

APÉNDICES.

APÉNDICE 1

Instrumento piloto.

INSTRUMENTO PILOTO

I. DATOS GENERALES

- 1.- Giro:_____
- 2.- Domicilio:_____
- 3.- Persona a entrevistar: Propietario () Administrador ()
Encargado ()
- 4.- Puesto que ocupa:_____
- 5.- Grado de instrucción: Preparatoria () Licenciatura () Postgrado
() Otro:_____
- 6.- Organización legal:_____
- 7.- Año de establecimiento._____
- 8.- La empresa es considerada: Micro: () Pequeña () Mediana ()
Porque:_____

Por favor, Le pedimos que lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque el número que describa mejor su opinión, con base en la escala siguiente:

4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

II.- Variable Independiente de Capital Humano

		4	3	2	1
9	Considera que el capital humano con su creatividad genera el número de ideas para				

	mejorar los procesos de producción.				
10	Considera que el capital humano innovando disminuye las mermas o pérdidas.				
11	Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.				
12	La capacitación constante beneficia y motiva al personal para el logro de los resultados esperados en la organización.				
13	Es necesario que el capital humano tenga los conocimientos necesarios para eficientar los recursos financieros.				
14	El involucrarse en los problemas y sentimientos del personal permite motivarlos.				
15	El capital humano tiene las habilidades para incrementar la producción.				
16	Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.				
17	El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción.				
18	Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.				
19	Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.				
20	El reconocimiento al esfuerzo constante y sostenido del trabajador genera mayor beneficio a la empresa.				
21	El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.				
22	Los constantes cambios en el mercado obligan a que el personal se adapte rápidamente a ellos.				
23	Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.				

III.- Variables de Innovación		4	3	2	1
24	El número de ideas nuevas de parte del capital humano implementadas en la producción sirve para alcanzar las metas organizacionales.				
25	La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.				

26	Es importante poner en práctica la creatividad de los empleados..				
27	Se puede incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene basta experiencia.				
28	Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.				
29	Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.				
30	El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.				
31	El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.				
32	Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.				
33	La innovación sustituye la parte financiera, evitando retrasos en el desarrollo de la organización.				
34	Considera que con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.				
35	Es la innovación fundamental para competir en el mercado.				
36	Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.				
37	Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.				
38	A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientemente los recursos financieros.				

IV.- Variable de Productividad		4	3	2	1
39	El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto.				
40	Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.				
41	El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.				
	Son utilizados con creatividad los recursos				

42	tecnológicos para mejorar los procesos productivos.				
43	La empresa esta bien estructurada de acuerdo a sus necesidades.				
44	El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.				
45	El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.				
46	El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.				
47	Trabajo bajo objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo.				
48	El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.				
49	El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.				
50	Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.				
51	El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.				
52	Se conocen los apoyos que el gobierno Federal como el Estatal ofrece a las empresas.				
53	El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.				

V.- Variable Dependiente Competitividad		4	3	2	1
54	Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.				
55	Considera que el innovar en servicio es una ventaja para su empresa.				
56	Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.				
57	Es importante conocer las debilidades de la competencia para tener ventajas competitivas.				
58	El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más				

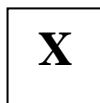
	competitiva.				
59	Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.				
60	Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.				
61	El contacto constante con los clientes ayuda a mejorar sus relaciones comerciales.				
62	A mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.				
63	Las decisiones que se toman ayudan a mantenerse en el mercado.				
64	La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.				
65	Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.				
66	Es necesario crear clientes para mantenerse en el mercado.				
67	Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.				
68	Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.				

APÉNDICE 2.
Instrumento Definitivo

INSTRUCCIONES

Solamente utilice un lápiz o un bolígrafo de tinta azul para contestar el cuestionario, tachando la respuesta correcta que es de 4 a 1, según corresponda a su experiencia en la empresa.

No existe respuesta correcta o incorrecta solo refleja lo que usted opine. Marque con una cruz o una palomita la respuesta que se acerque más a la realidad actual de la empresa de acuerdo a las necesidades que se presentan, Recuerde: NO se debe marcar dos opciones, puede marcar de la siguiente manera:



En caso que no pueda dar contestación a alguna pregunta pregunte al encuestador o déjela en blanco y pase a la siguiente.

Existen preguntas positivas y negativas, para tal caso hay que fijarse en las respuestas y no en los números.

TOTALMENTE DE ACUERDO; PARCIALMENTE DE ACUERDO; PARCIALMENTE EN DESACUERDO; TOTALMENTE EN DESACUERDO.

Las columnas se muestran de la siguiente manera:

4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

CONFIDENCIALIDAD

Sus repuestas serán confidenciales y anónimas, los cuestionarios serán procesados por personas externas con mucha discreción, por tal motivo no se pide su nombre, solo domicilio para corroborar la autenticidad de la empresa.

De antemano se agradece su valiosísima participación:

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

INSTRUMENTO DEFINITIVO

II. DATOS GENERALES

- 1.- Giro: _____
- 2.- Domicilio: _____
- 3.- Persona a entrevistar: Propietario () Administrador ()
Encargado ()
- 4.- Puesto que ocupa: _____
- 5.- Grado de instrucción: Preparatoria () Licenciatura () Postgrado
() Otro: _____
- 6.- Organización legal: _____
- 7.- Año de establecimiento. _____
- 8.- La empresa es considerada: Micro: () Pequeña () Mediana ()
Porque: _____

Por favor, Le pedimos que lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque el número que describa mejor su opinión, con base en la escala siguiente:

4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

II.- Variable Independiente de Capital Humano

		4	3	2	1
9	El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción.				
10	Considera que el capital humano innovando disminuye las mermas o pérdidas.				
11	Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.				
12	Es necesario que el capital humano tenga los conocimientos necesarios para eficientar los recursos				

	financieros.				
13	Considera que el capital humano con su creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción.				
14	Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.				
15	Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.				
16	El capital humano tiene las habilidades para incrementar la producción.				
17	El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.				
18	Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.				
19	Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.				

III.- Variables de Innovación

		4	3	2	1
20	Considera que con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.				
21	Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.				
22	Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.				
23	A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientando los recursos financieros.				
24	El número de ideas nuevas de parte del capital humano implementadas en la producción sirve para alcanzar las metas organizacionales.				
25	El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.				
26	Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.				
27	Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.				
28	Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.				
29	La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.				
30	Se pueden incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene basta experiencia.				
31	El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.				

IV.- Variable de Productividad

		4	3	2	1
32	El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.				
33	El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.				
34	El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.				
35	El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.				

36	Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos.				
37	El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.				
38	El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto.				
39	El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.				
40	Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.				
41	El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.				
42	El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.				
43	Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.				

V.- Variable Dependiente Competitividad

		4	3	2	1
44	Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.				
45	Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.				
46	Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.				
47	La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.				
48	A mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.				
49	Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.				
50	Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.				
51	El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más competitiva.				
52	Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.				
53	Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.				

APÉNDICE 3

Indicadores económicos en La ciudad de Celaya, Guanajuato

En el municipio de Celaya el sector manufacturero es de los más importantes, ya que tiene el tercer lugar con mayor número de Unidades Económicas en Celaya (1, 372 unidades) (tabla 25) (Tabla 27). Cabe señalar que en esta tabla se representan todos los giros existentes en Celaya por tal motivo existen diferencias como en el comercio al por menor y la industria manufacturera en la que se esta desarrollando el trabajo y se utiliza la tabla solo para diferenciar y observar los tipos de giros existentes en la zona.

Tabla 25. Descripción del universo del sector industrial.

DESCRIPCIÓN	UNIDADES ECONOMICAS
Comercio al por menor	7638
Otros servicios excepto actividades del gobierno	2226
Industrias manufactureras	1372
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	1128
Servicio de salud y de asistencia social	690
Comercio al por mayor	609

El sector manufacturero tiene muchísima importancia ya que es el primer lugar de los sectores que genera mayor Personal Ocupado Total en Celaya con 26 mil 234 personas, como lo muestra la tabla 26. Al observar los datos podemos decir que es de suma importancia el dar apoyo y buscar alternativas que permitan a estas empresas su desarrollo, para generar más empleos y contribuir de una manera competitiva en el mercado regional, nacional e internacional.

Tabla 26. Personal ocupado en Celaya.

DESCRIPCIÓN	PERSONAL OCUPADO TOTAL
Industrias manufactureras	26234
Comercio al por menor	21767
Comercio al por mayor	6970
Otros servicios excepto actividades del gobierno	5330
Servicios educativos	4716

En la Producción Bruta, la industria manufacturera ocupa el primer lugar de los sectores económicos con 17 millones 886 mil 802 pesos, siendo un sector de muchísima importancia que permite poner mayor atención y que genera preocupación, (tabla 27).

Tabla 27. Producción bruta en Celaya.

DESCRIPCIÓN	PRODUCCIÓN BRUTA TOTAL (miles de pesos)
Industrias manufactureras	17886802
Comercio al por menor	2490296
Comercio al por mayor	2118240
Construcción	1262760
Transportes, correos y almacenamiento	870901

La industria manufacturera es el primer lugar de los sectores económicos que genera mayor Valor Agregado Censal con 5 millones

276 mil 863 pesos. Este es uno de los indicadores importantes porque se muestra cómo contribuye en la cadena de valor (tabla 28).

Tabla 28. Valor Agregado Censal en Celaya.

DESCRIPCIÓN	VALOR AGREGADO CENSAL (miles de pesos)
Industrias manufactureras	5276863
Comercio al por menor	1831921
Comercio al por mayor	1513882
Construcción	600896
Transportes, correos y almacenamiento	470162

Así mismo, la industria manufacturera tiene el primer lugar en Inversión Total con 495 mil 212 pesos (tabla 29).

Tabla 29. Inversión total en Celaya.

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN TOTAL (miles de pesos)
Industrias manufactureras	495212
Comercio al por menor	293139
Comercio al por mayor	56566
Transportes, correos y almacenamiento	46729
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	33952

Con estos datos señalamos el grado de importancia en cuanto al peso específico de la actividad económica del sector manufacturero en Celaya y que se debe de considerar para ayudar a mantenerse en el mercado, y es de tal importancia el compromiso de todos los involucrados para mantener un nivel de competitividad en este sector.

Tabla 30. Unidades económicas de los principales subsectores, ramas y sub-ramas de la industria manufacturera.

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	UNIDADES ECONOMICAS
31-33	Industrias manufactureras	1372
311	Industria alimentaria	523
3118	Elaboración de productos de panadería y tortillas	368
332	Fabricación de productos metálicos	313
3323	Fabricación de estructuras metálicas y productos de herrería	233
332320	Fabricación de productos de herrería	222
31183	Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal	221
337	Fabricación de muebles y productos relacionados	128
3371	Fabricación de muebles excepto de oficina y estantería	119
337120	Fabricación de muebles, excepto cocinas y muebles de oficina y estantería	115
3231	Impresión e industrias conexas	97
3115	Elaboración de productos lácteos	91
311520	Elaboración de helados y paletas	73
3327	Maquinado de piezas metálicas y fabricación de tornillos	60

Tabla 31. Personal Ocupado Total de los principales subsectores, ramas y sub-ramas de la industria manufacturera.

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PERSONAL OCUPADO TOTAL
31-33	Industrias manufactureras	26234

311	Industria alimentaria	7024
335	Fabricación de equipos de generación eléctrica, aparatos y accesorios	4669
336	Fabricación de equipos de transporte	4370
335220	Fabricación de aparatos de línea blanca	4029
3363	Fabricación de partes para vehículo automotriz	3887
31522	Confección de ropa, materiales y textiles	3131
3118	Elaboración de productos de panadería y tortillería	2943
315223	Confección en serie de uniformes	1860
31161	Matanza, empacado y procesamiento de carne de ganado y aves	1824
311820	Elaboración de galletas y pastas para sopa	1778
336330	Fabricación de partes de dirección y de suspensión para vehículos automotrices	1652
3115	Elaboración de productos lácteos	1546

Tabla 32. Producción Bruta Total de los principales subsector, ramas y sub-ramas de la industria manufacturera.

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRODUCCION BRUTA TOTAL (Miles de pesos)
31-33	Industrias manufactureras	17886802
335	Fabricación de equipo de generación eléctrica, aparatos y accesorios eléctricos	6308627

311	Industria alimentaria	5693088
3352	Fabricación de aparatos eléctricos de uso domestico	5547741
336	Fabricación de equipo de transporte	2486869
3116	Matanza, empackado y procesamiento de carne de ganado y aves	2454304
3363	Fabricación de partes para vehículos automotrices	2076438
3111	Elaboración de alimentos para animales	1310607
3118	Elaboración de productos de panadería y tortillas	759769
33591	Fabricación de acumuladores y pilas	727513
3115	Elaboración de productos lácteos	717356
325	Industria química	709774

Tabla 33. Valor Agregado censal bruto de los diferentes giros en la industria manufacturera.

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO (Miles de pesos)
31-33	Industrias manufactureras	5276863
335	Fabricación de equipo de generación eléctrica, aparatos y accesorios eléctricos	2034033
3352	Fabricación de aparatos eléctricos de uso domestico	1818958

336	Fabricación de equipo de transporte	1088099
311	Industria alimentaria	1005577
3363	Fabricación de partes para vehículos automotrices	949517
336350	Fabricación de partes de sistema de transmisión	453192
31161	Matanza, empaclado y procesamiento de carne de ganado y aves	361248
311613	Preparación de embutidos y otras conservas de carne de ganado y aves	280594
336390	Fabricación de otras partes para vehículos automotrices	274023
325	Industria química	228946
311110	Elaboración de alimentos para animales	222177
3359	Fabricación de otros equipos y accesorios eléctricos	214149
335910	Fabricación de acumuladores y pilas	203792
326	Industria del plástico y del hule	198853

APÉNDICE 4

Oficios y trabajos existentes en la ciudad de Celaya, Gto.

Tabla 34. Muestra de distribución por giro.

Fabricación, Reparación y Venta de Zapatos	3	0	1	4	1.00%
Materiales para construcción	0	4	0	4	1.00%
Fabricación de empaques de cartón y sus derivados	1	1	2	4	1.00%
Servicios	2	1	1	4	1.00%
Imprenta	2	1	1	4	1.00%
Cancelaría	2	2	0	4	1.00%
Maquiladora	1	1	1	3	0.70%
Orfebrería	3	0	0	3	0.70%

Abarrotes	3	0	0	3	0.70%
Elaboración y comercialización de Cristal y Vidrio.	1	0	2	3	0.70%
Purificadora y venta de agua para consumo	1	0	1	2	0.50%
Compra-Venta de Semillas y Granos	0	2	0	2	0.50%
Compra-Venta de Carne (Carnicería)	2	0	0	2	0.50%
Fabricación de equipos y piezas para laboratorio y mantenimiento	0	1	1	2	0.50%
Fabricación de bolsas y envases de polietileno	0	0	2	2	0.50%
Agrícola	1	1	0	2	0.50%
Fabricación, venta, alquiler y reparación de lonas.	0	1	1	2	0.50%
Mercería	1	1	0	2	0.50%
Sistemas de Riego	0	1	0	1	0.20%

Muestra de distribución por giro. Cont.

Fundidora de metales	0	1	0	1	0.20%
Fabricante de Persianas y Cortinas	0	0	1	1	0.20%
Sacos Plásticos	0	1	0	1	0.20%
Fabricación y venta de Velas	1	0	0	1	0.20%
Fabricación y venta de artículos de piel	0	1	0	1	0.20%
Electrodomésticos	0	0	0	1	0.20%
Reparación y producción de gatos hidráulicos	1	0	0	1	0.20%
Compra-Venta de materiales reciclados	0	1	0	1	0.20%
Talabartería	1	0	0	1	0.20%
Elaboración de Prótesis	1	0	0	1	0.20%
Elaboración y Venta de Vinos	0	0	0	1	0.20%
Fabricación y venta de Hielo	0	0	1	1	0.20%

Fabricación de Lavaderos	1	0	0	1	0.20%
Venta de pasto	0	1	0	1	0.20%
Venta de Fruta y Jugo	1	0	0	1	0.20%
Renta de Equipo de Cómputo e Internet	1	0	0	1	0.20%
Tienda Departamental	0	1	0	1	0.20%
Papelería	1	0	0	1	0.20%
Carbonería	1	0	0	1	0.20%
Total	264	113	32	418	

APÉNDICE 5

Estadística descriptiva de las variables capital humano, innovación, productividad y competitividad.

Tabla 35. Análisis descriptivo del factor Capital humano.

			Descriptivos	
			Estadístico	Error típ.
Capital humano	Media		35.52	.340
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	34.85	
		Límite superior	36.19	

Media recortada al 5%	35.86	
Mediana	37.00	
Varianza	34.759	
Desv. típ.	5.896	
Mínimo	16	
Máximo	44	
Rango	28	
Amplitud intercuartil	8	
Asimetría	-.829	.141
Curtosis	.155	.281

Figura 3. Histogramas de frecuencia de Capital humano.

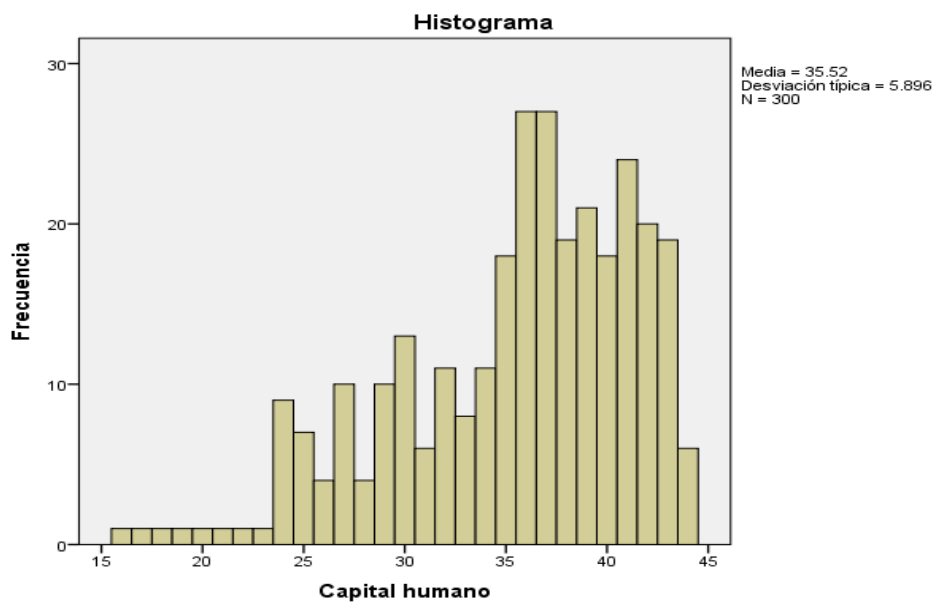


Tabla 36. Análisis descriptivo del factor de Innovación.

Descriptivos			Estadístico	Error típ.
Innovación	Media		39.87	.286
	Intervalo de	Límite inferior	39.30	

confianza para la media al 95%	Límite superior	40.43	
Media recortada al 5%		40.16	
Mediana		41.00	
Varianza		24.484	
Desv. típ.		4.948	
Mínimo		23	
Máximo		48	
Rango		25	
Amplitud intercuartil		7	
Asimetría		-.866	.141
Curtosis		.606	.281

Figura 4. Histograma de frecuencia de Innovación.

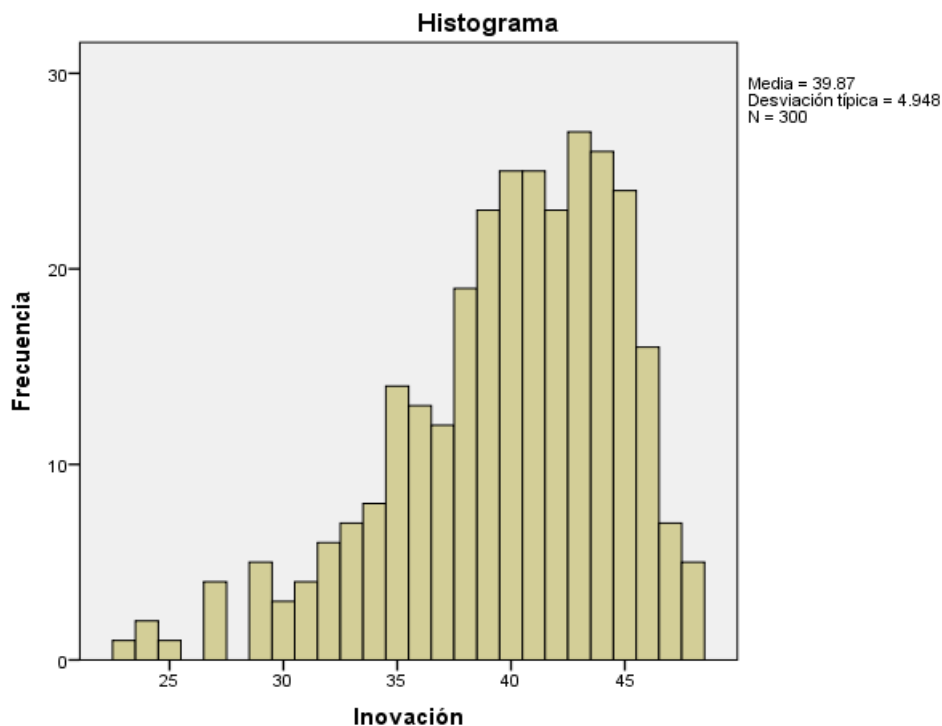


Tabla 37. Análisis descriptivo del factor de Productividad.
Descriptivos

			Estadístico	Error típ.
Recursos organizacionales	Media		37.60	.368
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	36.88	
		Límite superior	38.33	

Media recortada al 5%	37.89	
Mediana	38.00	
Varianza	40.668	
Desv. típ.	6.377	
Mínimo	12	
Máximo	48	
Rango	36	
Amplitud intercuartil	10	
Asimetría	-.666	.141
Curtosis	.273	.281

Figura 5. Histograma de frecuencia de Productividad.

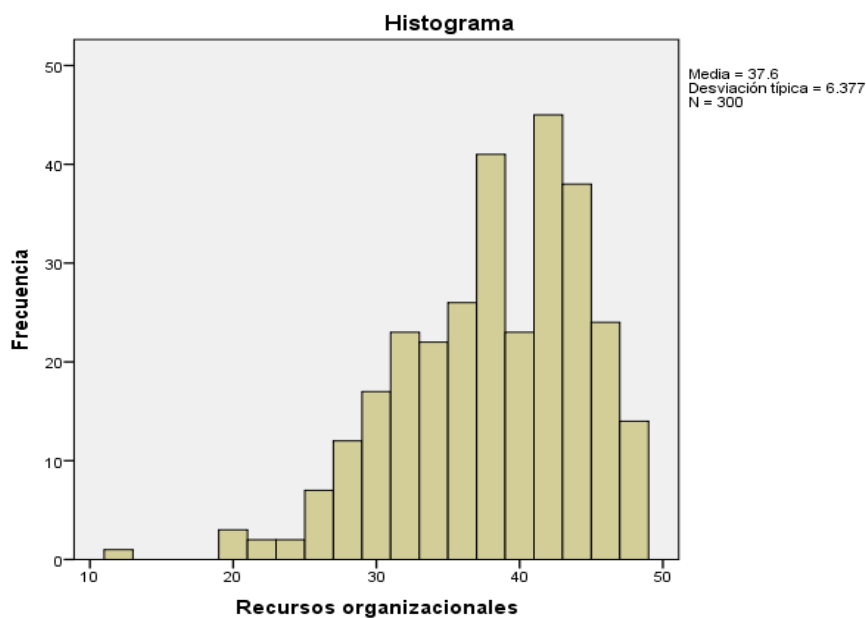
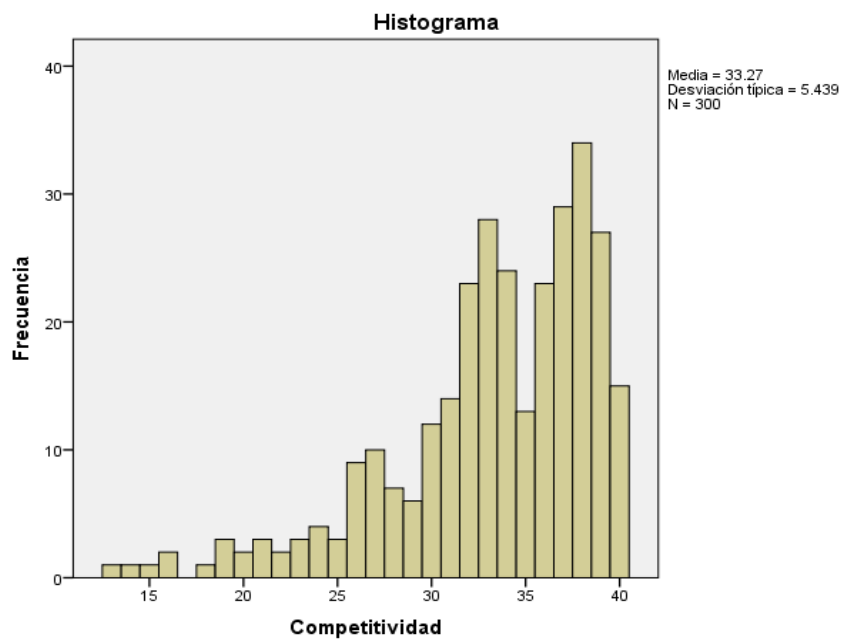


Tabla 38. Análisis descriptivo del factor de Competitividad.

Descriptivos			Estadístico	Error típ.
Competitividad	Media		33.27	.314
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	32.65	
		Límite superior	33.89	
	Media recortada al 5%		33.73	
	Mediana		34.00	
	Varianza		29.582	
	Desv. típ.		5.439	
	Mínimo		13	

Máximo	40	
Rango	27	
Amplitud intercuartil	7	
Asimetría	-1.216	.141
Curtosis	1.445	.281

Figura 6. Histograma de frecuencia de Competitividad.



APÉNDICE 6

Correlaciones de los factores capital humano, innovación productividad y competitividad

**Tabla 39. Correlación de los factores: Capital humano, Innovación,
Productividad y Competitividad.**

Correlaciones

		Capital humano	Innovación	Productividad	Competitividad
Capital humano	Correlación de Pearson	1	.881**	.552**	.810**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300
Innovación	Correlación de Pearson	.881**	1	.633**	.882**
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300
Productividad	Correlación de Pearson	.552**	.633**	1	.729**
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300
Competitividad	Correlación de Pearson	.810**	.882**	.729**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300

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

Figura 7. Correlación de Competitividad con el Capital Humano.

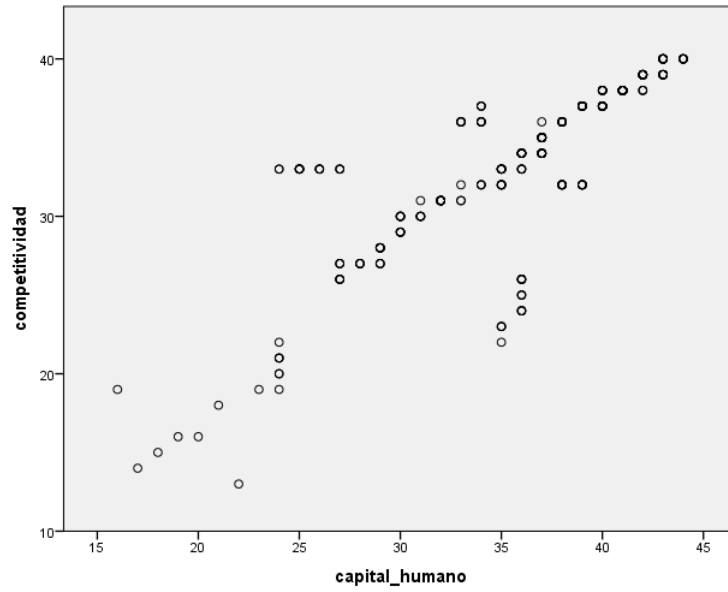


Figura 8. Correlación de Competitividad con la Innovación.

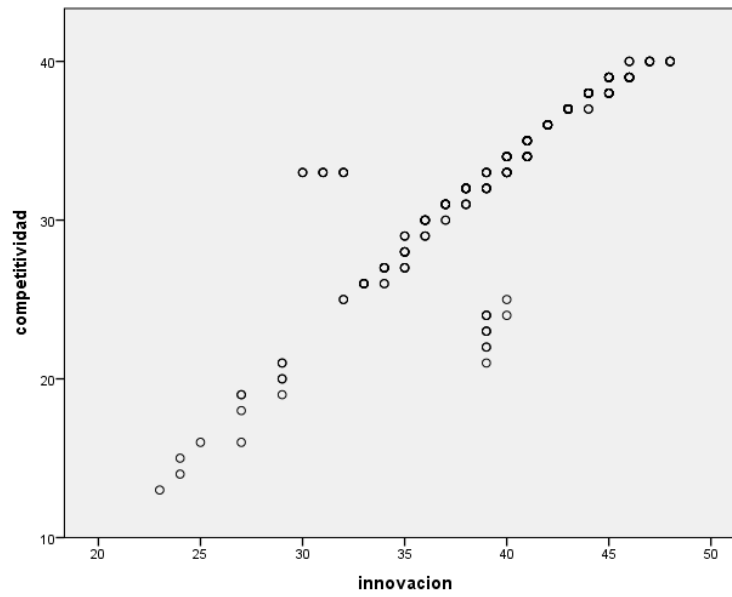
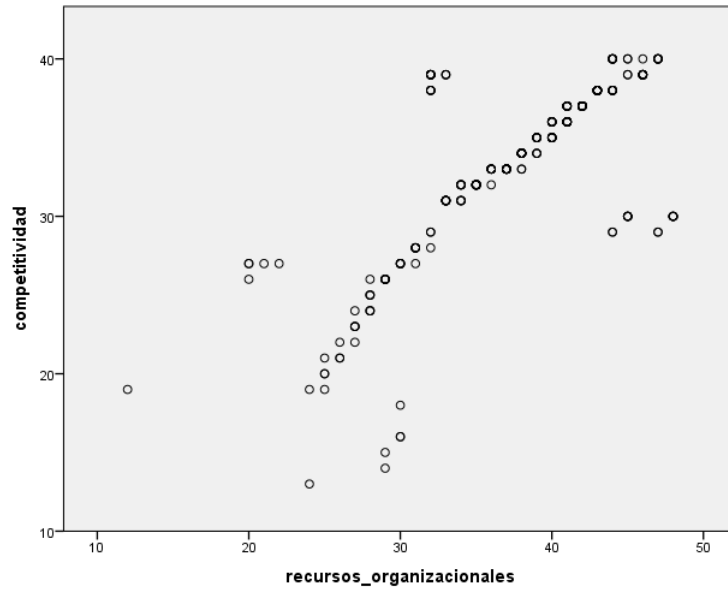


Figura 9. Correlación de Competitividad con la Productividad.



APÉNDICE 7

Frecuencias y porcentajes de los ítems del instrumento completo

Tabla 40. Frecuencias y porcentajes de los Ítems

del instrumento completo.

Tabla personalizada 1										
	1		2		3		4		Total	
	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
ch_01	19	6.3%	23	7.7%	47	15.7%	211	70.3%	300	100.0%
ch_02	24	8.0%	66	22.0%	88	29.3%	122	40.7%	300	100.0%
ch_03	4	1.3%	42	14.0%	47	15.7%	207	69.0%	300	100.0%
ch_04	4	1.3%	27	9.0%	76	25.3%	193	64.3%	300	100.0%
ch_05	17	5.7%	45	15.0%	113	37.7%	125	41.7%	300	100.0%
ch_06	22	7.3%	52	17.3%	88	29.3%	138	46.0%	300	100.0%
ch_07	13	4.3%	28	9.3%	105	35.0%	154	51.3%	300	100.0%
ch_08	54	18.0%	109	36.3%	80	26.7%	57	19.0%	300	100.0%
ch_09	9	3.0%	19	6.3%	80	26.7%	192	64.0%	300	100.0%
ch_10	4	1.3%	13	4.3%	74	24.7%	209	69.7%	300	100.0%
ch_11	49	16.3%	64	21.3%	113	37.7%	74	24.7%	300	100.0%
inno_01	2	.7%	11	3.7%	26	8.7%	261	87.0%	300	100.0%
inno_02	15	5.0%	47	15.7%	96	32.0%	142	47.3%	300	100.0%
inno_03	12	4.0%	60	20.0%	70	23.3%	158	52.7%	300	100.0%
inno_04	9	3.0%	17	5.7%	44	14.7%	230	76.7%	300	100.0%
inno_05	8	2.7%	20	6.7%	54	18.0%	218	72.7%	300	100.0%
inno_06	21	7.0%	66	22.0%	132	44.0%	81	27.0%	300	100.0%
inno_07	18	6.0%	49	16.3%	105	35.0%	128	42.7%	300	100.0%
inno_08	23	7.7%	79	26.3%	104	34.7%	94	31.3%	300	100.0%
inno_09	20	6.7%	31	10.3%	37	12.3%	212	70.7%	300	100.0%
inno_10	33	11.0%	69	23.0%	65	21.7%	133	44.3%	300	100.0%
inno_11	8	2.7%	25	8.3%	62	20.7%	205	68.3%	300	100.0%
inno_12	10	3.3%	39	13.0%	82	27.3%	169	56.3%	300	100.0%
ro_01	23	7.7%	57	19.0%	103	34.3%	117	39.0%	300	100.0%
ro_02	20	6.7%	61	20.3%	82	27.3%	137	45.7%	300	100.0%
ro_03	19	6.3%	39	13.0%	90	30.0%	152	50.7%	300	100.0%
ro_04	74	24.7%	100	33.3%	78	26.0%	48	16.0%	300	100.0%
ro_05	6	2.0%	31	10.3%	80	26.7%	183	61.0%	300	100.0%
ro_06	6	2.0%	23	7.7%	83	27.7%	188	62.7%	300	100.0%
ro_07	59	19.7%	67	22.3%	110	36.7%	64	21.3%	300	100.0%
ro_08	17	5.7%	59	19.7%	100	33.3%	124	41.3%	300	100.0%
ro_09	14	4.7%	44	14.7%	98	32.7%	144	48.0%	300	100.0%
ro_10	8	2.7%	17	5.7%	56	18.7%	219	73.0%	300	100.0%
ro_11	6	2.0%	19	6.3%	68	22.7%	207	69.0%	300	100.0%
ro_12	32	10.7%	78	26.0%	129	43.0%	61	20.3%	300	100.0%
comp_01	7	2.3%	30	10.0%	79	26.3%	184	61.3%	300	100.0%
comp_02	18	6.0%	44	14.7%	109	36.3%	129	43.0%	300	100.0%
comp_03	18	6.0%	29	9.7%	97	32.3%	156	52.0%	300	100.0%
comp_04	10	3.3%	33	11.0%	72	24.0%	185	61.7%	300	100.0%
comp_05	4	1.3%	19	6.3%	83	27.7%	194	64.7%	300	100.0%
comp_06	49	16.3%	83	27.7%	102	34.0%	66	22.0%	300	100.0%
comp_07	9	3.0%	53	17.7%	115	38.3%	123	41.0%	300	100.0%
comp_08	12	4.0%	50	16.7%	83	27.7%	155	51.7%	300	100.0%
comp_09	9	3.0%	13	4.3%	49	16.3%	229	76.3%	300	100.0%
comp_10	8	2.7%	18	6.0%	54	18.0%	220	73.3%	300	100.0%

APÉNDICE 8

Resumen de medias y desviación estándar por ítem para el instrumento total.

Tabla 41. Resumen de medias y desviación estándar por ítem para el instrumento total.

Tabla personalizada 1		
	Media	Desviacion típica
ch_01	3.50	.89
ch_02	3.03	.97
ch_03	3.52	.78
ch_04	3.53	.71
ch_05	3.15	.88
ch_06	3.14	.95
ch_07	3.33	.82
ch_08	2.47	1.00
ch_09	3.52	.75
ch_10	3.63	.63

APÉNDICE 9

Frecuencia de respuestas para el instrumento total.

Tabla 42. Frecuencia de respuestas para el instrumento total.

Variable	1		2		3		4	
	Recuento	% del N de la tabla	Recuento	% del N de la tabla	Recuento	% del N de la tabla	Recuento	% del N de la tabla
ch_09	19	6.30%	23	7.70%	47	15.70%	211	70.30%
ch_18	4	1.30%	13	4.30%	74	24.70%	209	69.70%
ch_11	4	1.30%	42	14.00%	47	15.70%	207	69.00%
ch_12	4	1.30%	27	9.00%	76	25.30%	193	64.30%
ch_17	9	3.00%	19	6.30%	80	26.70%	192	64.00%
ch_15	13	4.30%	28	9.30%	105	35.00%	154	51.30%
ch_14	22	7.30%	52	17.30%	88	29.30%	138	46.00%
ch_13	17	5.70%	45	15.00%	113	37.70%	125	41.70%
ch_10	24	8.00%	66	22.00%	88	29.30%	122	40.70%
ch_19	49	16.30%	64	21.30%	113	37.70%	74	24.70%
ch_16	54	18.00%	109	36.30%	80	26.70%	57	19.00%
inno_20	2	0.7%	11	3.7%	26	8.70%	261	87.0%
inno_23	9	3.0%	17	5.7%	44	14.70%	230	76.7%
inno_24	8	2.7%	20	6.7%	54	18.00%	218	72.7%
inno_28	20	6.7%	31	10.3%	37	12.30%	212	70.7%
inno_30	8	2.7%	25	8.3%	62	20.70%	205	68.3%
inno_31	10	3.3%	39	13.0%	82	27.30%	169	56.3%
inno_22	12	4.0%	60	20.0%	70	23.30%	158	52.7%
inno_21	15	5.0%	47	15.7%	96	32.00%	142	47.3%
inno_29	33	11.0%	69	23.0%	65	21.70%	133	44.3%
inno_26	18	6.0%	49	16.3%	105	35.00%	128	42.7%
inno_27	23	7.7%	79	26.3%	104	34.70%	94	31.3%
inno_25	21	7.0%	66	22.0%	132	44.00%	81	27.0%
ro_41	8	2.7%	17	5.7%	56	18.7%	219	73.0%
ro_42	6	2.0%	19	6.3%	68	22.7%	207	69.0%
ro_37	6	2.0%	23	7.7%	83	27.7%	188	62.7%
ro_36	6	2.0%	31	10.3%	80	26.7%	183	61.0%
ro_34	19	6.3%	39	13.0%	90	30.0%	152	50.7%
ro_40	14	4.7%	44	14.7%	98	32.7%	144	48.0%
ro_33	20	6.7%	61	20.3%	82	27.3%	137	45.7%
ro_39	17	5.7%	59	19.7%	100	33.3%	124	41.3%
ro_32	23	7.7%	57	19.0%	103	34.3%	117	39.0%
ro_38	59	19.7%	67	22.3%	110	36.7%	64	21.3%
ro_43	32	10.7%	78	26.0%	129	43.0%	61	20.3%
ro_35	74	24.7%	100	33.3%	78	26.0%	48	16.0%
comp_52	9	3.0%	13	4.3%	49	16.3%	229	76.3%
comp_53	8	2.7%	18	6.0%	54	18.0%	220	73.3%
comp_48	4	1.3%	19	6.3%	83	27.7%	194	64.7%
comp_47	10	3.3%	33	11.0%	72	24.0%	185	61.7%
comp_44	7	2.3%	30	10.0%	79	26.3%	184	61.3%
comp_46	18	6.0%	29	9.7%	97	32.3%	156	52.0%
comp_51	12	4.0%	50	16.7%	83	27.7%	155	51.7%
comp_45	18	6.0%	44	14.7%	109	36.3%	129	43.0%
comp_50	9	3.0%	53	17.7%	115	38.3%	123	41.0%
comp_49	49	16.3%	83	27.7%	102	34.0%	66	22.0%

APÉNDICE 10

Matriz de correlación

Cuadro 5. Matriz de correlación.