



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

Carrera Ingeniería Comercial

Título

**“LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y LAS VENTAS DE
LA EMPRESA INDUPALETS CIA. LTDA. DE LA CIUDAD
DE RIOBAMBA”**

***TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL***

Autor (es)

Alejandro Delgado

Tutor

Mgs. Gilma Uquillas

**Año
2022**

Informe del Tutor

Yo, Ing. Gilma Uquillas en la calidad de tutor y luego de haber realizado la revisión de la tesis elaborada por el Sr. Daniel Alejandro Delgado Galvis, tengo a bien informar que la investigación titulada "Los procesos de producción y las ventas de la empresa Indupalets Cía. Ltda. de la ciudad de Riobamba", cumple con los requisitos expuestos por la Universidad Nacional de Chimborazo y la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, para que la investigación pueda ser expuesta, luego de la evaluación pertinente por el tribunal designado.

Riobamba, de febrero de 2022



Mgs. Gilma Uquillas
TUTORA



Calificación del Tribunal

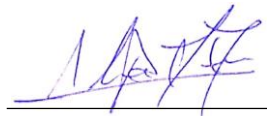
Los miembros del tribunal revisan y aprueban el proyecto de investigación titulado **“Los procesos de producción y las ventas de la empresa Indupalets Cía. Ltda. de la ciudad de Riobamba”**, quienes han verificado el cumplimiento de las observaciones realizadas.

Mgs. Gilma Uquillas	 Firmado digitalmente por GILMA GABRIELA UQUILLAS GRANIZO Fecha: 2022.04.27 06:42:30 -05'00'	10
TUTORA	FIRMA	NOTA
PhD. Rene Basantes	 Firmado electrónicamente por: RENE ABDON BASANTES AVALOS	9.3
MIEMBRO 1	FIRMA	NOTA
Mgs. Francisco Pérez	 Firmado electrónicamente por: FRANCISCO PAUL PEREZ SALAS	8.5
MIEMBRO 2	FIRMA	NOTA

Calificación: 9.3

Derechos de Autor

Los contenidos de este Proyecto de Investigación le pertenecen únicamente a Daniel Alejandro Delgado Galvis y Mgs. Gilma Gabriela Uquillas Granizo; y el patrimonio intelectual a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Sr. Daniel Alejandro Delgado Galvis

C.I. 060451502-2

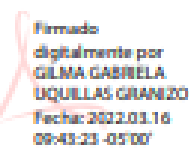
Certificado Anti plagio

CERTIFICACIÓN

Que **DANIEL ALEJANDRO DELGADO GALVIS** con CC. **0604515022**, estudiante de la Carrera de **INGENIERÍA COMERCIAL** facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**: ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA INDUPALETS CIA. LTDA. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**", que corresponde al dominio científico **ADMINISTRACIÓN**, alineado con la línea de investigación **CIENCIAS SOCIALES Y DEL COMPORTAMIENTO**, fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, el proyecto muestra conformidad en todos sus elementos y cumple con el 8%, reportado el sistema anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 16 de marzo del 2022

GILMA
GABRIELA
UQUILLAS
GRANIZO



Firmado
digitalmente por
GILMA GABRIELA
UQUILLAS GRANIZO
Fecha: 2022.03.16
09:43:23 -05'00'

Ing. Gilma Gabriela Uquillas Granizo, MBA.

TUTOR

C.I. 060327893-8

gilma.uquillas@unach.edu.ec

Docente Carrera Ingeniería Comercial / Admin. Empresas

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios que me ha dado la sabiduría y fortaleza para poder seguir paso a paso en mi camino como profesional, a mis padres por ser mi guía y el apoyo incondicional siempre, a mis hermanos por permanecer junto a mí y a mis abuelos que han sido los pilares fundamentales para poder seguir adelante.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por bendecir mi camino, a mi familia por siempre ser mi apoyo incondicional, agradecer el apoyo de mis profesores en la realización de este trabajo de titulación que a través de su conocimiento pude concluirla de la mejor manera posible y agradecer también a todas las personas que hicieron posible que este camino de obtener mi título como profesional se haga realidad.

Contenido

Informe del Tutor	
Calificación del Tribunal	
Derechos de Autor	
Certificado Anti plagio	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Índice de Ilustraciones	
Índice de tablas	
Índice de Gráficos	
Resumen	
Abstract	
Introducción.....	16
1. Planteamiento del Problema	17
1.1 Problema.....	17
1.2 Objetivos	18
1.2.1 General.....	18
1.2.1 Específicos	18
2. Estado del Arte	19
2.1 Antecedentes	19
2.2 Fundamentos Teóricos	21
2.2.1 Unidad I Procesos de Producción	21

2.2.2 Unidad II Las Ventas	26
3. Metodología.....	32
3.1 Método	32
3.2 Tipo y Diseño de Investigación.....	32
3.2.1 Tipo de investigación.....	32
3.2.2 Diseño	33
3.3 Unidad de Análisis	33
3.4 Población de Estudio	33
3.5 Tamaño de la Muestra.....	33
3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	33
3.6.1 Técnicas	33
3.6.2 Instrumentos.....	34
3.7 Técnicas de Análisis e Interpretación de la información	34
4. Resultados y Discusión.....	35
4.1 Resultados y Discusión	35
4.1.1 Resultados	35
4.1.2 Discusión de resultados	48
4.1.3 Hipótesis	48
5. Conclusiones y Recomendaciones.....	58
5.1 Conclusiones	58
5.2 Recomendaciones.....	58
6. Propuesta de Mejora	60

6.1 Objetivo de la Propuesta	60
6.2 Desarrollo de la Propuesta.....	60
7. Referencias	62
8. Anexos.....	65
8.1 Cuestionario	65
8.2 Matriz de Consistencia.....	67
8.3 Operacionalización de las variables	68
8.4 Datos estadísticos SPSS	70

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Distribución de Chi Cuadrado	57
Ilustración 2 Cálculo del Chi Cuadrado	57

Índice de tablas

Tabla 1 Género	35
Tabla 2 Edad.....	36
Tabla 3 Estado Civil	37
Tabla 4 Importante planificar orden de pedidos	38
Tabla 5 Cumplimiento de tiempos establecidos	39
Tabla 6 Falta de comunicación	40
Tabla 7 Registro de pedidos	41
Tabla 8 Capacitación continua al personal	42
Tabla 9 Inconvenientes por sobredemanda.....	43
Tabla 10 Fallos procesos productivos	44
Tabla 11 Productos entregados a tiempo	45
Tabla 12 Ventas afectadas	46
Tabla 13 Sugerencia para mejorar procesos de producción	47
Tabla 14 Tabla cruzada 1.....	49
Tabla 15 Tabla cruzada 2.....	51
Tabla 16 Tabla cruzada 3.....	53
Tabla 17 Tabla cruzada 4.....	54
Tabla 18 Tabla cruzada 5.....	54
Tabla 19 Pruebas de Chi Cuadrado	56
Tabla 20 Propuesta de Mejora	61

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Género	35
Gráfico 2 Edad.....	36
Gráfico 3 Estado Civil	37
Gráfico 4 Importante planificar orden de pedidos.....	38
Gráfico 5 Cumplimiento de tiempos establecidos	39
Gráfico 6 Falta de comunicación.....	40
Gráfico 7 Registro de pedidos	41
Gráfico 8 Capacitación continua al personal	42
Gráfico 9 Inconvenientes por sobredemanda	43
Gráfico 10 Fallos procesos productivos	44
Gráfico 11 Productos entregados a tiempo.....	45
Gráfico 12 Ventas afectadas	46
Gráfico 13 Sugerencia para mejorar procesos de producción	47

Resumen

El presente trabajo de investigación realizado es "Los procesos de producción y las ventas de la empresa Indupalets Cía. Ltda. de la ciudad de Riobamba", para lo cual se determinaron los objetivos pertinentes para buscar la solución en respuesta a la problemática y así demostrar la incidencia de la gestión de los procesos productivos en las ventas de la empresa Indupalets Cía. Ltda.

En el marco teórico y estado de arte se realizó la investigación de la literatura mediante diferentes fuentes bibliográficas relacionadas al tema pudiendo llegar a estudiar a fondo las variables de estudio.

En la parte de metodología se determinó el método, el cual es hipotético-deductivo, así mismo también se determinaron los tipos de investigación los cuales son de campo y correlacional. Para la investigación se trabajó con el total de la población; ya que es inferior a 100 no se calculó la muestra, para la recolección de la información se utilizó la técnica encuesta con el instrumento cuestionario el cual fue realizado para los trabajadores de la empresa Indupalets Cía. Ltda. Posteriormente para el análisis y procesamiento de los datos obtenidos se utilizó el software estadístico SPSS y Microsoft Excel.

En la sección de análisis e interpretación de resultados la información se visualiza a través de tablas estadísticas y gráficos, posteriormente se realizó la comprobación de la hipótesis mediante la prueba de Chi-Cuadrado, dando como resultado que la gestión de los procesos productivos si incide en las ventas de la empresa Indupalets Cía. Ltda.; con los resultados se procedió a realizar las conclusiones y recomendaciones.

Para concluir con la investigación se dan a conocer los procedimientos que permitan mejorar las ventas de la empresa Indupalets Cía. Ltda.

Palabras clave: Procesos de Producción, Ventas, Trabajador.

Abstract

This research, named "The production processes and sales in the company Indupalets Cia. Ltda from Riobamba city was intended to seek not only alternative solutions to the company's current problems around the production processes and the sales but also determine the incidence of managing such processes in the Company's sales. In this aim, the preliminary literature review was carried out from different bibliographical sources to make up the study theoretical frame laying on the art history for addressing the study variables. This research accounts for correlational and field research, thus, the research methodology used was the hypothetical-deductive method as well as the Statistics method used in the study hypothesis testing. Regarding the study population, it was lesser than 100, thus the study sample consisted of the whole population being applied the convenience sampling. The research techniques and tools for data collecting were the interview and questionnaire which were applied to all company's workers. The statistics program SPSS and the Microsoft Excel program were used in further data processing and analysis. Once the study hypothesis testing was carried out by using the chi-square test, it was accepted, that is, the management of production processes affects the sales of the company Indupalets Cia. Ltda.; The analysis and interpretation of results were made from the statistic charts used to this aim, after that the conclusions and recommendations which focus on the favorable procedures for sales improvement in the company Indupalets Cia. Ltda.

Key Words: Production processes, sales, workers.



REVISOR AUTORIZADO POR
EULALIA FABIOLA
PUMAGUALLE OÑATE

Reviewed by:

Mgs. Eulalia Fabiola Pumagualle Oñate.

ENGLISH PROFESSOR

Introducción

Actualmente por lo general en las empresas, se puede observar que el equipo de ventas desea proporcionar más productos en el menor tiempo posible, pero el departamento de producción de la empresa desea tener productos terminados de buena calidad y dedicar suficiente tiempo a hacerlo.

Ambos departamentos están trabajando arduamente para hacerlo mejor, no solo para responder a los requerimientos de los distribuidores en un tiempo razonable, sino también para mantener el nivel de calidad, cantidad y buen servicio, pero en ocasiones no logran coordinarse, retrasan la entrega o se sobrepasan.

A veces, para ganar una venta, el vendedor puede decirle al cliente que es posible sobrepasar el pedido de manera oportuna y apropiada sin necesidad de verificación de producción.

Es por ello importante mencionar que el presente trabajo plasma el desarrollo de una investigación acorde a los principios y conocimientos obtenidos en el desarrollo académico.

Por otra parte, abarca la relación de las variables ‘‘Procesos de Producción y Ventas’’ en las que se podrá determinar la causa y efecto de la problemática, por lo que es importante manejar adecuadamente las herramientas a utilizar en el desarrollo de la investigación.

1. Planteamiento del Problema

1.1 Problema

INDUPALETS CÍA.LTDA es una empresa que se dedica a la comercialización y producción de pallets, sus productos son realizados con madera de eucalipto o madera de pino con diferentes tipos americano, industrial y europeo.

Los Errores en los planes y procedimientos de producción debido a las malas previsiones de demanda produce la disminución de las ventas; Es decir, la empresa presenta inconvenientes al momento de tener una sobredemanda de sus productos.

Una falencia en los procesos productivos puede ocasionar grandes inconvenientes a la empresa puesto que, la reducción de las ventas es la conclusión de que no se están manejando adecuadamente los procesos productivos y esto puede conllevar a una serie de problemas que con el tiempo no se podrán revertir. Por lo cual es importante analizar a fondo todos los aspectos de los procesos de producción que ocasionan que las ventas bajen.

En los años 2017, 2018 y 2019 la empresa ha presentado en sus ventas \$389.903,17; \$279.045,16; y \$225.912,95 respectivamente en comparación del primer año con el segundo se nota una rebaja notablemente del 28,43% en las ventas, por otro lado, en comparación de los años dos y tres hay un decaimiento en sus ventas en un 19,04%. Observamos claramente que la mala previsión de la demanda afecta notablemente a las ventas de la empresa.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

- Determinar la incidencia de la gestión de los procesos productivos en las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA

1.2.1 Específicos

- Identificar las falencias que se presentan en los procesos productivos de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.
- Establecer mecanismos adecuados en la producción para incrementar las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.
- Determinar si es necesario la implementación de un modelo de gestión de procesos en la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.

2. Estado del Arte

2.1 Antecedentes

INDUPALETS CÍA. LTDA. surgió de la mano del Ing. Julio Mariño en Riobamba, provincia de Chimborazo en 1993 y se constituyó el 21 de febrero de 2013 como persona jurídica. La empresa, comprometida con la producción y comercialización de pallets de madera, comenzó como proveedor intermediario, pero actualmente es proveedor directo de diferentes empresas bananeras y exportadoras de la región de la Costa.

Para el desarrollo de la investigación es importante recopilar información de diferentes trabajos de investigación los cuales citaré a continuación:

(Vázquez, 2015). "Análisis del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa INFOQUALITY S.A. en la ciudad de Quito". Tesis para obtener el título de Master en administración en negocios. Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador. Concluye lo siguiente:

Al no realizar una gestión adecuada de los procesos de producción, sin tener una lista actualizada de clientes potenciales que demandan a gran cantidad los productos de la empresa, no se cumple con el proceso de venta adecuado, lo cual es importante para fidelizar a los clientes. Es necesario implementar un nuevo proceso, incluidas las actividades posventa y brindar un mejor servicio al cliente.

Se ha podido detectar la insatisfacción por parte del cliente por los productos que no se han entregado en el tiempo estipulado. La implementación de una herramienta para el seguimiento del cliente y el desarrollo de nuevas estrategias permitirán mejorar estos aspectos. El nuevo proceso debe anticipar las necesidades del cliente y la misma mejora debe restaurarse y atraer a nuevos clientes permitiendo aumentar las ventas.

(León & Corozo, 2017). "Mejora al proceso de Gestión Comercial en la Empresa

FOMENTCORP S.A”. Tesis para obtener el título de CPA. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Concluye lo siguiente:

Con base en el análisis de la investigación anterior utilizando el método Delphi, se verificó por factores externos que no funcionaba correctamente debido a que tenía un sistema desactualizado para calcular los elementos propiedad de Fomentcorp.

El diseño del manual de funciones ayudará a los subordinados a comprender las operaciones al manipular productos que ingresan al almacén al punto de distribución.

Si Fomentcorp s.a. se adhiere a todos los estándares y estrategias, podemos mantener cuidadosamente el sistema de control de inventarios; esto no causará problemas en ventas y liquidez, y siempre se pueden tomar medidas correctivas sin afectar la demanda.

(Mejía, 2016). “Propuesta de mejora del proceso de producción en una empresa que produce y comercializa micro formas con valor legal.” Tesis para obtener el título de Ingeniero Comercial. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Concluye lo siguiente:

La aplicación del trabajo estándar representa un apoyo orientado a mejorar habilidades de los empleados y, por tanto, tiempo de producción. El objetivo es alcanzar la madurez de la distribución ajustada y el proceso de producción unitaria, y esto requiere que los empleados sigan la secuencia correcta de operaciones en su trabajo. Establece la hora estándar.

La gestión de la capacidad del proceso de producción permitirá una mejor programación de recursos durante el turno. Este formato permitirá visualizar la capacidad Una estación de trabajo específica para ajustar los recursos según la demanda.

2.2 Fundamentos Teóricos

2.2.1 Unidad I Procesos de Producción

Los procesos de producción son un conjunto de actividades que están direccionadas a modificar los bienes y servicios. En estos procesos interactúan la tecnología con la información para interactuar con los consumidores, su objetivo está enfocado a satisfacer la demanda.

Por otra parte, el proceso de producción es un sistema que compone acciones interrelacionadas entre sí que tienen un fin; mutar bienes o servicios. La transformación de estos elementos se caracteriza en convertir de factores a productos, en otras palabras, de elementos de entrada a elementos de salida. (Rojas, 2017)

2.2.1.1 Elementos de los Procesos de Producción

- **Factores de Producción:**

Los factores de producción son la tierra, el capital y la mano de obra necesarios para el proceso de producción.

- **Proceso Productivo:**

El proceso de producción incluye todas las tecnologías utilizadas en el proceso e incluye determinar cómo combinar la mano de obra y los recursos materiales para desarrollar el proceso de producción.

- **Productos:**

Los productos son todos los bienes y servicios producidos por la empresa para el consumo final de los agentes económicos de los consumidores; o bienes de capital utilizados para producir otros satisfactores o generar riqueza más productiva.

2.2.1.2 Factores de Producción

Los factores son los bienes materiales e inmateriales que se utilizan con fines de producción y productos son los que están destinados para consumidores o mayoristas a

través de la venta de los mismos.

El entorno empresarial puede ser un factor sumamente importante en cuanto a procesos de producción, ya que el gestionar los procesos adecuadamente depende en qué estado se encuentre este entorno.

Reconocer el entorno empresarial es el primer paso que se debe realizar para poder adelantar un diagnóstico en cuanto a producción y posteriormente un plan de acción que genere oportunidades de crecimiento y proponga soluciones eficaces a las debilidades corporativas. Por ello, es relevante la identificación y caracterización de programas de producción, así como sus variables externas en los ámbitos económicos, políticos, sociales y culturales, y variables internas con los clientes, productos, competidores. (Moreno, 2017, p. 18)

El entorno empresarial es inestable, complejo y ferozmente competitivo. Las empresas deben ser capaces de comprender este entorno, adaptarse a la demanda, anticipar cambios por adelantado, evaluar el impacto de estos cambios en sus actividades y prepararse para los eventos que ocurran.

El concepto de planificación se entiende como el proceso de definición de objetivos y estrategias y control en el sistema organizacional, cuyo objetivo es mejorar la eficiencia y el bienestar de la empresa a través de las estrategias planificadas, cambiando así su actitud, valores y estructura, para lograr mejores objetivos y adaptarse a los nuevos tecnología.

La planificación y control de la producción es una de las actividades más delicadas que se tiene que cumplir en la empresa pues es la prevé lo que ha de producirse para atender las necesidades del mercado y, en base a ello, es la que dimensiona los recursos que habrá que conseguir para viabilizar el plan. (Paredes, 2011, p. 2)

Para mejorar la toma de decisiones, todos los departamentos de la organización deben

tener planes, que se pueden utilizar como guía y esforzarse por evitar errores. En cuanto al control, va de la mano con el plan, porque uno no tiene sentido sin el otro.

Considero que aumentar la productividad comercial de la empresa todos los días es una tarea muy importante. Debemos prestar suficiente atención a esto (más allá de lo que a veces imaginamos) para obtener los mejores resultados. En este artículo, le diremos los aspectos y problemas más importantes a tener en cuenta para mejorar la productividad empresarial.

Para poder medir la productividad primero hay que analizar el estado actual y como mejorar el proceso al cual nos vamos a enfocar. A través de esto aparece el concepto de mejora continua, la cual sirve como paso fundamental para el análisis del proceso productivo y a su vez la mejora continua que puede tener el proceso para elevar su productividad y eficiencia. (Ibáñez, 2016)

Si se incrementa la mano de obra sin aumentar la productividad, el capital y los rendimientos administrativos aumentarán los precios.

El objetivo del desarrollo local es establecer el sistema y la capacidad productiva de territorios específicos para mejorar sus perspectivas económicas y la calidad de vida de los residentes. El desarrollo local ha hecho importantes contribuciones para mejorar el desempeño de la economía nacional.

La economía local está sujeta a los factores de la producción y el consumo en el lugar conocido como mercado considerando el sistema monetario del país, en el medio local acorde a las actividades como la agricultura, la ganadería y la industria buscando el aprovechamiento de los recursos naturales para la compensar las necesidades de la población, de tal manera se reduciría el consumo de artículos importados. (Días, 2013)

Con el fin último de generar valor para la empresa, el conocimiento de las estrategias operativas y las tecnologías y mercados más convenientes son la base para realizar

investigaciones sobre cómo deben producirse los bienes y servicios. Mostrar una mejor posición competitiva en el mercado.

El diseño del proceso se basa en los productos a elaborar y comprende la selección de los tipos de procesos más apropiados, la selección de la tecnología con la identificación de los equipos requeridos para realizar la transformación y la integración del personal con otros recursos como un todo, para la elaboración de un producto con los atributos señalados en el diseño del producto. (Zapana, 2018)

Las decisiones de diseño del proceso de producción afectan la productividad de la empresa porque determinan en gran medida el valor que puede alcanzar la relación elemento / producto. Sin embargo, estas medidas deben tomarse continuamente, especialmente para las compañías que operan en entornos altamente inestables, lo que inevitablemente significa que estas compañías tienen una adaptabilidad significativa y un alto grado de flexibilidad.

2.2.1.3 Tipos de procesos productivos

- **Según la producción del proyecto o según los requisitos:** Este tipo de proceso producirá un producto personalizado patentado, es decir, cada organización o empresa formulará un proceso de producción específico de acuerdo con su método de producción y método de producción.
- **Producción manual:** Los productos que producen diferentes productos son más o menos únicos, no muy uniformes, se producen en pequeños lotes y generalmente se entregan a profesionales o al público informal.
- **Producción en masa:** Se identifica porque los pequeños lotes de diferentes productos que produce son similares entre sí, porque se producen de manera similar y las tareas completadas son casi las mismas que la cadena de producción.

2.2.1.4 Etapas de los procesos de producción

Análisis o fase de recogida: Cuando las materias primas se recolectan y agrupan para su procesamiento, comienza el proceso de producción.

Síntesis o etapa de producción: En esta etapa, las materias primas pasan por diversos procesos físicos, químicos e industriales para obtener finalmente productos únicos y diferentes.

Etapa de acondicionamiento o procesamiento: Una vez que se obtiene el producto, puede adaptarse a las necesidades del cliente y estar listo para ser puesto en circuitos comerciales, ya sea definitivo (para el producto final comprado por el consumidor final) o intermedio (como entrada para el nuevo proceso de producción).

Tendencias aplicables a los procesos productivos:

La fabricación y producción a nivel industrial ha existido durante décadas, pero aún está evolucionando y adaptándose a las nuevas realidades con cada día que pasa. El avance de la tecnología y los cambios generalmente producidos en el consumismo y los procesos de producción hacen que las industrias se deban moldear para mantener o soportar las consecuencias negativas de no hacerlo. (Nuria, 2018)

- **Sostenibilidad:** Obligar al proceso a ajustarse y ahorrar en la mayor medida posible, con el fin de hacer un mejor uso de los recursos, para transformarse en una empresa más sostenible en términos del medio ambiente y de su propio futuro.
- **Aplicación de la tecnología:** Por ejemplo, en el caso de combinar un robot con un sistema de visión. Este problema va en aumento porque las tecnologías aplicadas en el ámbito industrial las hacen más maniobrables y por tanto más efectivas.
- **Integrar Big data:** Big data puede lograr mejores ajustes a la demanda, optimización de las relaciones con proveedores, socios, empresas de transporte,

etc., así como una mayor comprensión de los clientes potenciales para brindar mejores servicios y productos.

2.2.2 Unidad II Las Ventas

Del libro latino, las ventas son el acto y efecto de vender (la transferencia de propiedad de algo a otra persona después de pagar un precio acordado). El término se puede usar para nombrar el proceso en sí, o se puede usar para indicar la cantidad de artículos vendidos.

El concepto de venta se considera una forma de ingresar al mercado, la mayoría de las empresas saturadas de producción están practicando este mercado, el propósito es vender los productos que producen, no producir los productos que el mercado necesita.

El concepto de ventas considera que los consumidores y las empresas, trabajando solos, no suelen adquirir una cantidad suficiente de los productos de la organización, por lo que debe realizar una venta y promoción activa. El concepto de ventas asume que se debe alentar a los consumidores a comprar. Por ello, las empresas que ponen en práctica este concepto utilizan un gran número de herramientas de venta y promoción para estimular más compras. (Kotler, 2012)

Actualmente, el concepto de ventas se considera un método obsoleto para ingresar al mercado y se desaconseja su uso para evitar dañar la imagen de la empresa y la marca del producto.

Las ventas son una función del proceso de marketing sistemático, y lo definen como "cualquier actividad que genere el último impulso a una transacción entre los clientes". Los dos autores también señalaron, "En este punto (ventas), los esfuerzos de actividades previas (investigación de mercado, decisión de producto y decisión de precio) son efectivos. (Espejo & Fischer, 2014)

2.2.2.1 Proceso de las ventas

El proceso de venta no es más que un modelo de reglas, acciones y actividades, utilizado por todas las personas relevantes en el ámbito empresarial, y tiene las siguientes características:

- **Educativo:** Capaz de enseñar al personal relevante y puede ser utilizado por cualquier persona en el área.
- **Medible:** Tiene las condiciones para un crecimiento uniforme y apoya el crecimiento de la demanda.
- **Predecible:** Incluye una expectativa clara de los resultados que se alcanzarán durante el período.

2.2.2.2 Ciclo de las Ventas

En una era de competencia feroz, en diferentes mercados, es muy importante gestionar el ciclo de ventas centrado en optimizar la velocidad de las transacciones comerciales. Si encuentra que alguien está muy preocupado por la reducción del ciclo de ventas, es porque puede estar trabajando con "ventas complejas", y en la mayoría de los casos, el ciclo de "ventas complejas" es más o menos. (Higuerey, 2020)

En general, el ciclo de ventas es el tiempo que tarda cada cliente potencial en convertirse en cliente de la empresa. Este proceso involucra múltiples etapas del proceso de ventas y varía mucho según la segmentación del mercado, la complejidad y el modelo de ventas. Una pregunta que la empresa se sigue haciendo es: ¿Cómo acortar el ciclo de ventas? No existe una fórmula mágica, pero algunas actitudes pueden acelerar el ciclo de ventas:

- Utilizar la información que la empresa necesita para encontrar clientes.
- Tener un proceso de venta definido.
- Resolver los problemas de los clientes (no solo venta productos).

- Marcar la reunión con los tomadores de decisiones.
- Comprender el proceso de compra del cliente.
- Preocuparse por el negocio del cliente.
- Mostrar más que dialogar.

2.2.2.3 Técnicas de Ventas

Durante muchos años, las ventas han sido la base de la supervivencia de empresas, profesionales independientes y personas dedicadas a diversos trabajos. Actividades de producción. Aunque con el pasar de los años, encontramos mercado, economía y forma de comercialización de bienes y servicios, Las ventas son una constante fundamental, el mayor éxito. Desde la antigua práctica ha estado en proceso de especialización y desarrollo, mostrándonos nuevas tecnologías, estrategias y comportamientos que responden a la demanda mercado moderno. (Ramos, 2017)

Varias técnicas de venta son ampliamente utilizadas por los vendedores de todo el mundo. Pero las 2 más importantes son las siguientes: SPIN Selling y DISC.

SPIN Selling:

Los clientes generalmente no saben que tienen un problema y tienen una solución. De esta forma, hacer las preguntas correctas en ventas es fundamental para que los clientes potenciales se den cuenta de que tienen problemas y puedan ayudarles a solucionarlos.

Además, al posicionarse como referente en el tema, los clientes percibirán que sabes de lo que estás hablando, lo que ayuda en la toma de decisiones. Frente a una competencia de mercado tan feroz, este es un factor que distingue a los vendedores que han completado transacciones de los vendedores que no han completado transacciones.

DISC:

El método DISC se ha utilizado hace 38 años y ha sido utilizado por 53 millones de personas, es una herramienta de evaluación personal utilizada para mejorar la

productividad del trabajo, la comunicación y el trabajo en equipo. Proporciona un lenguaje universal que las personas pueden utilizar para entenderse mejor a sí mismas y adaptarse al comportamiento de los demás en diferentes situaciones.

El propósito de utilizar el método DISC es ayudar a identificar mejor el perfil de los clientes potenciales de ventas y ver la mejor manera de reaccionar cuando se contacta con ellos. De esta forma, la capacidad de reconocer puede transformarse en éxito profesional y personal y conducir a la máxima satisfacción en las relaciones personales. (Navarro, 2012)

2.2.2.4 Estrategias de Ventas

Al comienzo de la estrategia de ventas, cuando comenzó a tomar forma, el concepto era simplemente vender a cualquier cliente que pasaba por una organización, y luego evolucionó para saber cómo vender, dónde y a quién. El análisis se realizó en la etapa, pero no alcanzó la profundidad requerida por el concepto. (Tun, 2014)

La estrategia de ventas permite a los vendedores posicionar la empresa y sus productos de formas significativas y distintivas para atraer clientes. La estrategia de ventas define cómo la empresa logrará sus objetivos de ventas, mientras que el proceso de ventas señala una serie de acciones que pueden lograr más ventas. (Madurga, 2015)

a) Analizar, corregir y cambiar:

Analizar el retorno de la inversión de cada operación para:

- Desechar los productos menos rentables.
- Intentar mejorar productos que valga la pena ver que fallaron o que se pueden cambiar mejor en el canal de venta.

b) Optimizar los gastos:

Para saber qué acciones le brindarán la mejor rentabilidad, se debe hacer lo siguiente:

- Benchmarking: copiar el mejor método nunca lo convertirá en el mejor método, pero lo ayudará a acercarse a ellos.
- Prueba y error: probar nuevas formas de adquirir clientes y ser coherente con los que le brindarán la mayor ganancia.

c) Incrementar la Productividad:

Mejorar la productividad Incluso si corrigen las medidas, mantiene las mejores medidas y optimiza los gastos, puede estar seguro de que puede optimizar aún más la productividad.

Hay dos formas principales de hacer esto:

- Tecnología: Lo primero para mejorar la rentabilidad de una empresa es promover el uso de herramientas y maquinaria mejorada y más avanzada. Esto ayudará a simplificar el proceso y evitará contratar más mano de obra, que será más costosa en el mediano y largo plazo.
- Marketing interno: El marketing interno es fundamental para las empresas en las que quieren incrementar la productividad de los trabajadores.

d) Determinar los objetivos:

Determinar correctamente los objetivos de la empresa es una parte importante de la estrategia de ventas, porque ayudará a:

- Establecer lineamientos para la implementación de acciones.
- Estimule, anime y haga que los empleados trabajen duro para lograr sus objetivos.
- Evaluar las medidas tomadas.
- Demostrar que las acciones de la empresa son razonables.

2.2.2.5 Embudo de Ventas

El embudo de venta representa las distintas etapas por las que atraviesa un cliente

potencial, desde el primer contacto con la empresa hasta el final de la venta.

Esta será la conexión:

- Aprender y descubrir la parte superior del programa
- La parte central del embudo, que se utiliza para la identificación de problemas y la consideración de la solución.
- La parte inferior del embudo del proceso de adquisición.

El embudo también representa la etapa en la que la persona se relaciona con su empresa. Puede variar de una empresa a otra, pero fundamentalmente es: visitantes, clientes potenciales, oportunidades y clientes.

3. Metodología

3.1 Método

El método Hipotético – Deductivo es un sistema de métodos y procedimientos, que incluye tomar ciertas afirmaciones como hipótesis y verificarlas al inferir conclusiones y la oposición entre hechos. Sobre la base de esta confrontación, la evaluación de la hipótesis inicial es muy complicada y multinivel, porque solo el proceso de probar la hipótesis durante mucho tiempo puede conducir a su aceptación o refutación.

La deducción hipotética es el proceso o camino por el cual los investigadores convierten sus actividades en práctica científica. El método de deducción hipotética tiene varios pasos básicos: observar el fenómeno a estudiar, crear una hipótesis para explicar el fenómeno, inferir consecuencias o proposiciones más básicas que la propia hipótesis y verificar o verificar la autenticidad del enunciado de inferencia. Comparándolos con la experiencia. (Echegoyen, 2015)

Para llevar a cabo esta investigación, se considera el modelo hipotético deductivo, y la hipótesis se deriva siguiendo los siguientes pasos para investigar: en el primer paso, debemos observar el problema o fenómeno a estudiar, y luego se crea una hipótesis. Y para explicar de esta manera, se reducen las consecuencias de los componentes de la hipótesis, y el último paso es verificar si la variable tiene un impacto en los problemas de la compañía y, por lo tanto, en la variable.

3.2 Tipo y Diseño de Investigación

3.2.1 Tipo de investigación

La presente investigación se caracteriza por los siguientes tipos de investigación:

Investigación de campo: se describieron las características de las variables de la presente investigación “Procesos de producción y Ventas” a través de datos que serán

recolectados dentro de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.

Investigación Correlacional: Se recopila información a todo el personal de manera directa dentro de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA. Para medir la relación entre las variables; procesos de producción y ventas.

3.2.2 Diseño

El diseño de investigación que se utilizará en el trabajo es la Investigación no experimental que se menciona como:

Los estudios no experimentales incluyen estudios realizados sin manipulación deliberada de variables, donde los fenómenos solo se observan en entornos naturales y luego se analizan. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2011)

3.3 Unidad de Análisis

La unidad de análisis de la investigación es la empresa INDUPALETS CÍA.LTDA de la ciudad de Riobamba.

3.4 Población de Estudio

La unidad de análisis de la investigación es la empresa INDUPALETS CÍA.LTDA de la ciudad de Riobamba; por lo tanto, se trabajó con la población total consta de 13 trabajadores.

3.5 Tamaño de la Muestra

No se procederá a calcular la muestra, ya que la población es inferior a 100 sino que se va a trabajar con el universo.

3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.6.1 Técnicas

Encuesta: Es una operación de un método relacionado con el medio que se utilizó

en la investigación para recopilar, procesar y analizar información sobre el objeto de investigación.

Esta técnica utiliza un conjunto de procedimientos de investigación estandarizados, a través de los cuales se puede recopilar y analizar una serie de datos a partir de muestras de casos que representan una gama más amplia de personas o del universo, con el objetivo de explorar, describir, predecir y/o explicar características. (Alonso, Alvira, Escobar, & Ferrando, 2016)

3.6.2 Instrumentos

Cuestionario: Se utilizó el cuestionario o encuesta ya que consta de un conjunto de preguntas sobre una o más variables a medir. "Su ventaja es que se necesita relativamente menos tiempo para recopilar información sobre grupos grandes.

El cuestionario consta de un conjunto de preguntas preparadas, generalmente de varios tipos. De manera sistemática, cautelosa, hechos y aspectos de interés en investigaciones o investigaciones Evaluación, y se puede aplicar de diversas formas, que incluyen Grupo o por correo electrónico. (Pérez, 2011)

3.7 Técnicas de Análisis e Interpretación de la información

Para el procesamiento de datos de la presente investigación se utilizó el procesamiento electrónico a través de las herramientas Microsoft Excel y el Software SPSS.

4. Resultados y Discusión

4.1 Resultados y Discusión

4.1.1 Resultados

1. Género

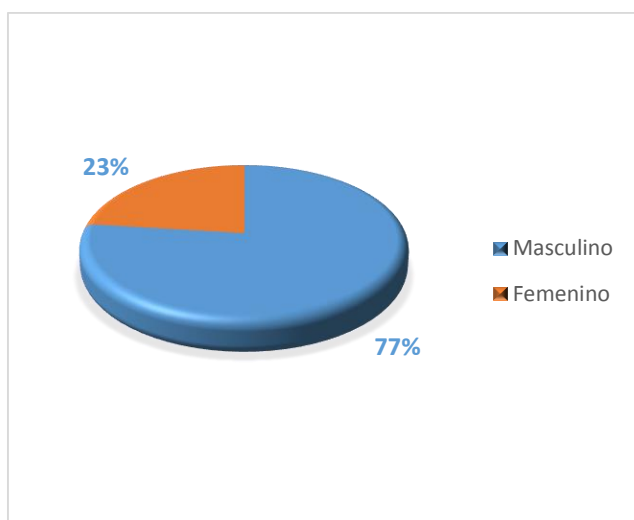
Tabla 1 Género

Opción	Frecuencia	%
Masculino	10	77%
Femenino	3	23%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 1 Género



Fuente: Tabla 1

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Del total de los encuestados el 77% es de género masculino, mientras que el 23% son de género femenino.

Interpretación

Se puede evidenciar que la empresa INDUPALETS CÍA.LTDA., tiene empleados de los dos géneros, pero siendo la mayoría del género masculino.

2. Edad

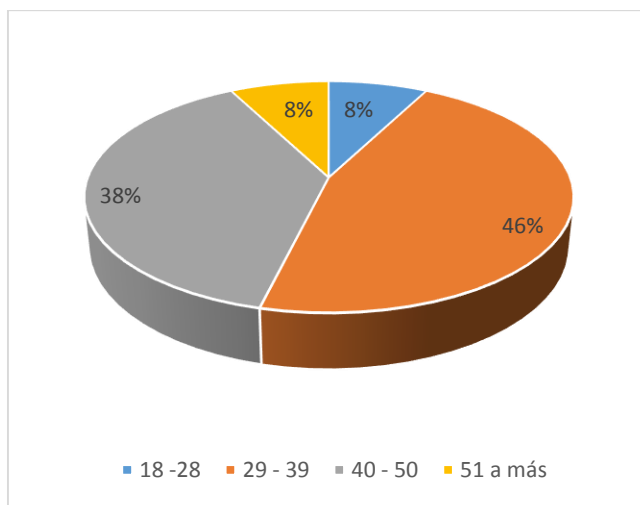
Tabla 2 Edad

Opción	Frecuencia	%
18 -28	1	8%
29 - 39	6	46%
40 - 50	5	38%
51 a más	1	8%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 2 Edad



Fuente: Tabla 2

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos de la segunda pregunta los empleados de 29-39 años son el 46%, el 38% de los empleados con edad entre 40-50 años y con el 8% empleados con edades de 18-28 y 51 años a más.

Interpretación

Considerando los resultados obtenidos se evidenció que la mayoría de los empleados de la empresa INDUPALETS CÍA.LTDA., son personas con experiencia.

3. Estado Civil

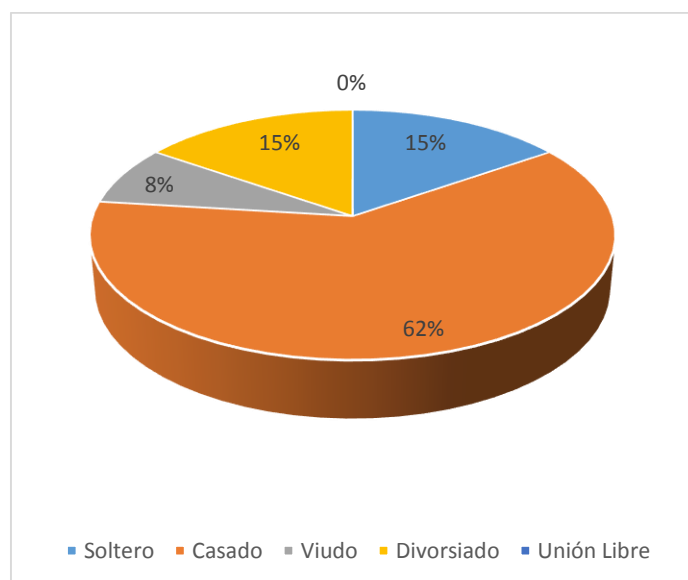
Tabla 3 Estado Civil

Opción	Frecuencia	%
Soltero	2	15%
Casado	8	62%
Viudo	1	8%
Divorciado	2	15%
Unión Libre	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 3 Estado Civil



Fuente: Tabla 3

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Del total de los encuestados dentro de la empresa el 62% son casados, el 15% solteros y divorciados y el 8% viudos.

Interpretación

Según los resultados se pudo evidenciar que la mayoría del talento humano de la empresa son casados.

4. ¿Qué tan importante considera usted que es planificar el orden de pedidos que se realizan a la empresa?

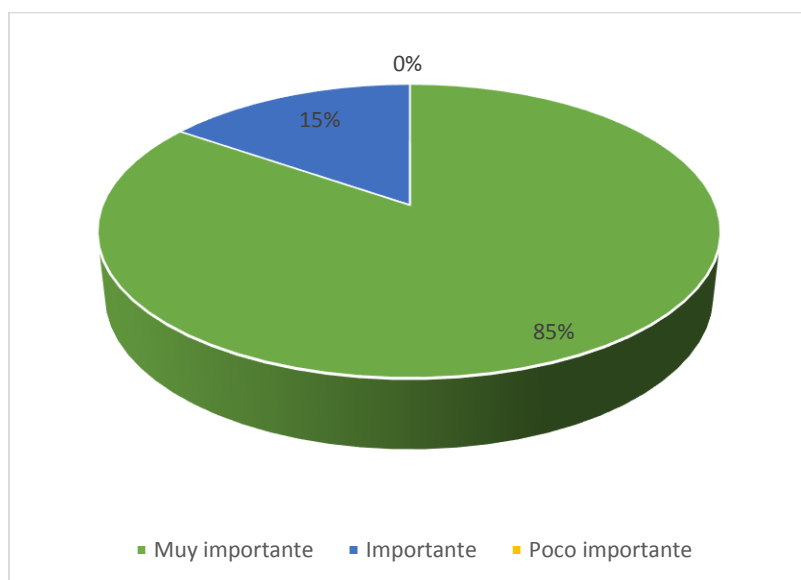
Tabla 4 Importante planificar orden de pedidos

Opción	Frecuencia	%
Muy importante	11	85%
Importante	2	15%
Poco importante	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 4 Importante planificar orden de pedidos



Fuente: Tabla 4

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Del total de los encuestados el 85% consideran que es muy importante planificar el orden de pedidos que se realizan a la empresa y el 15% manifestó que es importante.

Interpretación

Considerando las respuestas obtenidas se evidenció que los empleados de la empresa INDUPALETS CÍA.LTDA., en su mayoría consideran que es muy importante planificar el orden de los pedidos que ingresan a la empresa.

5. ¿Se cumplen con los tiempos establecidos en la realización de los productos?

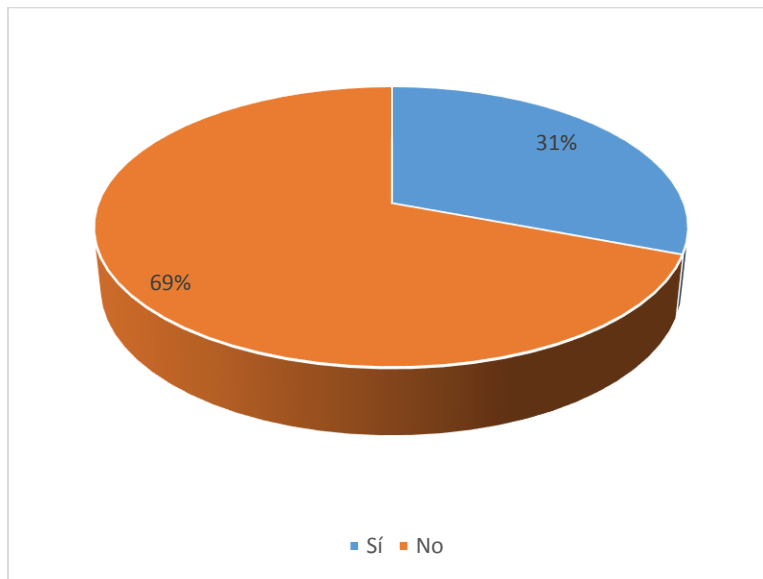
Tabla 5 Cumplimiento de tiempos establecidos

Opción	Frecuencia	%
Sí	4	31%
No	9	69%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 5 Cumplimiento de tiempos establecidos



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Los resultados obtenidos en esta pregunta son el 69% considera que no se cumplen con los tiempos establecidos en la realización de los productos y el 31% manifestó que sí.

Interpretación

De acuerdo a los resultados se pudo evidenciar que no se cumplen en su mayoría los tiempos establecidos para la fabricación de los productos de la empresa.

6. ¿Usted considera que la falta de comunicación influye en cumplir correctamente con la demanda de los productos?

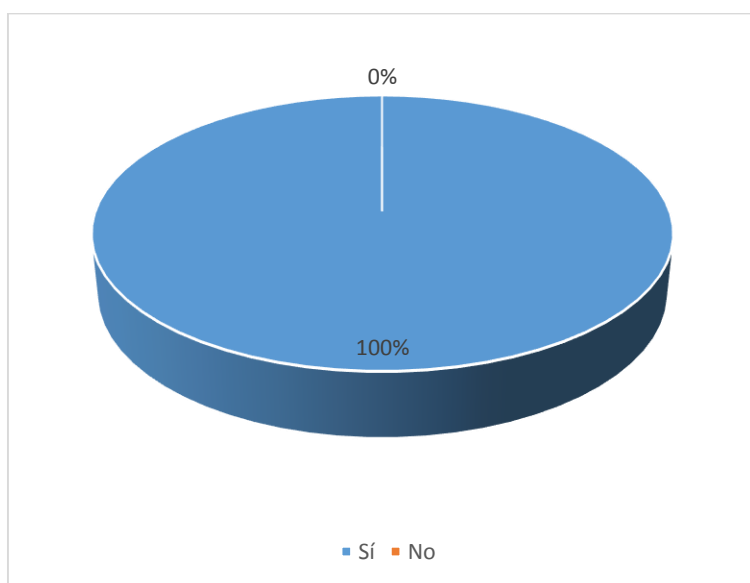
Tabla 6 Falta de comunicación

Opción	Frecuencia	%
Sí	13	100%
No	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 6 Falta de comunicación



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Los resultados de esta pregunta indican que el 100% de los empleados consideran que la falta de comunicación sí influye en cumplir correctamente con la demanda de los productos.

Interpretación

Con los resultados obtenidos se pudo evidenciar que la falta de comunicación influye en cumplir correctamente con la demanda de los productos en la empresa.

7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?

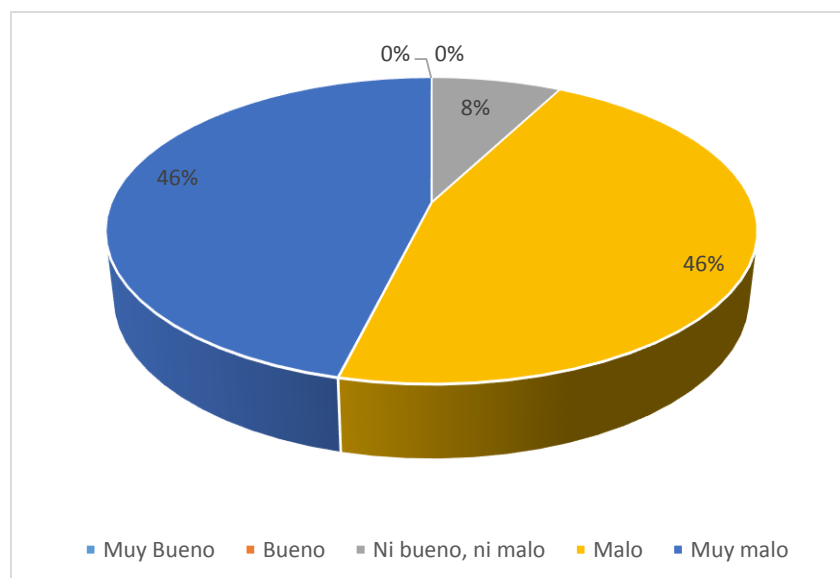
Tabla 7 Registro de pedidos

Opción	Frecuencia	%
Muy Bueno	0	0%
Bueno	0	0%
Ni bueno, ni malo	1	8%
Malo	6	46%
Muy malo	6	46%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 7 Registro de pedidos



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

La pregunta 7 nos muestra como resultados que el 46% de los empleados consideran que el registro de orden de pedidos que posee la empresa es muy malo y malo, mientras que el 8% considera que no es ni bueno, ni malo.

Interpretación

Con los datos de esta pregunta se evidenció que el registro de orden de los pedidos no es el adecuado, ya que lo consideran malo y muy malo.

8. ¿Usted cree conveniente que la empresa capacite al personal de manera más continua para mejorar ciertos aspectos de los procesos de producción?

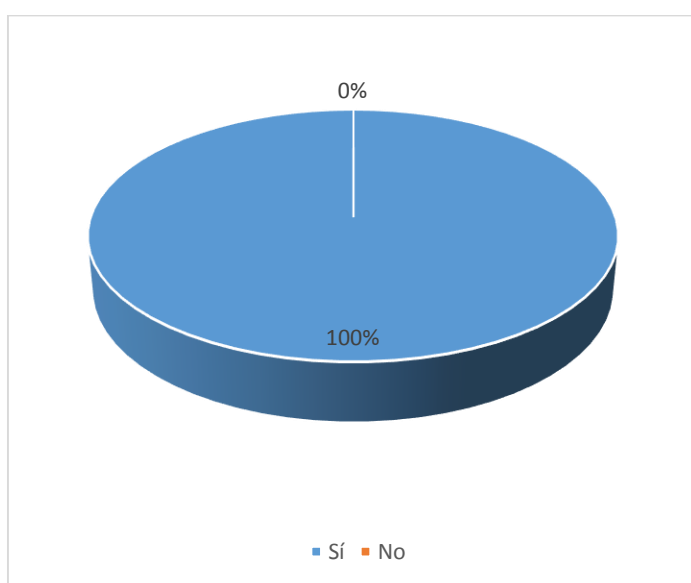
Tabla 8 Capacitación continua al personal

Opción	Frecuencia	%
Sí	13	100%
No	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 8 Capacitación continua al personal



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Del total de los encuestados dentro de la empresa el 100% cree conveniente que la empresa capacite al personal de manera más continua para mejorar ciertos aspectos de los procesos de producción.

Interpretación

Según los resultados obtenidos en la pregunta se pudo evidenciar que la mayoría de los empleados de la empresa creen conveniente que la empresa capacite al personal de manera más continua para mejorar ciertos aspectos de los procesos de producción.

9. ¿Se presentan inconvenientes cuando existe una sobredemanda del producto?

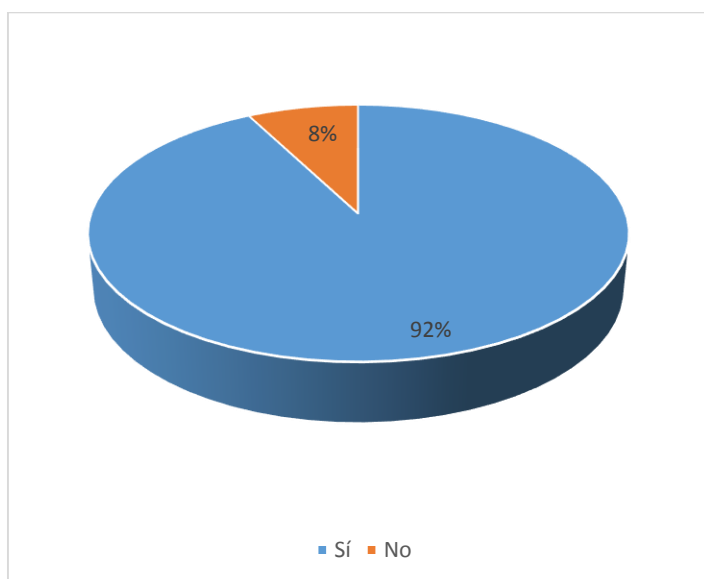
Tabla 9 Inconvenientes por sobredemanda

Opción	Frecuencia	%
Sí	12	92%
No	1	8%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 9 Inconvenientes por sobredemanda



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Los resultados de esta pregunta arrojaron las siguientes respuestas que el 92% de los empleados consideran que se presentan inconvenientes cuando existe una sobredemanda del producto y el 8% manifiesta que no.

Interpretación

Se puede evidenciar que cuando existe sobredemanda de los productos ofertados por la empresa se presentan inconvenientes.

10. ¿Existen fallos en los procesos productivos al momento de elaborar el producto?

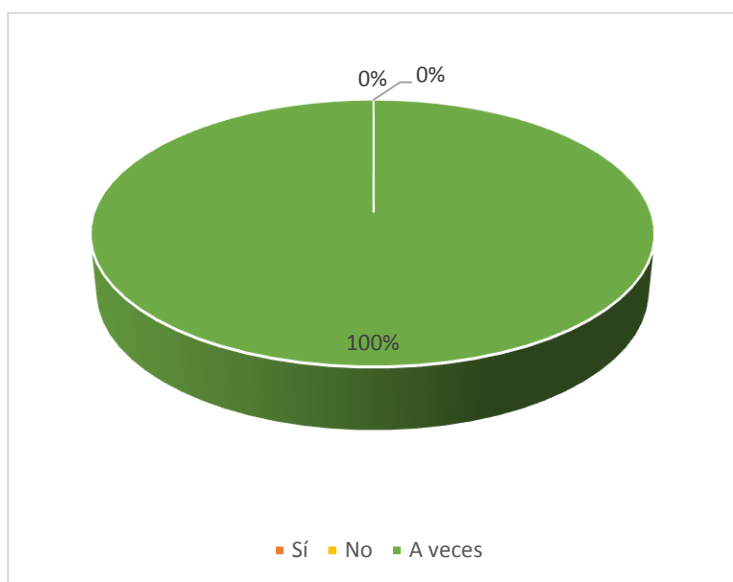
Tabla 10 Fallos procesos productivos

Opción	Frecuencia	%
Sí	0	0%
No	0	0%
A veces	13	100%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 10 Fallos procesos productivos



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

El resultado que arrojó esta pregunta es que el 100% de los empleados consideran que a veces existen fallos en los procesos productivos al momento de elaborar el producto.

Interpretación

Se pudo evidenciar que a veces existen fallos en los procesos productivos al momento de elaborar el producto en la empresa.

11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?

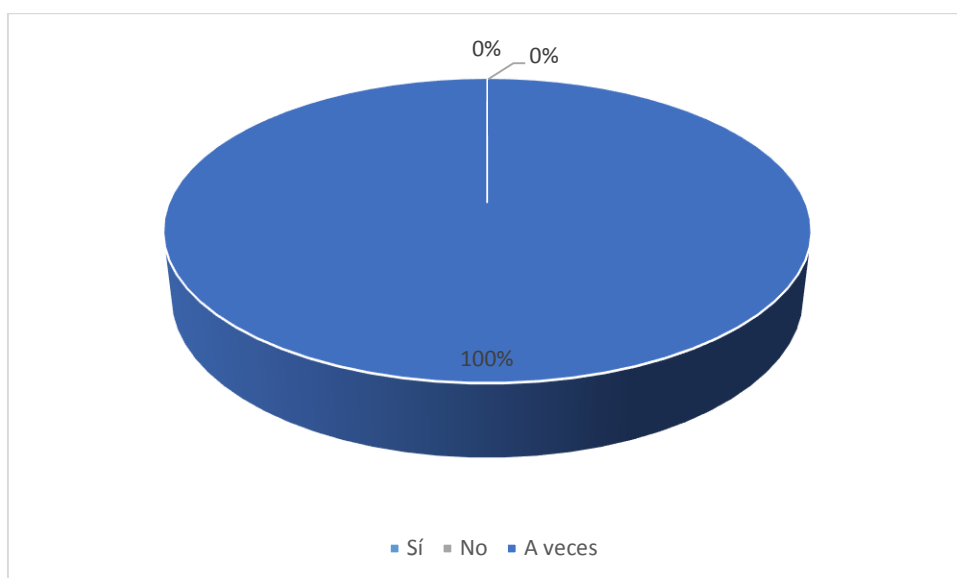
Tabla 11 Productos entregados a tiempo

Opción	Frecuencia	%
Sí	0	0%
No	0	0%
A veces	13	100%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 11 Productos entregados a tiempo



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

De todos los encuestados el 100% manifestó que a veces los productos son entregados a tiempo a los clientes.

Interpretación

De acuerdo a los resultados la empresa no es tan eficiente porque sólo a veces se entregan los productos a tiempo a los clientes.

12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?

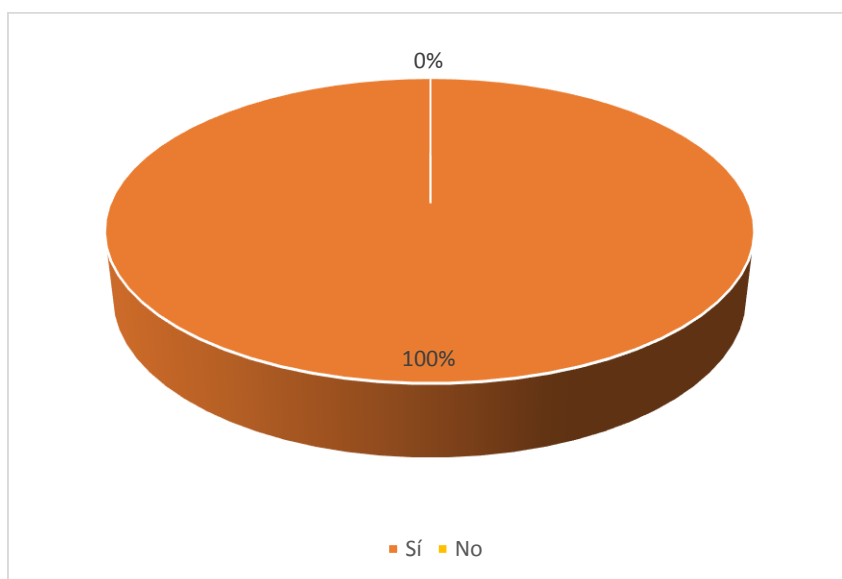
Tabla 12 Ventas afectadas

Opción	Frecuencia	%
Sí	13	100%
No	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 12 Ventas afectadas



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

El 100% de los encuestados manifestó que las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes.

Interpretación

De acuerdo a los resultados la empresa no prevé la demanda de los clientes por lo que las ventas se ven afectadas.

13. ¿Que sugiere usted para que se puedan mejorar los procesos de producción y se incrementen las ventas?

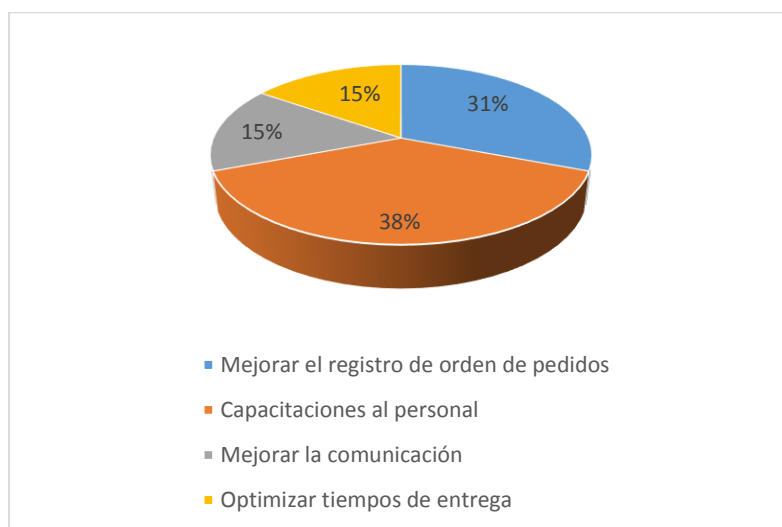
Tabla 13 Sugerencia para mejorar procesos de producción

Opción	Frecuencia	%
Mejorar el registro de orden de pedidos	4	31%
Capacitaciones al personal	5	38%
Mejorar la comunicación	2	15%
Optimizar tiempos de entrega	2	15%
TOTAL	13	100%

Fuente: Empleados de INDUPALETS CÍA.LTDA.

Elaborado por: Alejandro Delgado

Gráfico 13 Sugerencia para mejorar procesos de producción



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Alejandro Delgado

Análisis

Del total de los encuestados el 38% manifestó que se debe capacitar al personal, el 31% mejorar el registro de orden de pedidos y el 15% mejorar la comunicación y optimizar los tiempos de entrega.

Interpretación

De acuerdo a los resultados la empresa debe capacitar al personal, mejorar el registro de orden de pedidos, mejorar la comunicación y optimizar los tiempos de entrega para mejorar los procesos de producción e incrementar las ventas.

4.1.2 Discusión de resultados

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los empleados de la empresa Indupalets Cía. Ltda. reflejan la importancia que tiene la planificación del orden de pedidos por cliente ya que permitirá que la empresa pueda cubrir la demanda de sus clientes.

Se pudo evidenciar que la comunicación influye de manera considerable para trabajar de manera correcta y así poder cumplir con la demanda de los productos, esto genera confianza entre los trabajadores a lo que conlleva mejorar su rendimiento y por ende beneficiar en general a la empresa.

Asimismo, los trabajadores concordaron en que el registro existente de orden de pedidos es realmente malo por lo que la creación de un nuevo registro de pedidos en el que se pueda manipular la información y hacer una proyección a futuro ayudara indudablemente a prever la demanda de productos y poder mejorar las ventas.

Por otro lado, los trabajadores consideran que la empresa debería capacitarlos de manera más continua ya que esto permitirá mejorar ciertos aspectos dentro de los procesos de producción.

Planteamiento de la hipótesis

Prueba Chi Cuadrado

(Minitab, 2019) Una prueba de chi-cuadrada es una prueba de hipótesis que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos.

4.1.3 Hipótesis

Hipótesis Nula (H₀): Las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA. es indiferente a la gestión de los procesos productivos.

Hipótesis Alternativa (H₁): La gestión de los procesos productivos de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA. influye en las ventas de la misma.

Variables

Variable independiente: Procesos de producción

Variable dependiente: Ventas

Planteamiento de la regla de aceptación

Acepta: H1, si la significancia p es mayor a 0,05.

Rechaza: H0, si la significancia p es menor o igual que 0,05.

Preguntas utilizadas en la comprobación de la hipótesis

Las preguntas utilizadas para la comprobación de la hipótesis son las siguientes:

Variable independiente: ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?

Variable dependiente: ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?

Tabla cruzada

El procedimiento Tablas cruzadas crea tablas bidimensionales y multidimensionales y, además, proporciona una serie de pruebas y medidas de asociación para las tablas bidimensionales. La estructura de la tabla y el hecho de que las categorías estén ordenadas o no determinan las pruebas o medidas que se utilizaban (IBM Corporation, 2021).

Tabla 14 Tabla cruzada 1

7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa? * 11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?

Tabla cruzada						
				11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?		Total
				SÍ	A VECES	
7.	¿Qué	Muy bueno	Recuento	1	0	1

perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	100,0%	0,0%	100,0%
	Ni bueno, ni malo	Recuento	0	1	1
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	0,0%	100,0%	100,0%
	Malo	Recuento	0	5	5
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	0,0%	100,0%	100,0%
	Muy malo	Recuento	0	6	6
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	0,0%	100,0%	100,0%
	Total	Recuento	1	12	13
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	7,7%	92,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,000 ^a	3	,005

Razón de verosimilitud	7,051	3	,070
Asociación lineal por lineal	8,240	1	,004
N de casos válidos	13		
a. 7 casillas (87,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.			

Tabla 15 Tabla cruzada 2

7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa? * 9. ¿Se presentan inconvenientes cuando existe una sobredemanda del producto?

Tabla cruzada						
			9. ¿Se presentan inconvenientes cuando existe una sobredemanda del producto?			Total
			SÍ	NO	3	
7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	Muy bueno	Recuento	0	0	1	1
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Ni bueno, ni malo	Recuento	0	1	0	1
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%

		pedidos que posee la empresa?				
	Malo	Recuento	5	0	0	5
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	100,0 %	0,0%	0,0%	100,0%
	Muy malo	Recuento	6	0	0	6
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	100,0 %	0,0%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	11	1	1	13
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	84,6%	7,7%	7,7%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,000 ^a	6	,000

Razón de verosimilitud	13,935	6	,030
Asociación lineal por lineal	9,883	1	,002
N de casos válidos	13		
a. 11 casillas (91,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.			

Tabla 16 Tabla cruzada 3

12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes? * 11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?

Tabla cruzada					
			11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?		Total
			SÍ	A VECES	
12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?	SÍ	Recuento	1	12	13
		% dentro de 12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?	7,7 %	92,3%	10 0,0 %
Total		Recuento	1	12	13
		% dentro de 12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?	7,7 %	92,3%	10 0,0 %

Pruebas de chi-cuadrado	
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	13
a. No se han calculado estadísticos porque 12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes? es una constante.	

Tabla 17 Tabla cruzada 4

12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes? * 9. ¿Se presentan inconvenientes cuando existe una sobredemanda del producto?

Tabla cruzada						
			9. ¿Se presentan inconvenientes cuando existe una sobredemanda del producto?			Total
			SÍ	NO	3	
12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?	S Í	Recuento	11	1	1	13
		% dentro de 12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?	84,6 %	7,7 %	7,7 %	100,0 %
Total		Recuento	11	1	1	13
		% dentro de 12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?	84,6 %	7,7 %	7,7 %	100,0 %

Pruebas de chi-cuadrado	
	Valor
Chi-cuadrado de Pearson	. ^a
N de casos válidos	13
a. No se han calculado estadísticos porque 12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes? es una constante.	

Tabla 18 Tabla cruzada 5

Tabla cruzada 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa? *11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?	
	11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?
	Total

			SÍ	A VECES	
7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	Muy bueno	Recuento	1	0	1
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	100,0%	0,0%	100,0%
	Ni bueno, ni malo	Recuento	0	1	1
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	0,0%	100,0%	100,0%
	Malo	Recuento	0	5	5
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	0,0%	100,0%	100,0%
	Muy malo	Recuento	0	6	6
		% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	0,0%	100,0%	100,0%
Total		Recuento	1	12	13

	% dentro de 7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa?	7,7%	92,3%	100,0%
--	--	------	-------	--------

Fuente: Datos SPSS

Elaborado por: Alejandro Delgado

Tabla 19 Pruebas de Chi Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,000 ^a	3	,005
Razón de verosimilitud	7,051	3	,070
Asociación lineal por lineal	8,240	1	,004
N de casos válidos	13		

a. 7 casillas (87,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

Fuente: Datos SPSS

Elaborado por: Alejandro Delgado

Después que se obtuvo el valor de Chi Cuadrado se procedió al cálculo de los grados de libertad.

$$G1 = (\text{Filas} - 1)(\text{Columnas} - 1)$$

$$G1 = (3 - 1)(2 - 1)$$

$$G1 = (2)(1)$$

$$G1 = 2$$

Después que se obtuvo los grados de libertad y conociendo que el valor de la significancia es 0.05, en la tabla de distribución del Chi Cuadrado se procedió a verificar el valor de cruce de los dos resultados.

Ilustración 1 Distribución de Chi Cuadrado

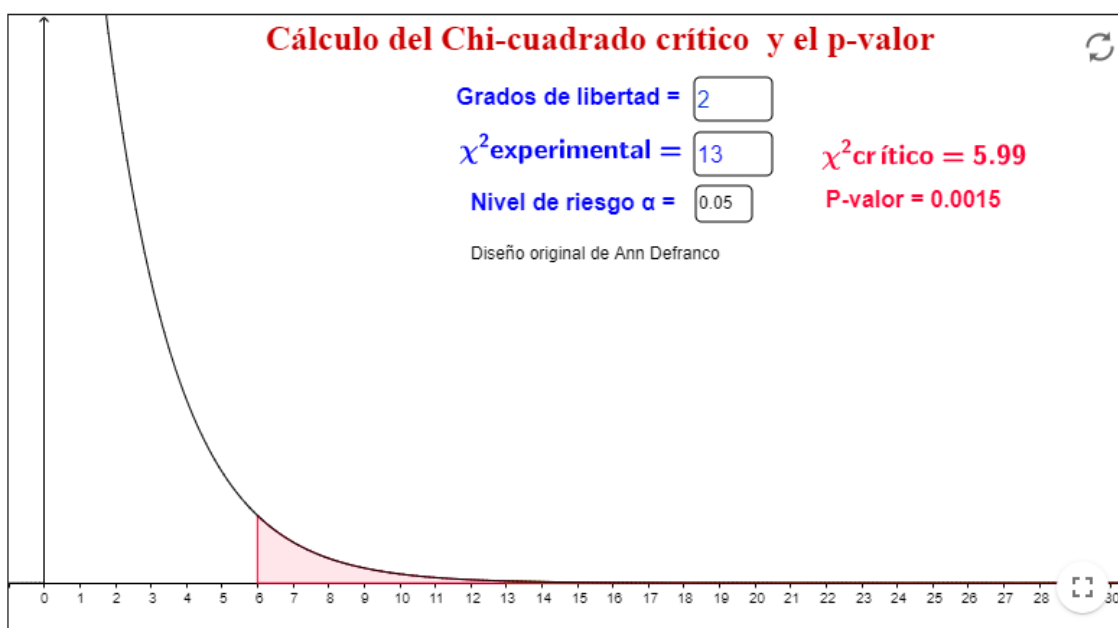
P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807

Fuente: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

Efectuado el cruce de los valores se verificó el valor del Chi Cuadrado es 5,9915 y el calculado fue de 0,005.

Ilustración 2 Cálculo del Chi Cuadrado



Fuente: <https://www.geogebra.org/m/YQCfcR2J>

Elaborado por: Alejandro Delgado

Conclusión: Para los cálculos se utilizó un nivel de confianza del 95% por lo que el nivel de significancia es del 5% (0.05); como la significación asintótica (bilateral) es $0,005 < 0,05$, entonces, se acepta la **hipótesis alternativa** afirmando que: “La gestión de los procesos productivos de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA. influye en las ventas de la misma.”

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- Se pudo evidenciar que la gestión de los procesos productivos si incide en las ventas por lo que fue necesario realizar una inspección y encontrar la problemática para posteriormente encontrar la solución de la misma.
- De acuerdo a los resultados obtenidos el registro de orden de pedidos por clientes no es el adecuado, no se está capacitando al personal de manera continua y existe una deficiencia en cuanto a la comunicación en general dentro de la empresa.
- De acuerdo al análisis se pudo evidenciar que es necesario la creación de un nuevo registro de orden de pedidos por clientes ya que este afecta de manera considerable a las ventas de la empresa, porque el registro impide entregar a tiempo los productos ya que no le permite a la empresa prever de manera correcta la demanda, asimismo es importante capacitar al personal con más frecuencia ya que permitirá que se puedan mejorar los aspectos en los procesos de producción como la comunicación, la optimización de tiempo, de recursos, etc.
- Se determinó que no es necesario la implementación de un modelo de gestión de procesos en la empresa ya que la problemática se genera y se centra principalmente en el registro de orden de pedidos por clientes, así como también en la falta de capacitación al personal.

5.2 Recomendaciones

- Realizar una inspección general de la empresa es muy importante, ya que le permite encontrar ciertos factores que limitan que la productividad en general de la empresa sea la óptima.

- Implementar un nuevo registro de orden de pedidos por clientes en el cual se pueda manipular los datos para poder analizar semanal, mensual o anualmente la cantidad de pedidos que han realizado los clientes para así poder proyectar la cantidad de pedidos que van realizar en un futuro; por lo tanto, la empresa pueda prever la demanda de sus productos, este nuevo registro puede ser creado en la herramienta Microsoft Excel ya que es la herramienta más completa en la actualidad.
- Se recomienda que se capacite al personal de manera más frecuente para que permita mejorar principalmente la comunicación entre los trabajadores que fomentara a mejorar su desempeño, así como también ciertos aspectos como la optimización de tiempo y de recursos dentro de los procesos de producción, etc.
- Se recomienda que la empresa invierta y se involucre un poco más con la publicidad ya que esto permitirá llegar a nuevos clientes y por ende mejorar las ventas.

6. Propuesta de Mejora

6.1 Objetivo de la Propuesta

Proponer estrategias que permitan mejorar las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.

6.2 Desarrollo de la Propuesta

Uno de los puntos centrales de la existencia de una empresa son las ventas. Sin ventas, una organización empresarial no puede seguir funcionando y, por lo tanto, no puede proporcionar a los clientes productos o servicios que resuelvan sus problemas. Definir una estrategia de ventas puede marcar la diferencia entre obtener más y mejores ingresos o generar pérdidas que finalmente cierren el negocio de una empresa.

Sin embargo, para atraer al mayor número de clientes potenciales, es necesario desarrollar estrategias para hacer el primer contacto y transmitir el mensaje lo más convincente posible.

Desarrollar la propuesta a través del análisis y resultados de las variables de la investigación, permite demostrar que la gestión en los procesos de producción influye en las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.

Por lo tanto, la propuesta se centra en el mejoramiento de la gestión de dichos procesos, una buena gestión conlleva al incremento de las ventas.

Las estrategias permitirán en primera instancia mejorar las ventas de la empresa, también mejorar la productividad de la misma, así como su posicionamiento en el mercado, esto será de gran beneficio para la empresa en general y el cumplimiento de sus objetivos a largo plazo.

El cambio que se logrará a través de las estrategias será fundamental para el futuro de la empresa, por lo cual es muy importante que la aplicación de las mismas sea correcta y oportuna.

Tabla 20 Propuesta de Mejora

ESTRATEGIA	OBJETIVO	META
Capacitación al personal	Fortalecer los conocimientos de los trabajadores, mejorar sus habilidades y actitudes.	Lograr un mejoramiento continuo de la capacidad y desempeño del trabajador.
Mejora en los procesos de producción	Identificar los aspectos o procesos que se necesitan mejorar a través de una auditoría de procesos, para evaluar los problemas o riesgos potenciales actuales.	Optimizar los procesos de producción para aumentar la eficiencia de la empresa Indupalets Cía. Ltda. y así poder cumplir con la sobredemanda de sus productos.
Estrategia de Resultados	Crear un nuevo registro con la base de datos de clientes que posee la empresa en el software Excel.	Manipular, medir y analizar los datos para realizar una proyección de demanda semanal, mensual o anualmente.
Invertir en Publicidad	Determinar un presupuesto y elegir los medios de comunicación pertinentes para llegar al público meta.	Hacer que crezca de manera exponencial la marca Indupalets Cía. Ltda.
Aprovechar el potencial de Redes Sociales	Incrementar el uso en redes sociales para transmitir confianza y cercanía con los clientes.	Alcanzar y llegar a nuevos clientes a través de promociones, de acontecimientos importantes de la empresa, etc. mediante las publicaciones en redes sociales.

7. Referencias

- Alonso, L., Alvira, F., Escobar, M., & Ferrando, M. (2016). *El análisis de la realidad social*. Madrid, España: RES. Revista Española de Sociología.
- Días, M. (2013). Producción, Comercialización y Rentabilidad de la naranja (Citrus Aurantium) y su relación con la Economía del cantón La Maná y su zona de influencia, año 2011. (*Tesis de pregrado*). Universidad Técnica de Cotopaxi, Cotopaxi, Ecuador.
- Echegoyen, J. (2015). Obtenido de Psicología
- Espejo, J., & Fischer, L. (2014). *Mercadotecnia*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2011). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- Higuerey, E. (16 de Octubre de 2020). *Ciclo de ventas: conoce 9 técnicas para acelerar tus procesos comerciales*. Obtenido de Rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/ciclo-de-ventas/>
- Ibáñez, C. (2016). Diseño de propuestas de mejora para el área de producción en la Empresa Puerto de Humos S.A. (*Tesis de pregrado*). Universidad Austral de Chile, Puerto Montt, Chile.
- IBM Corporation. (2021). *Tablas cruzadas*. Obtenido de IBM:
<https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/SaaS?topic=features-crosstabs>
- Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. New Jersey, U.S.A.: Prentice Hall.
- León, J., & Corozo, D. (2017). “Mejora al proceso de Gestión Comercial en la Empresa FOMENTCORP S.A”. (*Tesis de Pregrado*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

- Madurga, J. (27 de Noviembre de 2015). *Estrategias de venta: ¿cómo superar a tu competencia?* Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/>
- Mejía, J. (2016). Propuesta de mejora del proceso de producción en una empresa que produce y comercializa microformas con valor legal. (*Tesis de Pregrado*). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú.
- Minitab. (2019). *¿Qué es una prueba de chi-cuadrada?* Obtenido de Soporte de Minitab 18: <https://support.minitab.com/es-mx/minitab/18/help-and-how-to/statistics/tables/supporting-topics/chi-square/what-is-a-chi-square-test/>
- Navarro, M. (2012). *Técnicas de Ventas*. Tlalnepantla de Baz, México: Red Tercer Milenio.
- Nuria. (20 de Noviembre de 2018). *Tendencias en procesos de producción*. Obtenido de <https://www.cgmservicios.es/tendencias-en-procesos-de-produccion/>
- Pérez, R. (2011). *Pedagogía Experimental. La Medida en Educación. Curso de Adaptación*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Ramos, S. (2017). *Técnicas de ventas*. Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Rojas, Z. (2017). La Gestión de las Ventas y la Rentabilidad. (*Tesis de pregrado*). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.
- Tun, K. (11 de Marzo de 2014). *Estrategias de ventas desde la mercadotecnia*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estrategias-de-ventas-desde-la-mercadotecnia/>
- Vázquez, E. (2015). Análisis del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa INFOQUALITY S.A. en la ciudad de Quito. (*Tesis de posgrado*). Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador.

Zapana, F. (2018). Proceso productivo y productividad en la planta industrial de procesamiento de derivados lácteos del Municipio Distrital de Huata, Región Puno: Período 2016-2017. (*Tesis de pregrado*). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.

8. Anexos

8.1 Cuestionario

El presente cuestionario tiene la finalidad de determinar cómo incide la gestión de los procesos productivos en las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA, en la población de Riobamba, los datos proporcionados serán administrados con absoluta confidencialidad; rogamos su colaboración con respuestas fidedignas, de antemano agradecemos su apoyo.

Marque con una X

1. Género

- a) Masculino ()
- b) Femenino ()

2. Edad

- a) 18 - 28 ()
- b) 29 - 39 ()
- c) 40 – 50 ()
- d) 51 o más ()

3. Estado Civil

- a) Soltero ()
- b) Casado ()
- c) Viudo ()
- d) Divorciado ()
- e) Unión libre ()

4. ¿Qué tan importante considera usted que es planificar el orden de pedidos que se realizan a la empresa?

- a) Muy importante ()
- b) Importante ()
- c) Poco importante ()

5. ¿Se cumplen con los tiempos establecidos en la realización de los productos?

- a) Si ()
- b) No ()

6. ¿Usted considera que la falta de comunicación influye en cumplir correctamente con la demanda de los productos?

- a) Si ()
- b) No ()

7. ¿Qué perspectiva tiene usted del registro de orden de pedidos que posee la empresa

- a) Muy bueno ()
- b) Bueno ()
- c) Ni bueno ni malo ()
- d) Malo ()
- e) Muy malo ()

8. ¿Usted cree conveniente que la empresa capacite al personal de manera más continua para mejorar ciertos aspectos de los procesos de producción

- a) Si ()
- b) No ()

9. ¿Se presentan inconvenientes cuando existe una sobredemanda del producto?

- a) Si ()
- b) No ()

10. ¿Existen fallos en los procesos productivos al momento de elaborar el producto?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) A veces ()

11. ¿Los productos son entregados a tiempo a los clientes?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) A veces ()

12. ¿Las ventas se ven afectadas por no prever la demanda de los clientes?

- a) Si ()
- b) No ()

13. ¿Que sugiere usted para que se puedan mejorar los procesos de producción y se incrementen las ventas?

8.2 Matriz de Consistencia

“ LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y LAS VENTAS DE LA EMPRESA
INDUPALETS CIA. LTDA. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA ”

Formulación del Problema	Objetivo General	Hipótesis General
<p>¿Cómo incide la gestión de los procesos productivos en las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.?</p>	<p>Determinar la incidencia de la gestión de los procesos productivos en las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA</p>	<p>La gestión de los procesos productivos incide significativamente en las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.</p>
Problemas Derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas
<p>¿Cómo se gestionan los procesos de producción en la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.?</p> <p>¿Cuáles son los mecanismos adecuados que se deberían aplicar en la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.?</p> <p>¿Es necesario la implementación de un modelo de gestión de procesos en la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.?</p>	<p>Identificar las falencias que se presentan en los procesos productivos, de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.</p> <p>Establecer mecanismos adecuados en la producción para incrementar las ventas de la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA</p> <p>Analizar si es necesario la implementación de un modelo de gestión de procesos en la empresa INDUPALETS CÍA. LTDA.</p>	

8.3 Operacionalización de las variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: Procesos de producción

Variable Independiente: gestión de los procesos de producción

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Los procesos de producción son un conjunto de procedimientos destinados a transformar recursos o factores de producción en bienes y / o servicios. En la organización la información y la tecnología intervienen en este proceso e interactúan con las personas. Su objetivo final es satisfacer la demanda.	Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Porcentaje de fallas en la operación de la realización de los productos. ➤ Porcentaje de cumplimiento de tiempo establecido para la entrega del producto 	<p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Entrevista ➤ Encuesta
	Organización	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel de Desempeño por parte de los trabajadores en el área de producción ➤ Índice de satisfacción de los empleados. 	<p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Guía de Entrevista ➤ Cuestionario
	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Porcentaje de los tiempos cumplidos, establecidos en la realización de los productos. ➤ Porcentaje de aprovechamiento de los insumos utilizados en todo el proceso productivo. 	

Elaborado por: Alejandro Delgado

8.4 Datos estadísticos SPSS

*TABULACIÓN_TESIS ALEJO.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	GÉNERO	Numérico	6	0	1. Género	{1, Masculin...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
2	EDAD	Numérico	6	0	2. Edad	{1, 18-28}...	Ninguno	5	Centrado	Escala	Entrada
3	ESTADOCIVIL	Numérico	6	0	3. Estado Civil	{1, Soltero}	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
4	ORDEN	Numérico	6	0	4. ¿Qué tan importante considera usted q...	{1, Muy imp...	Ninguno	5	Centrado	Ordinal	Entrada
5	TIEMPOSESTABLECIDOS	Numérico	6	0	5. ¿Se cumplen con los tiempos establec...	{1, SI}...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
6	COMUNICACIÓN	Numérico	6	0	6. ¿Usted considera que la falta de comu...	{1, SI}...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
7	REGISTROORDEN	Numérico	6	0	7. ¿Qué perspectiva tiene usted del regist...	{1, Muy bue...	Ninguno	5	Centrado	Ordinal	Entrada
8	CAPACITEPERSONAL	Numérico	6	0	8. ¿Usted cree conveniente que la empre...	{1, SI}...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
9	INCONVENIENTES	Numérico	6	0	9. ¿Se presentan inconvenientes cuando...	{1, SI}...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
10	PROCESOSPRODUCTIVOS	Numérico	6	0	10. ¿Existen fallos en los procesos produ...	{1, SI}...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
11	PRODUCTOSENTREGADOS	Numérico	6	0	11. ¿Los productos son entregados a tie...	{1, SI}...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada
12	VENTAS	Numérico	6	0	12. ¿Las ventas se ven afectadas por no...	{1, SI}...	Ninguno	5	Centrado	Ordinal	Entrada
13	MEJORARPRODUCTOS	Numérico	6	0	13. ¿Que sugiere usted para que se pued...	{1, Mejorar ...	Ninguno	5	Centrado	Nominal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

*TABULACIÓN_TESIS ALEJO.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

24: GÉNERO Visible: 13 de 13 variables

	GÉNERO	EDAD	ESTADOCIVIL	ORDEN	TIEMPOSESTABLECIDOS	COMUNICACIÓN	REGISTROORDEN	CAPACITEPERSONAL	INCONVENIENTES	PROCESOSPRODUCTIVOS	PRODUCTOSENTREGADOS	VENTAS	MEJORARPRODUCTOS
1	Masculino	29-39	Casado	Muy imp...	SI	SI	Malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Mejorar el registro de orden de pedidos
2	Masculino	18-28	Soltero	Muy imp...	SI	SI	Muy malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Mejorar la comunicación
3	Femenino	29-39	Soltero	Importante	SI	SI	Ni bueno, ni...	SI	NO	A VECES	A veces	SI	Capacitaciones al personal
4	Femenino	29-39	Casado	Muy imp...	NO	SI	Muy malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Optimizar tiempos de entrega
5	Masculino	29-39	Casado	Muy imp...	NO	SI	Malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Capacitaciones al personal
6	Masculino	40-50	Casado	Muy imp...	NO	SI	Malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Mejorar el registro de orden de pedidos
7	Femenino	29-39	Casado	Muy imp...	NO	SI	Muy malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Capacitaciones al personal
8	Masculino	40-50	Casado	Muy imp...	NO	SI	Muy malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Mejorar el registro de orden de pedidos
9	Masculino	29-39	Casado	Muy imp...	NO	SI	Malo	SI	SI	A VECES	A veces	NO	Capacitaciones al personal
10	Masculino	40-50	Casado	Muy imp...	NO	SI	Muy malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Optimizar tiempos de entrega
11	Masculino	40-50	Divorciado	Muy imp...	NO	SI	Malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Mejorar la comunicación
12	Masculino	40-50	Divorciado	Importante	SI	SI	Muy malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Capacitaciones al personal
13	Masculino	40-50	Viudo	Muy imp...	NO	SI	Malo	SI	SI	A VECES	A veces	SI	Mejorar el registro de orden de pedidos

Vista de datos Vista de variables

Guardar este documento IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON