

Medición de la productividad

Existen varias alternativas para expresar la productividad, ellas son las siguientes (Carro y Gonzales, 2012):

Productividad parcial y productividad total: La productividad parcial es la que relaciona todo lo producido por un sistema (salida) con uno de los recursos utilizados (insumo o entrada).

$$Productividad Parcial = \frac{Salida Total}{Una Entrada}$$

El ejemplo típico es la productividad de la mano de obra, que resulta del cociente entre una medida dada del total de los bienes y servicios producidos y una medida de la mano de obra empleada (Banco Nacional de Comercio Exterior de México, 2001).

La productividad total involucra, en cambio, a todos los recursos (entradas) utilizados por el sistema; es decir, el cociente entre la salida y el agregado del conjunto de entradas.

$$Productividad Total = \frac{Salida Total}{Entrada Total}$$

$$\text{Productividad Total} = \frac{\text{Bienes y Servicios Producidos}}{\text{Mano de Obra} + \text{Capital} + \text{Materia Prima} + \text{otros}}$$

Administración de la productividad

La productividad debe ser planificada, organizada, dirigida y controlada. La medición de la productividad puede realizarse a diferentes niveles en la economía: a nivel nacional; a nivel del tipo de industria o rama de actividad económica y, a nivel de la empresa. A su vez, a nivel de la empresa y de acuerdo a los objetivos perseguidos, se puede generar sistemas de medición que comprende a toda la organización, o bien, sistemas que se circunscriben a determinados procesos productivos (Chiavenato, 1999).

Con el propósito de que una empresa sepa a qué nivel de productividad debe operar, debe conocer a qué nivel está operando. La medida muestra la dirección de las comparaciones dentro de la empresa y dentro del sector al que pertenece.

La medición de la productividad en una organización puede tener las siguientes ventajas (Chase y Aquilano, 1997; Schroeder, 2005; Thompson, 2007):

- ✓ Se puede evaluar la eficiencia de la conversión de los recursos
- ✓ Se puede simplificar la planeación de los recursos
- ✓ Los objetivos económicos y no económicos de la organización pueden reorganizarse por prioridades.
- ✓ Se pueden modificar en forma realista las metas de los niveles de productividad
- ✓ Es posible determinar las estrategias para mejorar la productividad
- ✓ Puede ayudar a la comparación de los niveles de productividad entre las empresas de una categoría específica.

- ✓ Los valores de productividad generados después de una medida pueden ser útiles en la planeación de los niveles de utilidades en una empresa
- ✓ La medición crea una acción competitiva.

Enfoques de medición de la productividad en la empresa

Las mediciones de productividad en su correcta interpretación brindan la idea concreta y el nivel indicado de los incrementos o decrementos de productividad sufridos en algún periodo o área específicos, por lo que dan pauta para su justa retribución a quien los consiga.

Medición de la productividad a nivel empresa

Los gerentes de operaciones son los encargados de mejorar la productividad en una empresa. Para mejorar la productividad en función de operaciones; algunas de las áreas más importantes para mejorar la productividad son el área de ventas, finanzas, personal, procesamiento de datos, etc. Por lo tanto la productividad debe considerarse como un asunto de toda la organización (Banco Nacional de Comercio Exterior de México, 2001).

Las diversas disciplinas profesionales involucradas en la gestión de la empresa tienen su propia forma de definir, interpretar y medir la productividad.

Una de las ventajas de contar con una buena productividad a nivel empresa es que (Chiavenato, 1999):

- Ayuda a incrementar las utilidades
- La productividad permite la competitividad de una empresa. Una empresa es competitiva en relación con otras, cuando puede producir productos de mejor calidad con costos reducidos.

Sin embargo en muchos casos, existen problemas para llevar a cabo la medición; ejemplo: si medimos la productividad en base a:

- La calidad esta puede variar mientras la cantidad de insumo y salidas permanece constante.
- Elementos Externos Variables de fuera del sistema pueden influir en el, pueden causar un crecimiento o disminución en la productividad, para lo cual es sistema en estudio puede no ser directamente el responsable (energía eléctrica).
- Falta de unidades precisas de medición de la mejor razón de productividad, es cuando la producción es evaluada a precio estándar en el numerador y se incluyen todas las entradas en el denominador.

La productividad se define como la relación entre insumos y productos, en tanto que la eficiencia representa el costo por unidad de producto. En las empresas que miden su productividad, la fórmula que se utiliza con más frecuencia es (Chiavenato, 1999; Schroeder, 2005):

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Número de unidades producidas}}{\text{Insumos empleados}}$$

Este modelo se aplica muy bien a una empresa manufacturera, taller o que fabrique un conjunto homogéneo de productos. Sin embargo, muchas empresas modernas manufacturan una gran variedad de productos. Siendo heterogéneas tanto en valor como en volumen de producción a su complejidad tecnológica. En estas empresas la productividad global se mide basándose en un número definido de centros

de utilidades que representan en forma adecuada la actividad real de la empresa (Chiavenato, 1999; Schroeder, 2005).

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Producción a} + \text{producción b} + \dots + \text{Producción n}}{\text{Insumos empleados}}$$

Finalmente, otras empresas miden su productividad en función del valor comercial de los productos

$$\text{Productividad} = \frac{\text{ventas netas de la empresa}}{\text{Salarios pagados}}$$

Todas estas medidas son cuantitativas y no se considera en ellas el aspecto cualitativo de la producción (un producto debería ser bien hecho la primera vez y responder a las necesidades de la clientela). Todo costo adicional (reinicios, reproceso, reemplazo, reparación después de la venta) debería ser incluido en la medida de la productividad. Un producto también puede tener consecuencias benéficas o negativas en los demás productos de la empresa. El costo relacionado con la imagen de la empresa y la calidad también debería estar incluido en la medida de la productividad. Con el fin de medir el progreso de la productividad, generalmente se emplea el índice de productividad (P) como punto de comparación (Chiavenato, 1999; Schroeder, 2005):

$$\text{Índice de Productividad} = \frac{\text{Productividad observada} \times 100}{\text{Estándar de la Productividad}}$$

La productividad observada es la productividad medida durante un periodo definido (día, semana, mes, año) en un sistema conocido (taller, empresa, sector económico, departamento, mano de obra, energía, país). El estándar de productividad es la productividad base o anterior que sirve de referencia. Con lo anterior se pueden ver las diferentes formas de medir la productividad, de evaluar diferentes sistemas, departamentos, empresas y recursos como materias primas, energía, entre otros. Pero lo más importante es el definir la tendencia, por medio del uso de índices de productividad, a través del tiempo en las empresas y realizar las

correcciones necesarias con el fin de aumentar la eficiencia y ser más rentables.

Es importante y conveniente que en toda empresa, se utilicen controles financieros para poder medir y evaluar el resultado de la implantación, de la estructura de calidad y productividad. Los controles que pueden utilizarse con esta finalidad, son los siguientes:

Estados Financieros

Los estados financieros informan sobre la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. Los cambios que se presentan sobre la base de efectivo en un período de que se trate, así como los resultados de operación y variaciones en el capital contable originados en un mismo período, pueden servir de base también para medir y evaluar el desempeño de la productividad (Fischer, Dornbusch y Schmalensee, 1990).

Tapia establece, que en los anexos de los estados financieros, que son considerados como parte integrante de los mismos estados, se puede incluir información como la siguiente en forma comparativa, a la misma fecha, con el ejercicio anterior:

- ✓ Devoluciones sobre ventas; especificando volumen, importe y causa principal de las mismas.
- ✓ Mermas de inventario, estableciendo el volumen, importe, principales productos q que se refiere y causas de las mismas.
- ✓ Número de artículos vueltos a procesar, así como la causa principal.
- ✓ Número de artículos devueltos a los proveedores y la causa más importante.

Análisis financiero

La técnica del análisis financiero, permite evaluar el desempeño de la productividad en la empresa y generar información para la toma de decisiones. Algunos de los índices que pueden reflejar el nivel de productividad dentro de las operaciones de la organización son (Bernstein, 1995):

$$\text{Utilidad de Operación} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Rendimiento sobre la Inversión ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{Defectos en ventas} = \frac{\text{Devoluciones sobre Ventas}}{\text{Ventas Totales}}$$

$$\text{Mermas en almacén} = \frac{\text{Normas de Inventario}}{\text{Promedio de Saldos en Inventario}}$$

$$\text{Errores en producción} = \frac{\text{Artículos vueltos a procesar}}{\text{Producción del ejercicio}}$$

$$\text{Defectos en compras} = \frac{\text{Devoluciones sobre compra}}{\text{Compras totales}}$$

$$\text{Resultado de vistas a clientes} = \frac{\text{Clientes visitados}}{\text{Ventas concertadas}}$$

El utilizar estas razones facilitara el apreciar el rendimiento de los recursos operativos manejados en la empresa y en el caso en el que se requiera brindará apoyo al realizar investigaciones y conclusiones, para mejorar su aprovechamiento

Controles estadísticos

Considerando que el mejoramiento continuo de la calidad, en todas las actividades de la empresa, se traduce en una mayor productividad para la misma, es necesario que se utilicen controles estadísticos que permitan evaluar el rendimiento operacional.

Los controles estadísticos que se consideran como los mejores para medir el desempeño y la eficiencia de la productividad son:

- ✓ Diagrama de flujo.
- ✓ Diagrama de Causa y efecto.
- ✓ Diagrama de Pareto.
- ✓ Histograma.
- ✓ Gráficas de tendencia.
- ✓ Diagramas de dispersión.
- ✓ Gráficas de control.

Modelo Básico de Productividad Total (MPT)

El modelo de productividad total (MPT) es un modelo que está basado en una medida de productividad total y en un conjunto de cinco medidas de productividad parcial. El modelo se puede aplicar a cualquier empresa manufacturera u organización de servicio. La productividad total, es definida en el MPT de la siguiente forma (Benzaquen, 2012).

$$\text{Producción Total} = \frac{\text{Producción tangible total}}{\text{Insumos tangibles totales}}$$

Donde producción tangible total es igual al valor de las unidades terminadas producidas, más el valor de las unidades parciales producidas, los dividendos de valores, el interés de bonos y otros ingresos.

Y los insumos tangibles totales son los valores de los insumos empleados como los humanos, materiales, de capital, energía y otros gastos.

La producción y los insumos tangibles se expresan en términos, de valor ya que no todos los elementos están en las mismas unidades y así es mucho más fácil su comprensión y su comparación.

El modelo de productividad total (MPT) es un sistema que no sólo proporciona un índice de productividad total a nivel empresa, para indicar el grado de salud productiva y la rentabilidad de sus procesos o servicios. Simanthe establece algunas de las características más importantes de dicho sistema:

- ✓ Proporciona índices de productividad tanto agregados (nivel empresa) como detallada (nivel unidad operativa).
- ✓ Señala que el producto o servicio tiene utilidades y cuáles no.
- ✓ Muestra en particular qué recursos de insumos se utilizan en forma ineficiente de manera que se puedan llevar a cabo las acciones correctivas.
- ✓ Está basado en un tratamiento, por lo que el análisis de sensibilidad y la validación del modelo son bastantes sencillos.
- ✓ Está integrado con las etapas de evaluación, implementación y mejoramiento de ciclo de productividad. Esto quiere decir que el MPT, ofrece no sólo la manera de medir sino también de evaluar, planear y mejorar la productividad global de una organización como un todo y de sus unidades operativas.
- ✓ Ofrece las ventajas de la administración por excepción proporcionando un medio para controlar más de cerca la productividad total de las unidades operativas más importantes, al mismo tiempo que proporcionan una rutina de control para las unidades menos críticas.
- ✓ Proporciona información valiosa para la implementación estratégica en la toma de decisiones relacionada con la diversificación y retiro de productos o servicios.

El desarrollo matemático del modelo de productividad total es el siguiente:

$$\text{Productividad total de la empresa} = \frac{\text{Producción total de la empresa}}{\text{Insumos totales de la empresa}}$$

$$\text{Productividad total del producto (TPI)} = \frac{\text{Producción total del producto}}{\text{Insumos totales del producto}}$$

Causas que disminuyen la productividad en las empresas.

Mali, expone ampliamente varias causas por las que se declina la productividad en las empresas. Entre ellas es (Carro y Gonzales, 2012): Falta de habilidad para medir, evaluar y administrar la productividad de los empleados administrativos. Esto causa una extraordinaria pérdida de recursos.

- Premios y beneficios dados sin requerir el equivalente en productividad y contabilidad. Esto causa una espiral inflacionaria.
- Autoridad difusa e ineficiencia en organizaciones complejas, que causan retrasos y tiempos perdidos.
- Expansión organizacional que aminora el crecimiento de la productividad. Esto da por resultado un aumento en los costos.
- Poca motivación entre un número creciente de empleados nuevos con nuevas actitudes.
- Reparto tardío causado por programas que no se han cumplido por escasez de materiales.
- Conflictos humanos no resueltos en el trabajo de equipo, dando por resultado una ineficiencia de la empresa.
- Intromisiones legales crecientes y leyes anticuadas cuyo resultado son las restricciones de opciones y prerrogativas de la administración.
- Procesos de trabajo muy especializados que implican monotonía y aburrimiento.
- Cambios tecnológicos rápidos y altos costos ocasionan una disminución de nuevas oportunidades de innovaciones.
- Aumento en la demanda de tiempo de descanso que causa incumplimiento de los tiempos programados.
- Falta de habilidad por parte de los profesionistas para estar al día con las últimas novedades y conocimientos.

Es importante hacer notar que la ausencia de medición de la productividad de los empleados fuera de producción es la primera causa de la disminución de la productividad de las empresas.

Importancia de incrementar la productividad

La única forma para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Uno de los nuevos instrumentos fundamentales que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios eficiente (Chase y Aquilano, 1997).

Del costo total a cubrir en una empresa típica de mano factura de productos metálicos, 15% es para mano de obra directa, 40% para gastos generales. Se debe comprender claramente que todos los aspectos de un negocio o industria - ventas, finanzas, producción, ingeniería, costos, mantenimiento y administración- son áreas fértiles para la aplicación de métodos, estudio de tiempos y sistemas adecuados de pago de salarios.

Hay que recordar que las filosofías y técnicas de métodos, estudio de tiempos y sistemas de pago de salarios son igualmente aplicables en industrias no manufactureras.

Hay que recordar que las filosofías y técnicas de métodos, estudio de tiempos y sistemas de pago de salarios son igualmente aplicables en industrias no manufactureras.

Ventajas de una mayor productividad en las empresas.

En un estudio, hecho por Bernolak se mencionan algunos beneficios que se derivan de una productividad más alta:

- ✓ Mayores productividades en una empresa con respecto a los recursos humanos y físicos, significarán mayores ganancias,

puesto que la ganancia es igual al ingreso menos el costo de los bienes y servicios producidos mediante la utilización de recursos humanos y materiales.⁴¹

- ✓ Una mayor productividad de la empresa por lo general se traduce en ingresos reales más altos para los empleados.
- ✓ El consumidor tiene que pagar precios relativamente bajos ya que el costo de manufactura se reduce a través de una mayor productividad.

Con el fin de que una empresa sepa a qué nivel de productividad debe operar, debe conocer a qué niveles está trabajando. La medida muestra la dirección de las comparaciones dentro de la empresa y dentro del sector al que pertenece. La medición de la productividad en una organización puede tener las siguientes ventajas:

- ✓ La empresa puede evaluar la eficiencia de la conversión de sus recursos de manera que se produzcan más bienes o servicios con una cierta cantidad de recursos consumidos.
- ✓ Se puede simplificar la plantación de recursos a través de la medición de productividad, tanto a corto como a largo plazo.
- ✓ Los objetivos económicos y no económicos de la organización pueden reorganizarse por prioridades a la luz de los resultados de la medición de la productividad.
- ✓ Se pueden modificar en forma realista las metas de los niveles de productividad planeadas para el futuro, con base en los niveles actuales medidos.
- ✓ Los valores de productividad generados después de una medida pueden ser útiles en la plantación de los niveles de utilidades de una empresa.
- ✓ La medición de la productividad crea una acción competitiva.

La productividad y las utilidades

En los negocios, los incrementos en la productividad conducen a un servicio que demuestra mayor interés por los clientes, a un mayor flujo de efectivo, a un mejor rendimiento sobre los activos y a mayores utilidades. En algunas empresas, sobre todo las que tienen fuertes necesidades de capital y de maquinaria, o las que tienen costos fijos muy altos, la utilidad por unidad puede aumentar con el volumen, a pesar de que se presenten importantes aumentos en los costos unitarios variables. Más utilidades significan más capital para invertir en la expansión de la capacidad y en la creación de nuevos empleos. En su sentido más amplio, la productividad comprende todos los recursos y sus costos, y como tal representa la mayor de las oportunidades para mejorar las utilidades en cualquier empresa de la que se esperen utilidades y para brindar más servicio por dólar gastado en las instituciones sin fines lucrativos. (Bain, 1985, p. 4-5).

2.2. Fundamentos Teóricos de las utilidades

Para Jeremy Bentham, la utilidad es una propiedad que tienen los objetos. Para otros economistas, como William Stanley Jevons y Vilfredo Pareto, la utilidad no es una propiedad de los objetos, sino una cualidad que depende del particular uso que el hombre haga de ellos. El concepto de utilidad es básico en teoría del consumo, una de las tres partes fundamentales de la microeconomía (consumo, producción y precios). La utilidad es una magnitud variable que aumenta al aumentar la cantidad consumida del bien hasta alcanzar un máximo, a partir del cual la curva de utilidad se vuelve decreciente. La utilidad marginal es el incremento de utilidad debido a un incremento infinitesimal de la cantidad consumida del bien, o el incremento de utilidad ocasionado por el consumo de una unidad adicional del bien, como se suele decir en la práctica.

Economistas como Walras, Jevons, Marshall y Edgeworth, entre otros, consideraron la utilidad como una magnitud susceptible de ser medida (utilidad

cardinal). Otros economistas, como Pareto, y posteriormente Hicks y Alien, estimaron que la utilidad de un bien depende de la cantidad consumida del mismo y que puede compararse, pero no medirse (utilidad ordinal); según esta segunda posición, la utilidad total sólo podrá describirse por medio de un índice arbitrario, que toma el mismo valor cuando se trata de combinaciones de bienes que proporcionan la misma utilidad o satisfacción y un valor mayor (o menor) a medida que la utilidad aumenta (o disminuye).

La utilidad es la medida básica del desempeño de cualquier negocio. Es el monto de dinero que queda una vez que se han pagado todos los gastos o la diferencia entre los ingresos y los egresos. La utilidad determina la satisfacción del accionista. Para pagar los gastos y obtener una utilidad, la empresa requiere ingresos. Un ingreso es la cantidad de dinero que los consumidores pagan para comprar los productos y servicios de la empresa. Cuando los gastos son mayores que los ingresos, la compañía tiene una pérdida. Para cubrir una pérdida y seguir operando, es probable que el empresario tenga que vender un activo personal (como un automóvil), atraer inversionistas o conseguir un préstamo. Una pérdida, en especial cuando es continua, significa la imposibilidad de pagar los gastos y puede ocasionar el cierre de la empresa. Muchas organizaciones abren y cierran todos los años. Ésa es una de las consecuencias del riesgo que implica la apertura de un negocio (Amaru, 2009, p. 447).

Tipos de Utilidades:

- **Utilidad de forma:** Relacionada con la función productiva y la cadena de valor de Porter. Un bien va adquiriendo valor a medida que se desarrolla en su proceso de producción.
- **Utilidad de lugar:** Relacionada con la función logística de la empresa. El transporte y distribución de los productos, disponibilidad en el lugar de venta preciso y adecuado para facilitar la venta. Dentro de la función

comercial/marketing de la empresa. Ej. Venta de cadenas en puntos de accesos próximos a montañas.

- **Utilidad de tiempo:** Poner los artículos al alcance del consumidor en un momento del tiempo concreto.
- **Utilidad de posesión:** Aquella que dota la posesión de un bien.
- **Utilidad de información:** la utilidad que genera el producto es mayor en la medida en que el consumidor dispone de información de este, relativa a su existencia, a las características, al lugar donde se puede adquirir, etc.

De estos cinco tipos de utilidades todas menos la utilidad de forma o de estado están relacionados directamente con las actividades de marketing.

Las utilidades de lugar y tiempo están relacionadas con la distribución. La utilidad de posesión está relacionada con el producto y precio. La utilidad de información está relacionada con la promoción.

La utilidad de forma está relacionada de forma indirecta (este tipo de utilidad está relacionada directamente con la producción) con las actividades de marketing, en el sentido de que para producir tenemos que conocer cuáles son las necesidades de los consumidores.

Dimensiones de las Utilidades:

Los elementos que determinan las utilidades son ingresos que generan la empresa y los costos que se incurren en para mantener operativa la empresa y que cumplir con propósito comercial. Es por ello que a las ventas y los gasto que son elementos considerados en los estados financieros de las empresas. Considerando las diferentes clases de utilidad se consideran la utilidad bruta (ventas menos costo de ventas),

la utilidad operativa (utilidad bruta menos gastos operativos), la utilidad antes de impuestos (utilidad operativa \pm gastos financieros), y la utilidad del ejercicio (utilidad antes de impuestos menos el impuesto a la renta.)

- Ventas, que son los ingresos que genera la empresa por la venta de los productos del giro del negocio.
- Costo de ventas, representados por el precio de compra de la mercadería más los costos y gastos generados por las actividades de pedido, flete y seguro.
- Gastos operativos, constituidos por los gastos administrativos y de ventas que se incurren durante el ejercicio económico.
- Gastos/ingresos financieros, son los ingresos y egresos financieros generados por los otorgamientos y recepción de créditos que permiten apalancar las actividades de la empresa.
- Impuesto a la renta, que corresponde al impuesto a la generación o incremento de la riqueza de la empresa.

2.3. Definición de términos básicos

- **Productividad:** Según Koonntz, Harold Heinz Weihrich. (2004), la productividad "es la razón aritmética de producto a insumo, dentro de un período determinado.
- **Producción:** es considerada como la creación de bienes y servicios. Se aprecia que la producción de bienes es observable y tangible (Heizer & Render, 2007).
- **Factores productivos:** son los diferentes elementos que participan en la elaboración del producto y se consideran de manera parcial al trabajo. empleados, capital, mercadería. (Cabrejos / Mejía, 2010).
- **Estados Financieros:** Los estados financieros informan sobre la situación financiera de la empresa a una fecha determinada y también verifican los cambios que se presentan sobre la base de

efectivo en un período de que se trate. (Fischer, Dornbusch y Schmalensee, 1990).

- **Análisis financiero:** La técnica del análisis financiero, permite evaluar el desempeño de la productividad en la empresa y generar información para la toma de decisiones. Algunos de los índices que pueden reflejar el nivel de productividad dentro de las operaciones de la organización son (Bernstein, 1995)
- **Utilidad:** La utilidad es la medida básica del desempeño de cualquier negocio. Es el monto de dinero que queda una vez que se han pagado todos los gastos o la diferencia entre los ingresos y los egresos. negocio (Amaru, 2009, p. 447).
- **Marketing:** Proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes. (Kotler y Armstrong, 2013)
- **Calidad de servicio:** La calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo (esperado por el cliente) y calidad (condiciones pactadas)” (Quijano, 2004).
- **Servicio:** Busca incrementar el conjunto de valores o beneficios presentados a los consumidores. Es servicio es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas (Fischer y Espejo, 2011).
- **Cliente:** Es toda persona que utiliza los servicios de otra, es la persona u organización que recibe un producto o servicio y que

tiene que pagar un costo o recibirlo porque es un derecho que el Estado lo asiste. (DRAE, 2001).

- **Estrategia:** consisten en el arte y habilidad de combinar los diferentes medios que dispone la empresa para alcanzar los objetivos deseados” (Escribano, Fuentes y Alcaraz, 2006)

CAPITULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis de las variables

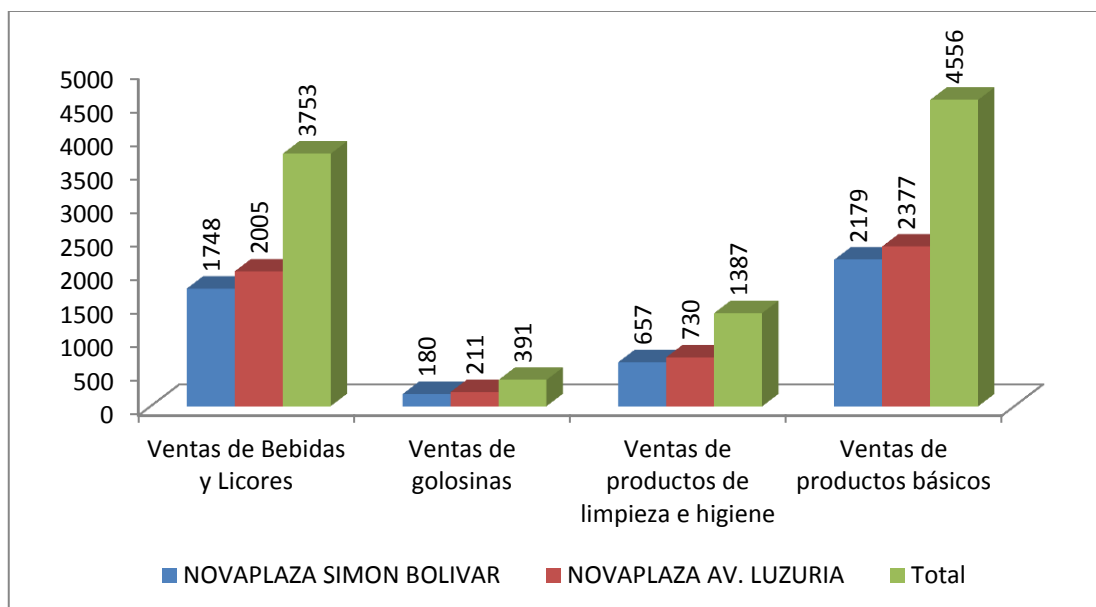
3.1.1. Productividad representada en ventas semanales

Tabla 4. Total de ventas por familia de productos

Indicadores	Ventas de Bebidas y Licores	Ventas de golosinas	Ventas de productos de limpieza e higiene	Ventas de productos básicos	Ventas totales	% por punto de venta
NOVAPLAZA SIMON BOLIVAR	1 748	180	657	2 179	4 764	47.23%
NOVAPLAZA AV. LUZURIA	2 005	211	730	2 377	5 323	52.77%
Total	3 753	391	1 387	4 556	10 087	100.00%
% por familia	37.21%	3.88%	13.75%	45,75%	100,00%	

Fuente: Ficha de recolección de información

Figura 5. Total de ventas por familia de productos



INTERPRETACIÓN: Las ventas de la empresa NOVAPLAZA se subdividen en familias identificadas como a) bebidas y licores, b) golosina, c) productos de limpieza e higiene, y d) productos básicos. La empresa tiene dos puntos de venta: a) NOVAPLAZA Simón Bolívar, y b) NOVAPLAZA Av. Luzuriaga. Se puede apreciar que el local de la Av. Luzuriaga tiene mayor porcentaje de participación, la cual alcanza a 52,77%, en tanto, el local del Jr. Sucre llega a 47,23%. Los mayores porcentajes de ventas corresponden a los productos básicos (45,17%) y a las bebidas (37,21%), esta situación lleva a tomar en cuenta que estos productos aportan un alto porcentaje a la productividad de la empresa.

Tabla 5. Indicadores de Productividad de la empresa NovaPlaza según las unidades vendidas

Productividad de los vendedores en relación a las unidades vendidas	$\frac{\# \text{ unidades vendidas}}{\# \text{ de vendedores}} = \frac{10\ 087}{7}$	1 441
Productividad de los trabajadores en relación a las unidades vendidas	$\frac{\# \text{ unidades vendidas}}{\text{Número total de trabajadores}} = \frac{10\ 087}{20}$	504.35
Productividad del salario de los vendedores en relación a las unidades vendidas	$\frac{\# \text{ unidades vendidas}}{\text{Salario de los vendedores}} = \frac{10\ 087}{5\ 740}$	1.76
Productividad del salario de los trabajadores en relación a las unidades vendidas	$\frac{\# \text{ unidades vendidas}}{\text{Salario total de los trabajadores}} = \frac{10\ 087}{16\ 400}$	0.62
Productividad del costo total de las mercaderías en relación a las unidades vendidas	$\frac{\# \text{ unidades vendidas}}{\text{Costo total de las mercaderías}} = \frac{10\ 087}{34\ 039.37}$	0.30
Productividad mercaderías en base su costo en relación a las unidades vendidas	$\frac{\# \text{ unidades vendidas}}{\text{Costos de mercaderías por línea de productos}} = \frac{10\ 087}{1\ 309.25}$	7.70
Productividad del costo (incluido gastos) total de la empresa en relación a las unidades vendidas	$\frac{\# \text{ unidades vendidas}}{\text{Costo total de la empresa}} = \frac{10\ 087}{58\ 005.28}$	0.17

Fuente: Ficha de recolección de información

INTERPRETACIÓN: La productividad con respecto a las unidades vendidas reporta diversos resultados los cuales se han considerado los siguientes: a) La productividad de los vendedores en relación a las unidades vendidas reporta que cada vendedor tendría un equivalente de 1 441 unidades semanales vendidas, b) la productividad del total de los trabajadores en relación a las unidades vendidas, asciende a 504,35 unidades semanales vendidas, c) la productividad del salario de los vendedores en relación a las unidades vendidas semanalmente asciende a 1.76, lo cual significa que se vende 1.76 artículos en promedio por cada sol pagado como salario al vendedor, d) la productividad del salario de los trabajadores en relación a las unidades vendidas semanalmente

asciende a 0.62, lo cual significa que se vende 0.62 artículos en promedio por cada sol pagado como salario a los trabajadores, e) la productividad del costo total de las mercaderías en relación a las unidades vendidas es de 0,30, lo cual significa que de cada sol invertido se venden 0,30 de artículos promedio, f) en cuanto a la productividad de mercaderías en base a su costos en relación a las unidades de mercaderías por líneas de productos es 7.70, y finalmente, g) la productividad del costo, incluidos gastos, total de la empresa en relación de las unidades vendidas es de 0,17 de artículos promedios vendidos.

Tabla 6. Indicadores de Productividad de la empresa Nova Plaza según el ingreso por unidades vendidas

Productividad de los vendedores en relación al ingreso por unidades vendidas	=	$\frac{\text{ingreso por unidades vendidas}}{\# \text{ de vendedores}}$	=	$\frac{38\ 240}{7}$	5 462.86
Productividad de los trabajadores en relación al ingreso por unidades vendidas	=	$\frac{\text{ingreso por unidades vendidas}}{\text{Número total de trabajadores}}$	=	$\frac{38\ 240}{20}$	1 912.00
Productividad del salario de los vendedores en relación al ingreso por unidades vendidas	=	$\frac{\text{ingreso por unidades vendidas}}{\text{Salario de los vendedores}}$	=	$\frac{38\ 240}{820}$	46.63
Productividad del salario de los trabajadores en relación al ingreso por unidades vendidas	=	$\frac{\text{ingreso por unidades vendidas}}{\text{Salario total de los trabajadores}}$	=	$\frac{38\ 240}{16400}$	2.33
Productividad del costo total de las mercaderías en relación al ingreso por unidades vendidas	=	$\frac{\text{ingreso por unidades vendidas}}{\text{Costo total de las mercaderías}}$	=	$\frac{38\ 240}{34\ 039.37}$	1.12
Productividad mercaderías en base su costo en relación al ingreso por unidades vendidas	=	$\frac{\text{ingreso por unidades vendidas}}{\text{Costos de mercaderías por línea de productos}}$	=	$\frac{38\ 240}{1\ 309.25}$	29.21
Productividad del costo (incluido gastos) total de la empresa en relación al ingreso por unidades vendidas	=	$\frac{\text{ingreso por unidades vendidas}}{\text{Costo total de la empresa}}$	=	$\frac{38\ 240}{58\ 005.28}$	0.66

Fuente: Ficha de recolección de información

INTERPRETACIÓN: La productividad con respecto al ingreso por unidades vendidas reporta diversos resultados los cuales se han considerado los siguientes: a) La productividad de los vendedores en relación al ingreso por unidades vendidas reporta que cada vendedor tendría un equivalente de 5 462,86 soles vendidos semanalmente, b) la productividad del total de los trabajadores en relación al ingreso por unidades vendidas, asciende a 1 912,00 soles semanales vendidas, c) la productividad del salario de los vendedores en relación al ingreso por unidades vendidas semanalmente asciende a 46,63, lo cual significa que se vende 46.63 soles en promedio por cada sol pagado como salario al vendedor, d) la productividad del salario de los trabajadores en relación al ingreso por unidades vendidas semanalmente asciende a 2.33, lo cual significa que se vende 2.33 soles en promedio por cada sol pagado como

salario a los trabajadores, e) la productividad del costo total de las mercaderías en relación al ingreso por unidades vendidas es de 1,12, lo cual significa que de cada sol invertido se venden 0,30 soles en promedio semanal, f) en cuanto a la productividad de mercaderías en base a su costos en relación al ingreso por unidades de mercaderías por líneas de productos es 29.21, y finalmente, g) la productividad del costo total de la empresa, incluidos gastos, en relación al ingreso por unidades vendidas es de 0,66 de artículos promedios vendidos.

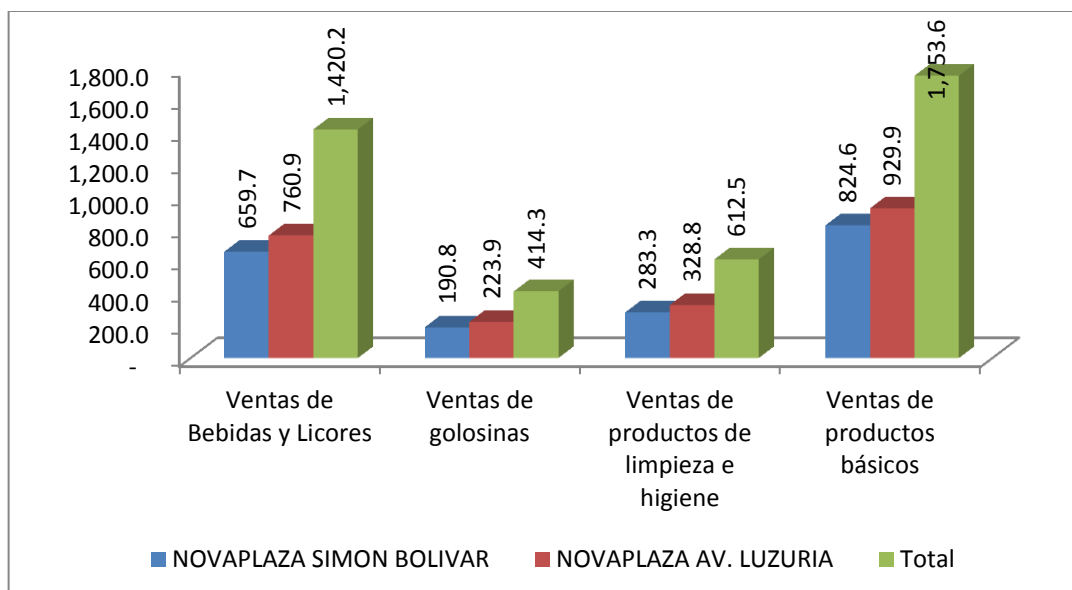
3.1.2. Utilidades y Ventas

Tabla 7. Utilidad Bruta por Familia de producto

Indicadores	Utilidad bruta de Bebidas y Licores	Utilidad bruta de golosinas	Utilidad bruta de productos de limpieza e higiene	Utilidad bruta de productos básicos	Utilidad bruta	% por punto de venta
NOVAPLAZA SIMON BOLIVAR	659.70	190.80	283.33	824.60	1,958.43	46.62%
NOVAPLAZA AV. LUZURIA	760.90	223.85	328.80	929.94	2,243.49	53.41%
Total	1 420.15	414.33	612.52	1 753.64	4,200.64	100.00%
% por familia	33.81%	9.86%	14.58%	41.75%	100.00%	

Fuente: Ficha de recolección de información

Figura 6. Utilidad Bruta por Familia de producto



INTERPRETACIÓN: Las utilidades brutas de la empresa NOVAPLAZA se subdividen en familias identificadas como a) bebidas y licores, que asciende a S/ 1 420,15, b) golosina que asciende a 414,33 soles, c) productos de limpieza e higiene por el importe de 612,52, y d) productos básicos que llega a 1 753,64, lo que hace un total de utilidad bruta semanal de 4 200,64 soles. Se aprecia que el local de la Av. Luzuriaga tiene mayor porcentaje de participación en las utilidades brutas, la cual alcanza a 53,41%, en tanto, el local de Jr. Sucre llega a 46,62%. Los mayores porcentajes de utilidades brutas corresponden a los productos básicos (41,75%) y a las bebidas y licores (33,81%), esta situación lleva a conocer que estos productos aportan con un alto porcentaje a la productividad de la empresa.

Tabla 8. Indicadores de Utilidades de la empresa Nova Plaza semanal

Descripción	Importe S/	%
Utilidad Bruta	4 200.60	10.98%
Ventas netas	38 240.00	100.00%
Costo de ventas	34 039.40	89.02%
Utilidad Operativa	3 990.60	10.44%
Utilidad Bruta	4 200.60	10.98%
Gastos operativos	210.00	0.55%
Utilidad antes de impuestos	4 072.60	10.65%
Utilidad operativa	3 990.60	10.44%
+ - ingresos (egresos) financieros	82.00	0.21%
Utilidad neta	3 991.10	10.44%
Utilidad antes de impuestos	4 072.60	10.65%
Impuesto a la renta	81.50	0.21%

Fuente: Ficha de recolección de información

INTERPRETACIÓN: La utilidad bruta de la empresa NOVAPLAZA asciende a S/ 4 200,60 promedio semanal, que representa el 10,98% de la venta neta y el costo de ventas representa el 89,02%. La utilidad operativa asciende a S/ 3 990,60 promedio semanal el cual representa el 10,44% de la venta neta. La utilidad antes de impuestos asciende a S/ 4 072,60 promedio semanal el cual representa el 10,65% de las ventas netas. La utilidad neta o utilidad del ejercicio asciende a S/ 3 991,10 promedio semanal lo que representa el 10,44% de las ventas netas.

Tabla 9 Indicadores de Utilidad de la empresa Nova Plaza mensual y anual

	MENSUAL	ANUAL	%
Utilidad bruta	16 802.50	201 630.00	10.98%
Ventas netas	15 2960.00	1 835 520.00	100.00%
Costo de ventas	13 6157.50	1 633 890.00	89.02%
Utilidad operativa	15 962.37	191 548.50	10.44%
Utilidad Bruta	16 802.50	201 630.00	10.98%
Gastos operativos	840.12	10 081.50	0.55%
Utilidad antes de impuestos	16 290.37	195 484.50	10.65%
Utilidad operativa	15 962.37	191 548.50	10.44%
+ - ingresos (egresos) financieros	328.00	3 936.00	0.21%
Utilidad neta	15 964.56	191 574.81	10.44%
Utilidad antes de impuestos	16 290.37	195 484.50	10.65%
Impuesto a la renta	325.80	3 909.69	0.21%

Fuente: Ficha de recolección de información

INTERPRETACIÓN: La utilidad bruta de la empresa NOVAPLAZA asciende a S/ 201 630,00 mensual, que representa el 10,98% de la venta neta y el costo de ventas representa el 89,02% de las ventas netas. La utilidad operativa asciende a S/ 191 548,50 anual el cual representa el 10,44% de la venta neta. La utilidad antes de impuestos asciende a S/ 195 484,50 anual el cual representa el 10,65% de las ventas netas. La utilidad neta o utilidad del ejercicio asciende a S/ 191 574,10 anual lo que representa el 10,44% de las ventas netas.

Resumen estadístico de frecuencias

Tabla 10. Resumen estadístico de variables en las familias de productos

Familia de Productos	Utilidad 1	Utilidad 2	Utilidad General	Producción 1	Producción 2	Producción General
Bebidas y licores	659.7	760.9	1420.15	582.7	501.3	536.1
Golosinas	190.8	223.85	414.325	60.0	52.8	55.9
Limpieza e higiene	283.33	328.8	612.515	219.0	182.5	198.1
Básicos	824.6	929.94	1753.635	726.3	594.3	650.9

Fuente: Ficha de recolección de información

3.2. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

3.2.1. Validez

Para dicho proceso tanto de validez del instrumento; se designó a un grupo de tres profesionales con el nivel de instrucción académico de licenciado, magister y doctor en su especialidad, y que estuvo conformado por: Dr. Suarez Sánchez, Juan de Dios; Licenciado en Administración. Chunga Antón, Carlos Humberto; Dextre Martínez, William Rene, los cuales dieron las observaciones y revisiones respectivas para dicha validación y confiabilidad del instrumento.

Para Hernández, Fernández y Baptista (1998) “la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir”

Por ello la validación del instrumento se obtuvo a través del juicio de expertos, actividad que se revisó en todas las fases de la investigación, a fin de someter el modelo a la consideración y juicio de conocedores de la materia en cuanto a ciencias empresariales y educación se refiere y así facilitar el montaje metodológico del instrumento tanto de forma como de fondo, con el fin único de su evaluación y al considerar la misma, hacer las correcciones que tuvieran

lugar, para de esta forma garantizar la calidad y certidumbre del modelo. Cada experto recibió una plantilla de validación, donde se recogió la información. Esta plantilla contiene los siguientes aspectos de información por cada ítem: claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y pertinencia. Luego de la revisión de parte de los expertos se procedió a: (a) en los ítems con 100% de coincidencia favorable entre los expertos, semejaron incluidos en el cuestionario, (b) en los ítems donde hubo un 100% de coincidencia desfavorable entre los expertos se excluyeron del instrumento, (c) donde existió acuerdo parcial entre los expertos se revisaron los ítems, se reformularon y nuevamente ser validados.

3.2.2. Confiabilidad

Con respecto a la confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos, Sánchez y Guarisma (1995) plantean que una medición es confiable o segura, cuando aplicada repetidamente a un mismo individuo o grupo, o al mismo tiempo por investigadores diferentes, da iguales o parecidos resultados”. Por ello con el fin de revisar, evaluar y determinar la confiabilidad del instrumento, así como la detección de dificultades se ejecutó una prueba piloto a un grupo individuos que no fueron incluidos en la muestra, en dos oportunidades diferentes. Realizadas ambas aplicaciones se compararon los resultados obtenidos y no se detectaron discrepancias, por lo tanto se consideró confiable el instrumento de recolección de datos.

Por ello con el fin de revisar, evaluar y determinar la confiabilidad del instrumento, así como la detección de dificultades se ejecutó una prueba piloto a un grupo individuos que no fueron incluidos en la muestra, en dos oportunidades diferentes. Realizadas ambas aplicaciones se compararon los resultados obtenidos y no se detectaron

discrepancias, por lo tanto se consideró confiable el instrumento de recolección de datos.

Para la confiabilidad del instrumento se aplica el alfa de cronbach para cada grupo de preguntas de las dos variables, para lo cual se utilizó el análisis de consistencia Alfa de Cronbach (α), donde:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K = Numero de ítems

$\sum S_i^2$ = Suma de varianza de ítems

S_T^2 = Varianza de la suma de los ítems

α = Alfa de Cronbach

Al realizar esta prueba, haciendo uso del programa estadístico SPSS, se obtuvo el valor de 0.789 para la variable productividad y el valor de 0.819 para la variable utilidad, en resumen, (Loo, 2001; p.223) el valor de consistencia que se considera adecuado y aceptable es de 0.7 o más.

3.3 PRUEBA DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

- H1= Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016.
- H0= No existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016

Correlaciones

			PRODUCTIVIDAD	UTILIDAD
Rho de Spearman	PRODUCTIVIDAD	Coeficiente de correlación	1.000	.430*
		Sig. (bilateral)	.	.032
		N	35	35
	UTILIDADES	Coeficiente de correlación	.430*	1.000
		Sig. (bilateral)	.032	.
		N	35	35

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

Según la Prueba Rho de Spearman para la asociación de variables con escala ordinal, por ser la Significancia bilateral (Sig.=0.032), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), por ello aceptamos nuestra hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula.

Hipótesis secundarios 01

- H1= Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores.
- H0= No existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores.

Correlaciones

		PRODUCTIVIDAD EN BEBIDAS Y LICORES	UTILIDADE S
Rho de Spearman	PRODUCTIVIDAD EN BEBIDAS Y LICORES	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.551**
		N	35
	UTILIDADES	Coeficiente de correlación	.551**
		Sig. (bilateral)	.004
		N	35

Según la Prueba Rho de Spearman para la asociación de variables con escala ordinal, por ser la Significancia asintótica bilateral (Sig.=0.004), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), por ello aceptamos nuestra Hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula.

Hipótesis secundarios 02

- H1= Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas.
- H0= No existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas.

			PRODUCTIVIDAD DE GOLOSINAS	UTILIDAD
Rho de Spearman	PRODUCTIVIDAD DE GOLOSINAS	Coefficiente de correlación	1.000	.575**
		Sig. (bilateral)	.	.003
		N	35	35
Spearman	UTILIDADES	Coefficiente de correlación	.575**	1.000
		Sig. (bilateral)	.003	.
		N	35	35

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

Según la Prueba Rho de Spearman para la asociación de variables con escala ordinal, por ser la Significancia bilateral (Sig.=0.003), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), por ello aceptamos nuestra Hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula.

Hipótesis secundarios 03

- H1= Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de producto de limpieza e higiene.
- H0= No existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de producto de limpieza e higiene.

Correlaciones

			PRODUCTIVIDAD DE LIMPIEZA E HIGIENE	UTILIDADES
Rho de Spearman	PRODUCTIVIDAD DE LIMPIEZA E HIGIENE	Coefficiente de correlación	1.000	.451*
		Sig. (bilateral)	.	.024
		N	35	35
Spearman	UTILIDADES	Coefficiente de correlación	.451*	1.000
		Sig. (bilateral)	.024	.
		N	35	35

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

Según la Prueba Rho de Spearman para la asociación de variables con escala ordinal, por ser la Significancia bilateral (Sig.=0.024), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), por ello aceptamos nuestra Hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula.

Hipótesis secundarios 04

- H1= Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos.
- H0= No existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos.

			Correlaciones	
			PRODUCTIVIDAD DE PRODUCTOS BÁSICOS	UTILIDADES
Rho de Spearman	PRODUCTIVIDAD DE PRODUCTOS BÁSICOS	Coefficiente de correlación	1.000	.429*
		Sig. (bilateral)	.	.032
		N	35	35
	UTILIDADES	Coefficiente de correlación	.429*	1.000
		Sig. (bilateral)	.032	.
		N	35	35

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

Según la Prueba Rho de Spearman para la asociación de variables con escala ordinal, por ser la Significancia bilateral (Sig.=0.032), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), por ello aceptamos nuestra Hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula.

3.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación tuvo similares resultados con la investigación antecedente de Diez y Abreu (2009), quien concluyó la capacitación del personal es una inversión que da beneficios constantes a la empresa, ya que en la medida en que el personal esté mejor preparado y capacitado menos errores comete lo cual permite que exista más calidad en los procesos a largo plazo, y que la capacitación incrementa la productividad de los trabajadores. Que las empresas deben capacitar a su personal, aunque sea cuando esta empieza a trabajar por primera vez en una organización, la capacitación interna debe ser una actividad continua gracias a la cual el individuo adquiere los conocimientos necesarios para elevar su nivel de vida y productividad.

Asimismo, se estuvo de acuerdo con Cabrejos y Mejía (2013), en donde concluye que se obtiene una eficiencia de 49,59% que es similar a la contribución de tienen la familia de productos básicos que alcanzan a 45,75%, tanto semanal promedio, como total anual. Sus conclusiones se asemejan a los de la presente investigación en el sentido de que la productividad es un aspecto muy importante al igual que los rendimientos de las utilidades.

Medina y Mauricci (2014), sus conclusiones se asemejan a los de la presente investigación en el sentido de que los factores productivos, el que impacta en la rentabilidad es el capital humano representado por el número de trabajadores, en tanto que no encontramos evidencia estadística de impacto de las variaciones de activo en mercadería en la utilidad; que la rentabilidad está asociado significativamente a su rezago previo, lo que nos da luces de que la rentabilidad depende del desempeño de la empresa en periodos previos, el mismo que intuimos debe estar asociado a una serie de variables internas y externas a la empresa no contempladas en este estudio

También los resultados confirmaron los obtenidos por Ríos (2014), cuando concluye que con la productividad no realizan un buen diagnóstico ni identifican las posibles causas que la afectan, ocasionando deficiencias en la toma de decisiones; que no apoyan a la gestión de compras ocasionando ineficiencias y demora en el proceso de despacho, afectando la rentabilidad financiera. Este aspecto conlleva a que la empresa debe tomar en consideración a tener un control constante y preciso para realizar propuestas de mejoras a través de los factores o insumos y los resultados obtenidos.

La empresa debe precisar los objetivos propuestos en base a los estudios realizados, lo cual pretende ser cada más eficientes para la gestión de la empresa pueda tener los elementos suficientes para la mejora de los indicadores económicos que tiene que considerar como la eficacia, eficiencia, productividad, utilidad, entre otros.

CONCLUSIONES

- Existe una relación entre productividad y las utilidades en la empresa NOVAPLAZA, según la Prueba Rho de Spearman nos da como resultado la significancia bilateral (Sig.=0.032), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$). La productividad de la empresa NOVAPLAZA se caracteriza por presentar porcentajes similares de ventas en ambos locales (NOVAPLAZA Simón Bolívar = 47,23% y NOVAPLAZA Av. Luzuriaga = 52,77%). Los productos que más contribuyen a las ventas y a la productividad son las bebidas y licores (37,21%) y los productos básicos (45,75%). En relación a la utilidad, los productos de bebidas y licores (33.81%) y productos básicos (41,75%) son los que más contribuyen a la utilidad.
- Los resultados del análisis estadístico del Rho de Spearman indica que existe una relación entre las utilidades y la productividad en las ventas de bebidas y licores, cuyo resultado nos da la significancia bilateral (Sig.=0.004), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), En relación a la productividad las bebidas y licores contribuyen en un (37,21%) y en relación a la utilidad en (33.81%).
- Existe una relación entre las utilidades y la productividad en las ventas de golosinas en la empresa NOVAPLAZA, según la Prueba Rho de Spearman nos da como resultado la significancia bilateral (Sig.=0.003), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$). En relación a la productividad las golosinas contribuyen en un (3.88%) y en relación a la utilidad en (9.86%).
- Los resultados del análisis estadístico del Rho de Spearman indica que existe una relación entre las utilidades y la productividad en las ventas de limpieza e higiene, cuyo resultado nos da la significancia bilateral (Sig.=0.024), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), En relación a la productividad los productos de limpieza e

higiene contribuyen en un (13,75%) y en relación a la utilidad en (14.58%).

- Los resultados del análisis estadístico del Rho de Spearman indica que existe una relación entre las utilidades y la productividad en los productos básicos, cuyo resultado nos da la significancia bilateral (Sig.=0.032), está por debajo del nivel de error máximo permisible ($\alpha=0.05$), En relación a la productividad los productos básicos contribuyen en un (45,75%) y en relación a la utilidad en (41,75%).

RECOMENDACIONES

- De acuerdo a los resultados obtenidos nos da como referencia que tiene dos productos que contribuyen en un mayor porcentaje a la productividad y las utilidades. Se recomienda a la gerencia administrativa de fortalecer los productos que contribuyen con menor porcentaje a la productividad y utilidades, asimismo la empresa NOVAPLAZA debe mejorar la productividad de sus colaboradores, mediante capacitaciones, motivaciones e incentivos.
- Los gerentes o administradores de la empresa NOVA PLAZA deben realizar estrategias ventas e innovación para seguir posicionándose en el mercado local y tomar decisiones pertinentes respecto a la productividad y utilidades en rubro de bebidas y licores.
- Se recomienda a los gerentes o administradores de la Empresa NOVAPLAZA ir en busca de nuevos clientes y no solo esperar a que el cliente se apersona a la empresa, para así poder incrementar las ventas en rubro de golosinas.
- Los gerentes o administradores de la empresa NOVA PLAZA deben realizar estrategias ventas corporativas en el rubro de limpieza e higiene a las diversas instituciones con ello estaríamos incrementando nuestra productividad y las utilidades para la empresa.
- Se recomienda a los administradores de la empresa NOVA PLAZA deben realizar un Plan de marketing mix para así poder retener, y fidelizar e incrementar a los clientes, y si diferenciarnos de nuestros competidores ofreciendo productos de calidad con un buen servicio de atención al cliente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Amaru A. (2009). *Fundamentos de Administración. Teoría general y proceso administrativo*. Pearson educación. México.

Banco Nacional de Comercio Exterior de México (2001). *La Productividad y la Capacitación, Pilares de la Modernización*, Revista de Comercio Exterior, Vol.41, No.8, México.

Benzaquen, S. M. (2012). *Sistema de incentivos para aumentar la productividad en el área de producción. Informe de Pasantía*. Presentado ante la Ilustre Universidad Simón Bolívar como requisito parcial para optar al título de Ingeniero de Producción.

Bernstein, L.A. (1995): *Análisis de estados financieros*. Teoría, aplicación e interpretación, Ed. Irwin, Madrid.

Cabrejos, D. y Mejia, K. C. (2010). *Mejora de la productividad en el área de Confecciones de la empresa Best Group Textil S.A.C. mediante la aplicación de la metodología PHVA*. Universidad de San Martín de Porres. Lima Perú.

Carrasco, S. (2009). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.

Carro, R, y Gonzales, D. (2012). *Productividad y competitividad. Administración de Operaciones*. Universidad Nacional del mar del Plata.

Cateora, P. R. (2000). *Marketing Internacional*. México: Mc Graw Hill.

Céspedes, N.; Lavado, P. y Ramírez, N. (2010). *Productividad en el Perú*.

Medición, determinantes e implicancias- Trujillo.

Chase, R., Aquilano, N. (1997). *Dirección y Administración de Producción y de las Operaciones*. 6ta edición. Ed. Mc Graw-Hill. España.

Chiavenato, Idalberto (1992) *Administración de Recursos Humanos*. México. Edit. McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (1999): *Administración de Recursos Humanos*. Colombia. Edit. McGraw-Hill.

Diez, J. y Abreu, J. L. (2009). *Impacto de la capacitación interna en la productividad y estandarización de procesos productivos: un estudio de caso*. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 4(2): 97-144. Septiembre 2009. ISSN 1870-557X.

Dollar, D. y A. Kraay (2002). *Growth Is Good for the Poor*. *Journal of Economic Growth* 7(3), 195-225.

Fariñas, J. C., y Ruano, S. (2004). *The dynamics of productivity: a decomposition approach using distribution functions*. *Small Business Economics* 22, pp. 237-251.

Fernández, G. (2004). *Adaptación del puesto de trabajo*. *Revista Capital Humano*. No. 181, pp.15. Madrid. Ed. Capital Humano.

Fischer S., Dornbusch R., y Schmalensee R. (1990). *Economía*. Mc Graw-Hill, segunda edición, México D.F., 1990.

González, J. (1995). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera*, Ed. Pirámide, Madrid.

- Hernández, S.R.; Fernández, C. C.; Baptista, M. P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. México: Mc Graw Hill.
- Koonntz, H. W. (2004). *Administración una Perspectiva Global*. McGraw-Hill, Décimo segunda Edición, México.
- Koonntz, H. W. (2013). *Elementos de administración. Un enfoque internacional y de innovación*. McGraw-Hill, Octava edición, México.
- Krugman, P. (1994). *The Age of Diminished Expectations*. MIT Press.
- Lobato, E. A. (2006). *Los almacenes. Operaciones de almacenaje*. Madrid, España: Editorial Editex, S.A. pp. 82-101. ISBN 84-9771-398-2.
- Martínez, M. C. y Reyes, T. N. (2009). *Programa de Mantenimiento para aumentar la productividad en la Empresa Inplax S.A de C.V*. Instituto Politécnico Nacional. México.
- Medina, C. A. y Mauricci, G. F. (2014). *Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009-2013*. Tesis para obtener el Título Profesional de Economista y Economista con mención en Finanzas. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo. Perú.
- Mondy, W. y Noe, R. (1997) *Administración de Recursos Humanos*. México. Edit. Prentice Hall Hispanoamericana, S. A.
- Ríos, K. (2014). *Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de Courier en Lima metropolitana, 2012-2013*. Universidad San Martín de Porres. Lima Perú.
- Rodríguez, J. (2009). *Perú Labor Productivity*. Lima Perú.
- Schroeder, Roger G. (2005). *Administración de operaciones*. McGraw Hill, Pág. 533.

Sias, A. (2013). *Desarrollo de propiedades mecánicas de un nuevo acero nicrmo para la fabricación de anillos para componentes mecánicos*. Universidad Autónoma de Nuevo León. México.

Thompson, V. M. (2007). *Incremento de la Productividad en la Micro y Pequeña Empresa Nacional con Visión a Exportar*. Universidad Ricardo Palma. Lima Perú.

Banco Nacional de Comercio Exterior de México (2001). *La Productividad y la Capacitación, Pilares de la Modernización*, Revista de Comercio Exterior, Vol.41, No.8, México.

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

RELACIÓN ENTRE LA PRODUCTIVIDAD Y LAS UTILIDADES EN LA EMPRESA NOVAPLAZA DE LA CIUDAD DE HUARAZ - 2016

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION	VARIABLES
<p>GENERAL:</p> <p>¿De qué manera se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>•Determinar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>•Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Aplicada</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Descriptivo correlacional</p>	<p>V.1.</p> <p>Productividad</p>
<p>SECUNDARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores? • ¿Cómo se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas? • ¿De qué manera se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las 	<p>ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Identificar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores •Analizar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas. •Identificar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las 	<p>SECUNDARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de bebidas y licores. •Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de golosinas. •Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de producto de limpieza e higiene. 	<p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>No experimental.</p> <p>POBLACIÓN</p> <p>Está conformada por las entradas y salidas de los productos y líneas de productos en la empresa NOVAPLAZA de la ciudad de Huaraz.</p>	<p>V.2.</p> <p>Utilidad en la empresa NOVA PLAZA de la ciudad de Huaraz 2016.</p>

<p>ventas de producto de limpieza e higiene?</p> <p>• ¿De qué manera se relaciona la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos?</p>	<p>ventas de producto de limpieza e higiene.</p> <p>•Analizar la relación que existe entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos.</p>	<p>•Existiría la relación entre la productividad y las utilidades en las dos empresas NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, 2016 respecto a las ventas de productos básicos.</p>		
--	---	--	--	--

ANEXO 02



FICHA DE REGISTRO DE INFORMACIÓN

Para la presente investigación sobre la Relación de Productividad y las utilidades en la empresa Nova plaza de la ciudad de Huaraz, 2016, se utilizó la ficha de registro en cuanto a los diversos productos que compra y vende dicha empresa para ello se recabo la información en cuanto a los costos, precios unitarios de cada producto también se recopiló la información de las cantidades vendidas mensual y diariamente, para así obtener la información de la productividad y las utilidades de dicha empresa. Es necesario mencionar que la información brindada es referencial por la confidencial de la empresa.

EMPRESAS	NUMERO DE PERSONAL	PRECIOS DE LOS PRODUCTOS																										
		BEBIDAS				CERVEZA					GOLOSINAS			PRODUCTOS DE LIMPIEZA E HIGIENE							PRODUCTOS BASICO							
		COCACOLA	INKA	PEPSICOLA	AGUA MINERAL	PILSE N	CRISTAL	CUSQUEÑA	VINO ECONOMICO	RON ECONOMICO	PAQUETE DE CHOCOLATE	PAQUETE PEQUÑO DE GALLETTAS	PAQUETE DE CAMELLOS	JABON	PASTA DENTAL	DETERGENTE PEQUEÑO	SHAMPOON EN BOTELLA	AYUDIN	PAPEL HIGIENICO	ESCOBA	FIDEOS EN BOLSA	LECHE EN TARRORO	AVENA POR BOLSA	ARRIZO KILO	AZUCAR	ACEITE LITRO	YOGURT	
8	NOVAPLAZA AV. LUZURIA	5	S/2.50	S/2.50	S/2.00	S/1.00	S/5.00	S/6.00	S/6.00	S/30.00	S/35.00	S/15.00	S/4.00	S/5.00	S/2.00	S/5.00	S/1.90	S/24.00	S/3.70	S/1.90	S/6.00	S/1.80	S/3.90	S/1.90	S/3.00	S/2.00	S/6.00	S/5.80
9	NOVAPLAZA SIMON BOLIVAR	4	S/2.50	S/2.50	S/2.00	S/1.00	S/5.00	S/6.00	S/6.00	S/30.00	S/35.00	S/15.00	S/4.00	S/5.00	S/2.00	S/5.00	S/1.90	S/24.00	S/3.70	S/1.90	S/6.00	S/1.80	S/3.90	S/1.90	S/3.00	S/2.00	S/6.00	S/5.80

EMPRESAS	NUMERO DE PERSONAL	CANTIDADES VENDIDAS MENSUALMENTE																										
		BEBIDAS				CERVEZA					GOLOSINAS			PRODUCTOS DE LIMPIEZA E HIGIENE							PRODUCTOS BASICO							
		COCACOLA	INKA	PEPSICOLA	AGUA MINERAL	PILSEN	CRISTAL	CUSQUEÑA	VINO ECONOMICO	RON ECONOMICO	PAQUETE DE CHOCOLATE	PAQUETE PEQUÑO DE GALLETAS	PAQUETE DE CAMELOS	JABON	PASTA DENTAL	DETERGENTE PEQUEÑO	SHAMPON EN BOTELL	AYUDIN	PAPEL HIGIENICO	ESCOBA	FIDEOS EN BOLSA	LECHE EN TARRO	AVENA POR KILO	ARROZ KILO	AZUCAR	ACEITE LITRO	YOGURT	
8	NOVAPLAZA AV. LUZURIA	5	429	333	321	309	124	255	142	49	43	40	83	88	140	72	196	40	44	200	38	676	640	201	318	201	217	124
9	NOVAPLAZA SIMON BOLIVAR	4	315	311	270	295	120	250	102	45	40	38	70	72	150	66	158	38	40	170	35	615	600	160	315	179	198	112

EMPRESA	Productividad				
NOVAPLAZA SIMON BOLIVAR		S/.659.70	S/.190.80	S/.283.33	S/.824.60
NOVAPLAZA AV. LUZURIA		S/.760.90	S/.231.85	S/.328.80	S/.929.94
Promedio		S/710.3	S/211.33	S/306.06	S/877.27

EMPRESA NOVAPLAZA	BEBIDAS					CERVEZA				GOLSOINAS			PRODUCTOS DE LIMPIEZA E HIGIENE						PRODUCTOS BASICOS						Total \$.			
	NUMERO DE PERSONAL	COCA COLA \$.	INKA \$.	PEPSI COLA \$.	AGUA MINERAL	PILSEN \$.	CRISTAL \$.	CUSQUEÑA \$.	VINO ECONOMICO \$.	RON ECONOMICO \$.	PAQUETE DE CHOCOLATE \$.	PAQUETE PEQUEÑO DE GALLETAS \$.	PAQUETE DE CAMELOS	JABON \$.	PASTA DENTAL	DETERGENTE PEQUEÑO	SHAMPOON EN BOTELLA	AYUDIN \$.	PAPEL HIGIENICO \$.	ESCOBA \$.	FIDEOS EN BOLSA	LECHE EN TARRO	AVENA POR BOLSA	ARROZ KILO \$.		AZUCAR \$.	ACEITE LITRO \$.	YOGURT \$.
NOVAPLAZA SIMON BOLIVAR	3	78.75	77.75	54.00	29.50	60.00	125.00	61.20	85.50	88.00	57.00	105.00	28.80	45.00	13.20	63.20	6.08	88.00	61.20	6.65	369.00	108.00	62.40	56.70	53.70	118.80	56.00	1,958.43
NOVAPLAZA AV. LUZURIA	3	107.25	83.25	64.20	30.90	62.00	127.50	85.20	93.10	107.50	68.00	128.65	35.20	53.20	14.40	78.40	6.40	96.80	72.00	7.60	405.60	128.00	80.40	57.24	60.30	130.20	68.20	2,251.49

Utilidad

NOVAPLAZA SIMON BOLIVAR	\$/. 7,833.72	\$/.659.70	\$/.190.80	\$/.283.33	\$/.824.60
NOVAPLAZA AV. LUZURIA	\$/. 9,005.96	\$/.760.90	\$/.231.85	\$/.328.80	\$/.929.94
PROMEDIO	\$/8419.84	\$/710.3	\$/211.32	\$/306.06	\$/877.27



ENTREVISTA SOBRE PRODUCTIVIDAD Y UTILIDADES

En la presente entrevista se formula una serie de preguntas, con la finalidad de recabar información fiable relacionado a la productividad y utilidades de la empresa NOVAPLAZA en la ciudad de Huaraz, para ello se realizó la entrevista estructurado al administrador a quién solicitamos que respondiera las interrogantes con mucha sinceridad y que dicha información obtenida era para fines de la investigación y sería de manera confidencial.

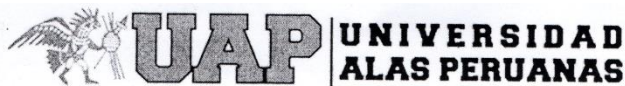
Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que usted considere, marque con un aspa (X)

N°	Productividad y utilidades
1	¿Cuál fue la cantidad de unidades vendidas?
2	¿A cuánto ascendieron los ingresos por las unidades vendidas?
3	¿A cuánto ascienden los ingresos por líneas de productos
4	¿Cuántos vendedores trabajan en la empresa?
5	¿Cuántos trabajadores, en total, hay en la empresa?
6	¿A cuánto ascienden los salarios de los vendedores?
7	¿A cuánto ascienden los salarios del total de los trabajadores de la empresa?
8	¿A cuánto asciende el costo total de las mercaderías?

9	¿A cuánto asciende el costo de las mercaderías por líneas de productos?
10	¿A cuánto ascienden el costo total de la empresa?
11	¿A cuánto ascienden las ventas netas?
12	¿A cuánto ascienden el costo de las mercaderías vendidas?
13	¿A cuánto ascienden los gastos administrativos?
14	¿A cuánto ascienden los gastos de ventas?
15	¿A cuánto ascienden los ingresos financieros?
16	¿A cuánto ascienden los gastos financieros?
17	¿A cuánto ascienden los impuestos a la renta?

GRACIAS POR SU TIEMPO Y APORTE A NUESTRA INVESTIGACIÓN...!!!

Validación del instrumento



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
Escuela de Administración y Negocios Internacionales

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: SUAREZ SANCHEZ JUAN DE DIOS
 1.2 GRADO ACADEMICO: DOCTOR
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UAP - HUARAZ
 1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: DIAS MEJIA YESENIA MACALY
 1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: RELACION ENTRE LA PRODUCTIVIDAD Y LAS UTILIDADES EN LA EMPRESA NOVA PLAZA DE LA CIUDAD DE HUARAZ... 2016

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10) 01	(10-13) 02	(14-16) 03	(17-18) 04	(19-20) 05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				17	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				17	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.				17	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems.				17	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad				17	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.				17	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos				17	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.				17	
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.				17	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia				17	
Sub Total					170	
Total						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total /10)..... 17
 VALORACIÓN CUALITATIVA: ACCEPTABLE
 VALORACIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE

Leyenda:

- 01-13 Improcedente
- 14-16 Aceptable con recomendación
- 17-20 Aceptable

Lugar y Fecha: HUARAZ 22-05-2017

Firma y Post firma:
 DR. JUAN DE DIOS SUAREZ S.
 DNI 31661351 Teléfono 954066063



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: Dextre Martínez William René
- 1.2 GRADO ACADÉMICO:
- 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNASAM
- 1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: Díaz Mejía Yesenia Magaly
- 1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "RELACION ENTRE LA PRODUCTIVIDAD Y LAS UTILIDADES EN LA EMPRESA NOVAPLAZA DE LA CIUDAD DE HUARAZ - 2016"

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				17	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				17	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.			15		
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los ítems.			16		
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad.				17	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.				18	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				18	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.				18	
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.				18	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia.				18	
Sub Total				31	141	
Total					172	

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total /10)..... 17,2

VALORACIÓN CUALITATIVA: Muy BUENO

VALORACIÓN DE APLICABILIDAD: ACEPTABLE

Leyenda:

01-13 Improcedente

14-16 Aceptable con recomendación

17-20 Aceptable

Lugar y Fecha: Huaraz - 24/05/2017

Firma y Post firma: William R. Dextre Martínez

DNI 40138473 Teléfono 995-007-106

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTO
I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL INFORMANTE: CHUNGA ANTON CARLOS HUMBERTO
 1.2 GRADO ACADÉMICO: Lic. ADM. MAGISTER EN CIENCIAS ECONÓMICAS CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNASOM
 1.4 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: DÍAZ MEJÍA YESSICA MAGOLY
 1.6 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: RELACIÓN ENTRE LA PRODUCTIVIDAD Y LAS UTILIDADES EN LA EMPRESA NOVAPAZA - 2016

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Calificación cuantitativa)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-10) 01	(10-13) 02	(14-16) 03	(17-18) 04	(19-20) 05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				17	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				17	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación.			16		
4. ORGANIZACIÓN	Existe un constructo lógico en los items			16		
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad				16	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados.				17	
7. CONSISTENCIA	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				18	
8. COHERENCIA	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores.				17	
9. METODOLOGÍA	Cumple con los lineamientos metodológicos.				18	
10. PERTINENCIA	Es asertivo y funcional para la Ciencia				17	
Sub Total				32	137	
Total		169				

 VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total /10)..... 16,9

Leyenda:

 VALORACIÓN CUALITATIVA:..... BUENO

01-13 Improcedente

 VALORACIÓN DE APLICABILIDAD:..... ACEPTABLE CON RECOMENDACIÓN

14-16 Aceptable con recomendación

17-20 Aceptable

 Lugar y Fecha: Huancayo 24 de Mayo 2017

 Firma y Post firma: [Firma]

 DNI 17463433 Teléfono..... 957848888