



CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

TEMA

**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU APORTE AL DESARROLLO
ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA ASOAGAC DE LA PARROQUIA
ABDÓN CALDERON DE PORTOVIEJO”**

AUTORES

**DAMARIS MELISSA CEDENO SOLÓRZANO
JULEYSY NICOLE VERA MANRIQUE**

TUTORA

**ING. MERCEDES INTRIAGO
PORTOVIEJO, MANABÍ, ECUADOR, 2018**

CERTIFICACIÓN

Yo Ing. Mercedes Intriago, Docente de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales certifico:

Que el trabajo de titulación denominado **“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU APOORTE AL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA ASOAGAC DE LA PARROQUIA ABDÓN CLDERÓN”** realizada por las egresadas Cedeño Solórzano Damaris Melissa y Vera Manrique Juleysy Nicole fue desarrollado y concluido en su totalidad bajo mi dirección, habiendo cumplido con todas las disposiciones reglamentarias para el efecto.

Certifico en honor a la verdad para que las interesadas puedan hacer el uso que bien tuviese.

Atentamente,

.....
Ing. Mercedes Intriago
TUTORA DE TESIS

**UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE
PORTOVIEJO
CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

CERTIFICACIÓN DE LA CONCLUSIÓN DEL TRABAJO

**TEMA: “LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU APORTE AL
DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRES ASOAGAC DE LA
PARROQUIA ABDÓN CLDERÓN”**

Sometido a consideración de los miembros del Tribunal de revisión y evaluación de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, previo a la obtención del título de:

Ingenieras en Finanzas y Relaciones Comerciales.

| | |
|--------------------------------|--|
| Coordinador de Carrera | Econ. Alex Ramos Mendoza |
| Tutor de trabajo de titulación | Ing. Mercedes Intrigo Cedeño |
| Miembros del Tribunal | |
| Examinador | Econ. Julio Silva Ruiz |
| | Econ. Francisco Verduga Vélez |

DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DEL AUTOR

La originalidad, los argumentos expuestos, resultados y conclusiones presentadas en esta tesis pertenecen únicamente a sus autoras.

Cedeño Solórzano Damaris Melissa

Vera Manrique Juleysy Nicole

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por darme la inteligencia y fuerzas necesarias para culminar con éxitos mi carrera profesional.

A mi madre Gladys por ser ese pilar fundamental, por su apoyo, cariño y sobre todo las fuerzas necesarias para llegar a la meta.

A mi papa Oscar; por haberme brindado su apoyo, cariño para culminar esta etapa de mi vida como es ser una Ingeniera, mis hijos Fiorella, Thiago y Matías que son esa motivación que tuve a diario para salir adelante y a mi esposo Diego por tener esa paciencia y comprensión ante el trabajo realizado.

También dedico este trabajo a mi compañera, amiga y colega Juleysy Vera que juntas pudimos terminar este gran trabajo.

A ellos dedico el esfuerzo y constancia del poder realizarme como persona.

Damaris Melissa Cedeño Solórzano.

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de venir a este mundo, dándome las fuerzas e inteligencia necesaria para emprender el camino que me trajo hasta aquí para formarme profesionalmente.

A mis padres Sofía Manrique y Manuel Vera; por ser ese pilar fundamental, por demostrarme con sus propias vivencias que el único obstáculo para lograr nuestros sueños, somos nosotros mismos, gracias por su apoyo porque nunca dejaron de creer en mí.

A mi tío Carlos Manrique; por haberme brindado su apoyo, en los primeros semestres, sin él hubiera sido imposible estar donde hoy estoy alcanzando mi meta de ser Ingeniera, mis hermanos Steven y Natasha que son esa motivación que tuve a diario para salir adelante y a mi hijo que en estos tres meses dentro de mi vientre fue mi impulso para terminar el desarrollo de este proyecto.

También dedico este trabajo a mi amiga, compañera y colega que juntas pudimos terminar este gran trabajo.

A nuestra tutora Ing. Mercedes Intriago; por brindarnos sus conocimientos y guiarnos en este proceso, siendo el apoyo que nosotras necesitábamos.

A ellos dedico el esfuerzo y constancia del poder realizarme como persona y ahora como profesional.

Juleysy Nicole Vera Manrique.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo, entidad educativa con muchos atributos, por acogernos dentro de su institución y especialmente carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales por brindarnos la oportunidad de convertirnos en ingenieras.

Al grupo de docentes, que con sus enseñanzas y entusiasmo depositaron en nosotras todos sus conocimientos.

A la Ing. Mercedes Intriago por la paciencia, conocimientos y sobre todo comprensión que tuvo lo largo de este camino con nosotras.

Agradecemos a todas aquellas personas que nos brindaron su apoyo dentro de la ejecución de nuestro trabajo de titulación para poder finalizar con éxitos esta meta.

Las autoras.

RESUMEN EJECUTIVO

“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU APORTE AL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA ASOAGAC DE L PARROQUIA ABDÓN CALDERON DE PORTOVIEJO”

Damaris Melissa Cedeño Solórzano

Juleysy Nicole Vera Manrique

Para un óptimo desarrollo empresarial, es fundamental contar con una administración acorde a la innovación y a las necesidades de la empresa. Centro de Acopio Asoagac es una empresa manabita con cinco años al servicio de la comunidad, iniciando su actividad comercial en la ciudad Abdón Calderón, con una gran gama de productos. Actualmente Centro de Acopio Asoagac se encuentra, en la comunidad Juan Dama a unos 300 metros de la vía principal Eloy Alfaro, brindando un mejor servicio. Pese a innovar su maquinaria y ser únicos en el mercado del maní, en contar con ese tipo de innovación no han podido incrementar sus ventas, la empresa aún mantiene una administración deficiente, ya que no cuentan con una persona de planta que administre el lugar, lo que no les permite tener un desarrollo administrativo acorde al crecimiento de sus ventas. La inexistencia de un manual de procesos, limita su productividad y eficiencia comercial, ya que los empleados se encuentran desorientados en cuanto a los distintos procesos que se realizan dentro de la empresa.

Palabras claves: administración, procesos administrativos, manual de procesos, eficiencia comercial, productividad.

ABSTRACT**“THE ADMINISTRATIVE MANAGEMENT AND ITS
CONTRIBUTION TO THE ORGANIZATIONAL
DEVELOPMENT OF THE COMPANY ASOAGAC OF THE
PARADOX ABDÓN CALDERON DE PORTOVIEJO”****Damaris Melissa Cedeño Solórzano****Juleysy Nicole Vera Manrique**

For an optimal business development, it is essential to have an administration in line with the innovation and the needs of the company. Collection Center Asoagac is a Manabí company with five years of service to the community, starting its commercial activity in the city Abdón Calderón, with a wide range of products. Currently Asoagac Collection Center is located in the Juan Dama community about 300 meters from the main road Eloy Alfaro, providing a better service. Despite innovating their machinery and being unique in the peanut market, in having that type of innovation they have not been able to increase their sales, the company still has a poor administration, since they do not have a person of plant that manages the place, what does not allow them to have an administrative development according to the growth of their sales. The lack of a process manual limits its productivity and commercial efficiency, since employees are disoriented in terms of the different processes that are carried out within the company.

Keywords: administration, administrative processes, process manual, commercial efficiency, productivity.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-------------|
| <u>CERTIFICACIÓN</u> | <u>I</u> |
| <u>CERTIFICACIÓN DE LA CONCLUSIÓN DEL TRABAJO</u> | <u>II</u> |
| <u>DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DEL AUTOR</u> | <u>III</u> |
| <u>DEDICATORIA</u> | <u>I</u> |
| <u>AGRADECIMIENTO</u> | <u>VI</u> |
| <u>RESUMEN EJECUTIVO</u> | <u>VII</u> |
| <u>ABSTRACT</u> | <u>VIII</u> |
| <u>ÍNDICE GENERAL</u> | <u>IX</u> |
| <u>ÍNDICE DE TABLAS</u> | <u>XIII</u> |
| <u>INTRODUCCIÓN</u> | <u>1</u> |
| <u>CAPÍTULO I</u> | <u>2</u> |
| <u>1. ASPECTOS GENERALES</u> | <u>2</u> |
| 1.1. TEMA | 2 |
| 1.2. PROBLEMÁTICA | 2 |
| 1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.3.2. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA SOCIAL DEL PROBLEMA. | 5 |
| 1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA | 6 |
| 1.5. OBJETIVOS | 7 |
| 1.5.1. OBJETIVO GENERAL | 7 |
| 1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 7 |
| 1.6. JUSTIFICACIÓN | 8 |
| <u>CAPÍTULO II</u> | <u>9</u> |
| <u>2. MARCO TEÓRICO</u> | <u>9</u> |
| 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS | 9 |

| | | |
|--------|-------------------------------------|----|
| 2.2. | FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 17 |
| 2.3. | MARCO CONCEPTUAL | 19 |
| 2.4. | FUNDAMENTACIÓN LEGAL | 20 |
| 2.5. | HIPÓTESIS | 21 |
| 2.5.1. | HIPÓTESIS LÓGICA | 21 |
| 2.5.2. | HIPÓTESIS NULA | 21 |
| 2.5.3. | HIPÓTESIS ESTADÍSTICA | 22 |
| 2.6. | IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES | 22 |
| 2.6.1. | VARIABLE INDEPENDIENTE | 22 |
| 2.6.2. | VARIABLE DEPENDIENTE | 22 |
| 2.7. | OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES | 22 |
| 2.7.1. | VARIABLE INDEPENDIENTE | 23 |
| 2.7.2. | VARIABLE DEPENDIENTE | 24 |

CAPÍTULO III 25

3. METODOLOGÍA 25

| | | |
|----------|---|----|
| 3.1. | TIPOS DE INVESTIGACIÓN | 25 |
| 3.2. | MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN | 26 |
| 3.3. | MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN | 27 |
| 3.3.1. | MÉTODOS | 27 |
| 3.3.2. | TÉCNICAS | 28 |
| 3.4. | POBLACIÓN Y MUESTRA | 28 |
| 3.4.1. | POBLACIÓN | 28 |
| 3.4.2. | MUESTRAS | 29 |
| 3.4.2.1. | Tipo de Muestra | 29 |
| 3.4.2.2. | Tamaño de la Muestra | 29 |
| 3.5. | RECURSOS | 29 |
| 3.5.1. | RECURSOS HUMANOS | 29 |
| 3.5.2. | MATERIALES | 30 |
| 3.5.3. | TECNOLÓGICOS | 30 |
| 3.5.4. | ECONÓMICOS | 30 |
| 3.6. | FUENTES Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN | 31 |
| 3.7. | PRESUPUESTOS DE GASTOS | 31 |
| 3.8. | CRONOGRAMA | 32 |

CAPÍTULO IV 34

4. PROCESOS ADMINISTRATIVOS 34

| | | |
|--------|--------------------|----|
| 4.1.1 | DESARROLLO | 35 |
| 4.1.2. | CRECIMIENTO | 38 |
| 4.1.3. | MANUAL DE PROCESOS | 40 |
| 4.1.4. | INNOVACION | 42 |
| 4.2. | CAPACITACIÓN | 44 |

| | |
|---|----|
| 4.2.1. FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES | 46 |
| 4.2.2. ENTRENAMIENTO | 46 |
| 4.2.3. APRENDIZAJE | 47 |
| 4.2.4. FORMACIÓN | 47 |
| 4.3. MERCADO | 48 |
| 4.3.1. OFERTA | 49 |
| 4.3.2. DEMANDA | 51 |
| 4.3.3. COMPETENCIA | 54 |
| 4.3.4. PRECIO | 56 |

CAPÍTULO V 58

5. ADMINISTRACIÓN 58

| | |
|------------------------------------|----|
| 5.1. ADMINISTRACIÓN | 58 |
| 5.1.1. PLANIFICACIÓN | 60 |
| 5.1.2. ORGANIZACIÓN | 61 |
| 5.1.3. DIRECCIÓN | 63 |
| 5.1.4. CONTROL | 65 |
| 5.2. PRODUCCIÓN | 66 |
| 5.2.1. PRODUCTO | 67 |
| 5.2.2. PROCESOS DE PRODUCCIÓN | 68 |
| 5.2.3. CALIDAD | 69 |
| 5.2.4. TEGNOLOGÍA | 70 |
| 5.3. VENTAS | 72 |
| 5.3.1. VENTAS DIRECTA | 73 |
| 5.3.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN | 74 |
| 5.3.3. VENTAS INDIRECTAS | 75 |
| 5.3.4. VENTAS AL POR MAYOR Y MENOR | 75 |

CONCLUSIONES 77

CAPÍTULO VI 79

6. PROPUESTA 79

| | |
|-----------------------------|----|
| 6.1. IDENTIFICACIÓN | 79 |
| 6.2. JUSTIFICACIÓN | 79 |
| 6.3. OBJETIVOS | 79 |
| 6.3.1. OBJETIVO GENERAL | 79 |
| 6.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS | 80 |
| 6.4. BENEFICIARIOS | 80 |
| 6.4.1. DIRECTOS | 80 |

| | |
|--|------------|
| 6.4.2. INDIRECTOS | 80 |
| 6.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA | 81 |
| 6.6. METODOLOGÍA | 101 |
| 6.7. SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD. | 101 |
| 6.8. CRONOGRAMA | 102 |
| 6.9. PRESUPUESTO | 103 |
| BIBLIOGRAFÍA | 104 |
| ANEXOS | 107 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1: Cobertura y Localización de la Empresa Asoagac | 35 |
| Tabla 2: Lista de Beneficios con el Desarrollo de Asoagac | 37 |
| Tabla 3 Límites de la parroquia donde se encuentra la sede de Asoagac | 40 |
| Tabla 4 Ventajas del Manual de Procedimientos | 41 |
| Tabla 5 Maquinaria Existente en la Empresa | 44 |
| Tabla 6 Talleres en Fortalecimiento socioranzativo y/o empresarial | 45 |
| Tabla 7 Composición Nutricional del Maní que Oferta Asoagac | 51 |
| Tabla 8 Oferta, consumo per cápita y demanda potencial de maní por provincias | 52 |
| Tabla 9 Nombres de las marcas de la Competencia de Asoagac | 56 |
| Tabla 10 Precio de los Principales Productos que ofrece Asoagac | 57 |
| Tabla 11 Funciones del Administrador | 59 |
| Tabla 12 Puntos clave con los que cuenta la Organización Asoagac | 63 |
| Tabla 13 Principales Productos que elabora Asoagac | 68 |
| Tabla 14 Características del Patio Móvil | 72 |
| Tabla 15 Simbología del Flujo grama | 86 |
| Tabla 16 Proceso de Adquisiciones | 88 |
| Tabla 17 Proceso de Cancelación de Facturas de Crédito a Proveedores | 90 |
| Tabla 18 Proceso de Ventas | 92 |
| Tabla 19 Proceso de Inventario | 94 |
| Tabla 20 Proceso de Producción (maní tostado y pasta de maní) | 96 |
| Tabla 21 Proceso de Producción (salprietá) | 98 |
| Tabla 22: Proceso de Producción (maní garrapiñado) | 100 |

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación se inicia con el capítulo uno, donde se detalla el planteamiento del problema, indicando el tema y los objetivos a tratar.

En el capítulo dos, se abarca información acerca de la problemática a nivel mundial, nacional hasta llegar a nuestro entorno, se resaltan las palabras claves más importantes y bajo qué normas legales está regulada la presente investigación.

En el capítulo tres se realiza un análisis de las diferentes modalidades, métodos y técnicas de investigación, las fuentes de procesamiento que fueron utilizadas, el costo de elaboración del proyecto y el cronograma de duración.

En el capítulo cuatro y cinco, se analizan los conceptos de cada categoría con su respectivo indicador y el resultado de las entrevistas que se realizaron en el Centro de Acopio Asoagac y al experto en el tema.

Finalmente, en el capítulo seis se presenta la propuesta donde se empieza a desarrollar el manual de procesos, para una adecuada gestión comercial del Centro de Acopio Asoagac.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 TEMA:

La gestión administrativa y su aporte al desarrollo organizacional de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Caderón.

1.2 PROBLEMA:

Deficiencia en la gestión administrativa de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Caderón.

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Según Aman Maximiano, A (2009):“La administración como disciplina es relativamente nuevo, la historia del pensamiento administrativo es muy antigua ya que esta nace con el hombre pues en todos los tiempos ha habido la necesidad de coordinar actividades, tomar decisiones y ejecutar es por esto que en la administración antigua se encuentran muchos de los fundamentos administrativos de la era moderna.”

Según Anzola Rojas S. (2010): “La gestión administrativa es conseguir que se hagan las cosas con eficiencia y eficacia a través de otras personas y junto con ellas mediante el conjunto de valores y recursos que se emprenden para alcanzar las metas u objetivo de la empresa, en América Latina las PYMES no responden a un proceso

correcto de planeación, no poseen estructuras organizacionales definidas, el mando es centralizado y poseen escasos sistemas de control, adoptando herramientas y técnicas de administración de manera aislada lo que no les permite crecer y desarrollarse en un mercado altamente competitivo en un mundo moderno se busca mejorar las normas sociales y conseguir eficacia en las acciones de gobierno, por otra parte el éxito de las empresas depende de una gestión eficiente considerando así que toda empresa debe asumir con responsabilidad su gestión administrativa con una coordinación lógica, sobre el uso correcto de la misma recordando que esta gestión está compuesta por etapas que forman un proceso único y estructurado teniendo un conjunto de pasos a seguir para lograr un objetivo determinado.”

Ministerio de Agricultura señala que “Las pequeñas y medianas empresas dentro del tejido empresarial ecuatoriano forman parte del crecimiento económico, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría PYMES, cuyas actividades económicas están concentradas en el comercio y luego en los servicios. “

Ministerio de Agricultura señala que “En el Ecuador las pymes son consideradas objetivo estratégico para el crecimiento y desarrollo del país, siendo un componente de gran trascendencia para el logro de este objetivo las pymes en el Ecuador carecen de procedimientos formales de planteamiento estratégico del tipo prescripto por las escuelas tradicionales, así como tampoco disponen de proyecciones precisas acerca de las metas a alcanzar: falta de organización, mal manejo de los recursos humanos, falta de conocimiento de mercadotecnia, falta de técnicas para planear y controlar la producción, escasez de recursos contables y costos mal determinados, falta de conocimiento para analizar los estados financieros.”

Lo que indica que la gestión administrativa en las pymes del Ecuador tiene una deficiencia considerable y preocupante en la actualidad el principal reto al que se enfrenta el Ecuador y del cual depende la posibilidad de lograr el éxito, es la generación de una capacidad empresarial que le permita operar en formas eficiente y

eficaz para poder cambiar de rumbo en forma ágil cuando las oportunidades y amenazas del entorno y las fortalezas y debilidades internas así lo ameriten.

La gestión administrativa es uno de los factores más importantes al momento de montar un negocio, debido que de la misma dependerá el éxito de la empresa, lo que en Manabí es muy difícil de encontrar ya que, los negocios que se emprenden, y los que ya están establecidos no cuentan con una administración adecuada, y el tema que más preocupa según el Ministerio de Agricultura es que “El 95% de las Pymes que existen en Manabí no cuentan con un proceso de administración y el otro 5 % cuenta con esta Gestión pero de manera errónea”.

Por lo que es necesario que se comience un proceso de capacitación a las empresas existentes y a las que están en proceso de creación, sobre la gestión administrativa para lograr que nuestras pymes empiecen hacer competitivas no solo en Manabí y en el Ecuador, sino que con esto se abran paso a la competencia Internacional.

En el centro de Acopio Asoagac también existe un serio problema con la gestión administrativa de la empresa, ya que no cuenta con una persona de planta que ejerza este cargo por lo que los empleados están totalmente desorientados y sin ningún tipo de control en las diferentes actividades que realizan, Asoagac cuenta con treinta socios de los cuales cinco son los que asumen dicho cargo intercambiando dicho rol cuando es necesario y uno de ellos está a disposición.

Aunque el Centro de Acopio Asoagac cuenta con un proyecto que fue creado con la finalidad de darle solución a los problemas antes mencionados, es poco lo que se ha podido lograr ya que dicho proyecto no cuenta con un antecedente real de los problemas que presenta Asoagac, por lo que las soluciones brindadas en el mismo no son un aporte positivo para la empresa.

1.3.2 CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA.

La administración es un fenómeno universal en el mundo moderno cada organización, empresa requiere toma de decisiones, el producto de su momento y su contexto histórico y social, por tanto la evolución de la misma se entiende en términos de cómo han resuelto las personas las cuestiones de sus relaciones en momentos concretos de la historia, a pesar de que la administración como disciplina es relativamente nueva su desarrollo fue muy rápido.

El origen del problema de Asoagac radica en la carencia de procesos administrativos que describan las funciones que cada uno de sus colaboradores deben realizar, esto repercute en una deficiente gestión administrativa, debido a la falta de planificación que permita establecer los niveles de producción necesarios para lograr el desarrollo de las ventas. La falta de sistemas de control sobre los procesos operativos de la empresa, limita identificar los procesos inadecuados que podrían estar ejecutando y por ende el desperdicio de recursos; carece de reglamento interno, lo que significa que su administración es tradicional y no cumple con lo que demanda en la actualidad una empresa; toda esta serie de limitaciones provoca inseguridad de los socios al no estar de acuerdo con los resultados que presenta el Centro de Acopio, lo que en el mediano y largo plazo puede presentar resultados pocos satisfactorios.

La empresa Asoagac cuenta que tecnología moderna y equipamiento totalmente nuevo, una materia prima de primera y con un diseño moderno de empaquetamiento, pese a todo esto Asoagac no ha alcanzado el desarrollo esperado, apenas dispone de seis empleados que se encargan de las múltiples actividades que la empresa debe desarrollar por lo que el desempeño de cada uno de ellos no es el óptimo deseado, debido a la falta de conocimientos sobre cada actividad a desarrollar, pero todo esto se debe a que los administradores no tienen una correcta gestión administrativa, logrando que la empresa quede estancada y no pueda mejorar su desempeño.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

Campo: Administrativo.

Área: Gestión Administrativa.

Aspecto: Desarrollo Organizacional.

Problema: Deficiencia en la gestión administrativa de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Caderón.

Tema: La gestión administrativa y su aporte al desarrollo organizacional de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Caderón.

Delimitación Espacial: La presente investigación será desarrollada en la empresa Asoagac ubicada en la parroquia Abdón Calderón de la ciudad de Portoviejo.

Delimitación Temporal: La investigación se efectuará en el periodo marzo-agosto del 2018.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 OBJETIVO GENERAL.

- ✓ Analizar el aporte de la gestión administrativa y su incidencia en el desarrollo organizacional.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✓ Determinar la innovación vinculando a la administración de la organización.
- ✓ Analizar el nivel de capacitación y su aporte al nivel de producción.
- ✓ Definir el mercado para el desarrollo de las ventas.
- ✓ Definir una propuesta para mejorar la situación problemática de la empresa Asoagac.

1.5 JUSTIFICACIÓN.

El tema a investigar gira en torno a la empresa Asoagac en la parroquia rural Abdón Calderón del cantón Portoviejo con el fin de analizar la repercusión en la situación administrativa que ha mantenido la empresa durante todo su tiempo de funcionamiento, y como esta han llegado a desarrollar nuevas estrategias para mejorar sus procesos y así dar mayor asistencia a sus empleados.

Durante el desarrollo de la investigación se pretende realizar un análisis sobre los problemas que actualmente enfrenta la empresa ya que su desarrollo no ha sido el esperado pese a que cuenta con equipos de primera y materia prima óptima en este último año no ha aumentado como se esperaba la demanda de sus productos debido a la falta de capacitación a sus empleados lo que repercute en el mal manejo de maquinaria y sobre todo en la parte de procesos administrativos.

Asoagac a pesar de tener dos años de constitución legal, no ha recibido ningún tipo de asesoramiento administrativo por lo cual esta investigación pretende ser un aporte a la organización para encaminar su gestión administrativa a un buen desarrollo organizacional de la empresa.

Los resultados de esta investigación contribuirán a los productores, socios y empleados, a su vez podrá ser un material de apoyo para futuros investigadores de la gestión administrativa y su aporte en el desarrollo organizacional.

Finalmente, esto permitirá que la organización pueda contar con un manual de procesos como una guía sustancial para su desarrollo y lograr una capacitación no solamente de los empleados si no de los diversos socios con los que cuenta Asoagac, puesto que solo así tomaran decisiones acertadas para el desarrollo de la empresa.

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes de la Investigación.

En la universidad Autónoma de Nicaragua- Managua se investigó “ Proceso Administrativo y Gestión Empresarial en Coproabas , JINOTEGA”, en el año 2015, por Silvia Elena Flores Orozco, en el cual se determinó que el proceso administrativo es una actividad compuesta por etapas que forman un proceso único y estructurado para lograr un objetivo, logrando así la planeación de escenarios futuros y del rumbo hacia donde se dirige la empresa de esta manera se logrará organizar en el diseño y determinación de la estructura, procesos funciones y responsabilidades, es decir toda empresa debe de asumir con la responsabilidad de establecer una dirección lógica sobre el uso correcto de estos procesos ya que de estos realmente depende el avance de la empresa, en vista de llevar en cuenta las posibles metas futuras, estableciendo un buen plan de manejo sobre llevar en rieles los objetivos, su misión y visión.

“La administración comprende diversos elementos para su ejecución es necesario establecer procedimientos mediante los cuales se puedan generar soluciones claras a problemas determinados dentro de todo proceso los patrones establecidos siguen una serie de normativas y controles que permiten regular sus acciones, la tarea actual de la administración es interpretar los objetivos propuestos por la organización e incorporar nuevas herramientas administrativas que le permitan hacer uso efectivo de los recursos propios o asignados todo en virtud de hacer más eficaz el proceso administrativo en cualquiera de sus fases”. (Oroszco, 2015, pág. 48).

Universidad de Cartagena, en la ciudad de Cartagena se investigó “ Diseño de un plan de mejoramiento administrativo para los departamentos de compra logística y recursos humanos, de la empresa Buzca S.A en la ciudad de Cartagena” en el año 2015 por Susan De la Rosa Y Anderson Arregoces estableciendo que “La planeación es la

primera etapa del ciclo administrativo que consiste en determinar una secuencia lógica de trabajo, que dé respuesta al que, como, cuando y donde del accionar de una organización de esta manera se hace necesaria la evaluación de este proceso en los departamentos de compra, logística y recursos humanos a fin de proporcionar el desarrollo gerencial y administrativo de la empresa, buscando reducir al máximo riesgos y aprovechar de manera sustancial los recursos y tiempos de la misma”

Es necesario también determinar que medios y medias utilizar para lograr lo que se desea y de esto se encarga la etapa de organización, disponer y destinar el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización en una forma tal que pueda lograr los objetivos de manera eficiente dentro de esta etapa se cuenta con elementos básicos como lo son: estructura, sistematización, agrupación y jerarquía.

La dirección que es el tercer elemento del proceso administrativo consiste en establecer una estructura formal de la institución vigilando además la administración de acuerdo con las proyecciones establecidas por los niveles de autoridad, en cambio el control es una etapa primordial en la administración pues aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cual es la situación real de la organización si no existe un mecanismo que cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. (Susan de la Rosa, 2015, pág. 52).

En la Universidad de Sonora – sede sonora, de la ciudad de México, se investigó “Desarrollo Organización y Recursos Humanos: visión retrospectiva” en el año 2015, por Eusebio Arturo Contreras; en el cual se determinó que el desarrollo organizacional a mediados de las décadas de los 60 comienza a tomar académico y profesional. Este desarrollo organizacional tiene como resultado un clima laboral más apropiado y un mejoramiento en la efectividad de la organización. El proceso del desarrollo organizacional sugiere la necesidad de ciertas clases de entrenamiento a los gerentes, supervisores y equipos en todo el nivel, lo cual con lleva a que sea necesario

un entrenamiento de resolución de problemas en grupo, en participación efectiva del grupo y en el manejo de las juntas del equipo.

Una de las mejores ideas se torna en que se debería entrenar a varios miembros del personal de recursos humanos y al gerente en línea para que así se puede desempeñar como facilitadores del desarrollo organizacional con la ayuda de los colaboradores internos y externos. Entre más útiles sean los miembros de la organización más probabilidades van a tener en conseguir éxito.

Cuando al desarrollo organizacional lo respalda los recursos humanos este mantiene un mejoramiento de la organización, el cual consiste en el reconocimiento de los procesos individuales y del equipo de trabajo.

“El desarrollo organizacional se lo ha logrado calificar como evolutivo en sus inicios y no obstante todavía se encuentra en evolución, se dice que para que este se fortalezca se debe asignar un valor elevado al desempeño tanto individual como grupal. Una parte fundamental del desarrollo organizacional es que este deberá ser compatible en todos los aspectos tanto estructural como en los procesos gubernamentales democráticos que están establecidos en cualquier país del mundo. Es una alternativa adecuada para poder trabajar en grupo y así poder obtener un mejor rendimiento productivo”. (Contreras, 2015, pág. 56).

En la Universidad Militar Nueva Granada-sede Bogotá, en Colombia, se estableció que “el desarrollo organizacional, la cultura, la gestión del cambio, como herramientas fundamentales para asegurar la competitividad de las organizaciones”, en el año 2014, por Luz Yaneth Silva Pedraza; donde concluye que el desarrollo organizacional debe tener una visión muy acertada al momento de realizar sus estrategias, planes o acciones, que este les pueda permitir a la organización manejarse de forma correcta en todos los ámbitos donde se va a ingresar, el proceso de dicho desarrollo se establece como una acertada respuesta al cambio, lo cual es capaz de realizar estructuras de aprendizaje con el motivo de dar cambios a ciertas creencias,

valores o estructuras organizacionales, para que estas puedan acoplarse a las nuevas tecnologías, mercados o ciertos retos de los cambios en sí mismo. (Pedraza, 2014, pág. 42).

En la Universidad Nacional Autónoma de México, de México, se estudió el tema “El desarrollo Organizacional en las pequeñas empresas una propuesta de intervención interactiva” en el año 2013, por Mariano Antonio García Martínez; el cual llegó a la conclusión que “El desarrollo organizacional es una estrategia la cual conlleva a cambios tanto en valores como en actitudes y la estructura organizativa de las empresas lo que se lograría una transformación que les permita adaptarse a cambios que involucran nuevas tecnologías, mercados y retos. Se debe tomar en cuenta que ciertas demandas que las organizaciones desean eliminar o mejorar son los problemas de crecimiento, identidad, satisfacción, desarrollo humano, revitalización y eficiencia organizacional”.

Sin embargo, el desarrollo organizacional es elemental para modificar aquellos comportamientos de las organizaciones, por lo cual el uso de los postulados en la solución a la problemática es de mucha necesidad. (Martínez, 2013, pág. 23).

En la Universidad del País Vasco, en España, se investigó “desarrollo organizacional de una cooperativa de trabajo asociado y la aplicación de sus estudiantes y docentes”, en el 2014, por Iker Ros Martínez La Hidalga ; donde manifiesta que “El desarrollo organizacional es una herramienta tanto teórica como práctica siempre y cuando este se haga bajo la dirección de desarrollo organizacional, este surge de una necesidad que poseen las empresas para poder afrontar ciertas situaciones que son muchas veces cambiantes para el entorno y acrecentar la efectividad organizacional, con la colaboración de todo el sistema”. (Lahidalga, 2014, pág. 36).

Universidad Politécnica Salesiana- sede Cuenca se investigó “ Propuesta de un Plan de Gestión Administrativa y operativa para el auto Mecánico”, en el año 2012, por Ruth Eulalia Gutiérrez Espinoza, señalando que “La gestión administrativa

mediante la planeación es uno de los factores más importantes ya que de esta dependerá el éxito que tenga la empresa, la planeación estratégica es importante para los administradores, pues les permite prepararse para hacer frente a los rápidos cambios del ambiente en que opera una organización, cuando el ritmo de vida era más lento, los gerentes actuaban suponiendo que el futuro iba a ser relativamente igual al pasado, podrían establecer planes y objetivos simplemente recurriendo a la experiencia pero hoy los acontecimientos suceden con demasiada rapidez para que la experiencia sea siempre una guía total confiable”.

Es importante para la empresa medir el cumplimiento de las etapas establecidas para cada una de sus actividades, con el fin de proponer las correcciones necesarias al presentarse cualquier tipo de desviación que afecte al logro de sus objetivos, esto deja evidenciar que el proceso administrativo se está controlando. (Espinoza, 2012, pág. 74).

Universidad Estatal de Milagro se investigó “ Análisis del Proceso Administrativo y su Incidencia en la Operatividad de la Empresa Mercredi S.A”, en el año 2013, por Digna Beatriz López Vega, en el cual se determinó “Ninguna empresa puede durar mucho tiempo si no utiliza una administración efectiva debido al aporte de Henry Fayol, en la actualidad podemos entender que la administración aplicada como una serie de etapas y elementos, facilita a todas las clases de empresas que aplican esta ciencia, la consecución de sus objetivos empresariales, siendo la base de la teoría normas y estándares de la actualidad como las normas ISO y demás modelos administrativos similares, el proceso administrativo expuesto y explicado por Henry Fayol ha sido hasta el día de hoy y la base fundamental del conjunto de conocimientos sobre la administración y las normas relacionadas con esta”. (Lopez, 2013, pág. 54).

Las empresas deben tener claro el perfil de un administrador sabiendo que el mismo es la persona encargada de asignar recursos humanos, materiales, etc. Y dirige las operaciones de un departamento u organización entera, los administradores

representan solo una fracción de los empleados de las grandes empresas; la mayoría de los empleados realizan tareas no administrativas.

La responsabilidad de los administradores es intentar determinar y planear el medio más eficaz y eficiente de cumplir las metas de la organización, la administración como ciencia se basa en una serie de principios científicos comprobados, tiene como finalidad explicar el comportamiento de las organizaciones y tiende la creación de técnicas que permitan la obtención de objetivos en forma eficiente.

“La administración como técnica requiere de conocimientos específicos dirigidos a la actividad práctica, fundamentándose en los conocimientos que ofrecen las ciencias, como arte no es suficiente el conocimiento sino la forma y el momento de aplicarlas; un requisito de la administración es un objetivo sea este implícito o enunciado específicamente, este es un medio valioso para ejercer un impacto en la vida humana, para participar en la administración se requiere abandonar la tendencia a ejecutar todo por uno mismo y hacer que las tareas se cumplan mediante los esfuerzos de todos los miembros de grupo”. (Lopez, 2013, pág. 54).

En la universidad Técnica del Norte en la ciudad de Ibarra se investigó “Incidencia de la Gestión Administrativa del municipio de la ciudad de Ibarra”, en el año 2011, por Campos Escalada Segundo Fernando, donde se determinó que “En esta época se asientan bases al desarrollo de la administración como una verdadera ciencia ya que con los frutos de las necesidades de la época surgen teorías, principios y funciones administrativas, para la administración es muy importante el contar con los fundamentos teóricos que le brinda esta teoría, porque a partir de aquí los empleados de hoy en día tienen una base para perseguir la eficiencia de su organización teniendo en cuenta cual es la motivación que realmente necesita cada trabajador tomando en cuenta la función que cumple la empresa”. (Escalada, 2011, pág. 63).

“En este periodo se nacen las bases para el desarrollo de las ciencias administrativas, ya que con las necesidades de la época surgen teorías, principios,

procedimientos y funciones que aunque ya han sido superadas o modificadas de manera sustancial cumplieron a su tiempo la tarea de construir una sociedad económicamente mejor, normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna, la supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva, en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador existen cuatro elementos importantes que están relacionados con la gestión administrativa, sin ellos es imposible hablar de gestión administrativa, estos son: planeación, organización, recursos humanos, dirección y control”. (Escalada, 2011, pág. 63).

En la Universidad de Guayaquil, de Ecuador, se investigó “ análisis de implementación de desarrollo organizacional y su incidencia en el servicio al cliente de la microempresa artesanal mecánica industrial y automotriz “ en el año 2016, por Vásquez Gordillo Jenny Y Vásquez Gordillo Azucena ;en lo que se llevó acabo que “El desarrollo organizacional es un conjunto de estrategias que aplican las empresas para poder acrecentar las áreas de la empresa y poder tener el éxito total de aquellas, este desarrollo pretende dejar estructuras, procedimientos y comportamientos y así sustituirlas por aquellas que rindan una estabilidad y adaptación”. Este requiere de una visión global empresarial el cual enfoque varios temas incluidos los medios externos, directivos, personas, grupos fugaces, adaptación, evolución, renovación, etc. Estos son cambios que así fueran de cualquiera área se necesita un análisis de modificación de comportamientos o hábitos de estos”. (Vasquez Gordillo Jenny, 2016, pág. 24).

“El objetivo que tiene el desarrollo organizacional es el de optimizar el desempeño de la organización y este lo logra mediante el origen de un ambiente mejorado, funcional y de bienestar para el personal”. (Vasquez Gordillo Jenny, 2016, pág. 24).

En la Universidad Regional Autónoma de los Andes – Sede Santo Domingo, de Ecuador, se consideró el tema “ Plan estratégico y desarrollo organizacional en el

almacén la casa del radiador de santo domingo, 2014” en el año 2014, por Bertha Leonor Armijos Paño , la cual sostuvo que el “Desarrollo organizacional es aquella herramienta educativa que se enmarca en alcanzar un cambio planificado para el bienestar de la organización, se basa en pilares fundamentales como valores, actitudes, clima, cultura organizacional, la cual parte de la área de talento humano , la cual se direcciona hacia la estructura y tecnología con la que la empresa tiene o que requiere”. (Paño, 2014, pág. 61).

En la Universidad Regional Autónoma de los Andes – sede Santo Domingo, en Ecuador, se investigó “ modelo de gestión estrategia y desarrollo organizacional en la bodega chelita de la ciudad de Santo Domingo” en el año 2015, por Elvia Marcia Pallaco Oña ; la cual manifiesta que “El desarrollo organizacional es una restauración de la participación y desarrollo de las personas por medio de la educación y la ciencia del comportamiento , el cual trata del funcionamiento , desarrollo y efectividad de las organizaciones humanas”. El objetivo de aquel desarrollo es el de rehacer el comportamiento grupal de la empresa junto con los valores, normas, hábitos, visiones colectivas, costumbres y distintas formas de trabajar para poder obtener la competitividad de la empresa. (Oña, 2015, pág. 65).

En la Universidad Técnica de Manabí se investigó “ El proceso Administrativo del GAD Parroquial San Sebastián y su Incidencia en la Gestión Organizacional de la Institución”, en el año 2015, por Meza Muñoz Carlos Alfredo, donde se determinó que “Los elementos de la administración tomados en conjunto, constituyen el proceso administrativo y se encuentran en cualquier trabajo del administrador, en cualquier nivel jerárquico o en cualquier área de actividad de la empresa, en otros términos, tanto el director como el gerente, el jefe o el supervisor, cada uno en su nivel desempeña actividades de previsión como actividades administrativas esenciales, las funciones o procesos detallados no son independientes sino que están totalmente interrelacionadas, ya que toda empresa o negocio existe si obtiene beneficios, sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse, una empresa que no obtenga beneficios a pesar de la buena voluntad de sus gestores, tiene que gestionar perfectamente sus

recursos tantos disponibles como obtenibles para alcanzar aquellos tratando de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos”. (Muñoz, 2015, pág. 65).

“La dirección de la empresa debe ser consciente de la difícil situación que está atravesando el sector a causa de la crisis económica actual, hay que definir una estrategia y seguirla luego estará bien o mal pero debemos seguirla es importante tener en cuenta que la estrategia es la misma para toda la empresa la estrategia nos dice si está bien o mal lo que estamos haciendo otra cosa es que nos equivoquemos en la estrategia”. (Muñoz, 2015, pág. 65).

Universidad Estatal del Sur de Manabí se investigó “ La Auditoria de Gestión y su Incidencia en el Poder Administrativo” ,en el año 2016, por Danny Llerena Bazurto Valle, “donde se agrega que la administración es el logro de una empresa se mide en términos de sus resultados, del logro de sus objetivos, la administración consiste entonces en el conjunto de técnicas, habilidades y conocimientos que permitan anticipar los resultados que se deseen, fijar metas e implementar las actividades necesarias para alcanzarlas mediante la coordinación de los recursos que disponen, en efecto la eficiencia consiste en lograr la utilización más productiva de bienes materiales y de recursos humanos, financieras, tecnológicas, materiales y el tiempo”. (Vlle, 2016, pág. 72).

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

Fayol considera que la administración “Es una actividad común de todos los seres humanos, ya que se lleva a cabo en cualquiera los ámbitos en el que éste se encuentre, en empresas, gobiernos e incluso el hogar. Además, considera que la administración es un conjunto universal de funciones donde se incluye la planeación, organización, dirección, coordinación y control por lo que concibe a la organización como un todo”. (Bedoya, 2013, pág. 53).

Hitt Black Porter considera que la gestión administrativa “Es un proceso de estructuras y utilización de conjuntos de recursos que van encaminados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional”. (Porter, 2014 , pág. 61).

Sin embargo, para Calda María Eugenia, Reyes Herráez y Heras Antonio la gestión administrativa “Se encarga de que dicho proceso se haga de la manera más eficaz y eficiente posible, lo que ha de cumplir una serie de premisas”. (Maria Eugenia Caldas Blanco, 2015 , pág. 28).

Fernando de Faria Mello establece que “El desarrollo de las organizaciones ha sido recientemente objeto de consideraciones teóricas y tratamiento practico bajo la denominación de Desarrollo Organizacional o Desarrollo de la Organización, comúnmente conocida por la sigla D.O. El desarrollo organizacional se ha constituido en el instrumento por excelencia para el cambio en busca de lograr una mayor eficiencia organizacional; condición indispensable en el mundo actual, caracterizado por la intensa competencia nacional e internacional.” (Mello F. d., 2014, pág. 74).

Para Manuel Alfonso, “El desarrollo organizacional es el instrumento por excelencia para así poder lograr el cambio, que busca el logro de una mayor eficiencia organizacional, condición indispensable en el mundo actual, caracterizado por la intensa competencia en el ámbito nacional e internacional. Es así como el desarrollo organizacional busca lograr un cambio planeado de la organización conforme a las necesidades, exigencias o demandas de la organización misma.” (Castillón, 2013, pág. 62).

Alfredo Cipriano y Luna Gonzáles indican que “El desarrollo organizacional es el medio más utilizado por las organizaciones, que buscan una innovación constantemente dentro de un mundo globalizado, donde los niveles de competitividad son muy altos y de grades evoluciones”. (Alfredo Cipriano, 2014 , pág. 78).

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

ADMINISTRACIÓN. – “La Administración también llamada gerencia se considera como el agente de transformación por excelencia. Controla y supervisa a la empresa en la cual se interviene, analiza y valora el trabajo del deudor. Esta figura jurídica aparece en situaciones de concurso de acreedores con el objetivo de dirigir esta compleja situación de acuerdo a las disposiciones que establece la Ley Concursal”. (Ramírez, 2016, pág. 12).

SISTEMATIZACIÓN. – “Sistematización, término de la familia de palabras de sistema, está asociado a la idea de orden, organización y clasificación de distintos elementos bajo un parámetro determinado. La sistematización es aplicable a la ciencia, pero también a la vida cotidiana, e implica el establecimiento de un sistema u ordenamiento para lograr los mejores resultados factibles conforme al fin a alcanzar”. (Armedio, 2015, pág. 63).

RECURSO FINANCIERO. – “Es el dinero invertido en entidades financieras con el fin de obtener una renta al capital, es decir que es capital no invertido en actividad productiva, que generaría puestos de trabajo para muchas personas. El capital financiero está formado por la alta concentración de capitales industriales fusionados con la banca, que da origen a monopolios propios de países imperialistas”. (Ana Sainz, 2015, pág. 78).

RIESGO. – “Es la posibilidad de perder en una Inversión determinada. El riesgo suele asociarse a la Incertidumbre. El riesgo no necesariamente es malo, ya que en la medida que aumenta se logra un premio”. (Ramírez, 2016, pág. 83).

ORGANIZACIONAL.- “Se recurre al término 'organizacional' como adjetivo calificativo de cualquier tipo de elemento o situación relacionada con las organizaciones de diverso tipo. Es posible utilizar esta palabra en infinitas situaciones

o para numerosos fenómenos, pudiendo tales variar de una organización a la otra” (Martínez, 2013, pág. 100).

ESTRATEGIA. – “La estrategia es un conjunto de acciones planificadas, que son diseñadas para facilitar la toma de decisiones y orientadas a alcanzar un determinado resultado. Derivada del griego stratos que significa ejército, y agein (guía o conductor), el término nació en relación a la conducción de las operaciones militares”. (Jurado, 2015, pág. 23).

TÉCNICAS. – “Se trata de un conjunto de saberes prácticos o procedimiento relacionado casi siempre con la utilización de herramientas, que conduce a un mismo efecto empírico. La técnica tiene el sello personal de quien la emplea, sea en el campo de la ciencia, el arte, la educación, etc”. (Amat, 2015, pág. 112).

MERCADO. – “Es un término este que es empleado con gran frecuencia en la sociedad actual para referirse a todo aquel sitio público en el que, en los días establecidos, se procede a comprar o vender diversos productos”. (Wells, 2014, pág. 65).

ORGANIZACIÓN. – “Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas”. (Alfredo Cipriano, 2014, pág. 101).

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

En la presente investigación se basa en el código orgánico administrativo en lo que determina lo siguiente: Que, el ejercicio de la función administrativa exige coordinar acciones para el cumplimiento de los fines de las instituciones del Estado

sus organismos y dependencias para hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución de la República de acuerdo con el artículo 226.

2.5 HIPÓTESIS.

2.5.1 HIPÓTESIS LÓGICA.

La gestión administrativa aporta significativamente al desarrollo organizacional de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Calderón.

2.5.2 HIPÓTESIS NULA.

La gestión administrativa no aporta significativamente al desarrollo organizacional de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Calderón.

2.5.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA.

A= Variable Independiente.

B= Variable Dependiente.

H₀ = Nula

H₁ = Lógica

$$H_{0=A>B}$$

$$H_{1=AB}$$

2.6 SEÑALIZACIÓN DE LA VARIABLE.

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.

La gestión administrativa.

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE.

Desarrollo organizacional.

2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

| Conceptualización | Categorías | Indicadores | Ítems Básicos | Técnica O Informativo |
|---|--------------|---|--|---|
| Es uno de los factores más importantes ya que de esta dependerá el éxito que tenga la empresa | Procesos | Desarrollo Crecimiento Manual de procesos Innovación | ¿Cuáles son los procesos de innovación que usted ha empleado dentro de la empresa? | Entrevista al administrador de la empresa |
| | Capacitación | Fortalecimiento de las habilidades Entrenamiento Aprendizaje Formación | ¿Su personal recibe capacitación para poder mejorar su proceso de producción? | Entrevista al administrador de la empresa |
| | Mercado | Oferta Demanda Competencia Precio | ¿Cuáles son los problemas que hay que superar para lograr competitividad al mercado? | Entrevista al administrador de la empresa |

| Conceptualización | Categorías | Indicadores | Ítems Básicos | Técnica O Informativo |
|---|----------------|-------------------------|---|---|
| Es una estrategia la cual con lleva a cambios tanto en valores como actitudes | Administración | Planificación | ¿Cómo administrador de ASOAGAC, cuáles serían los procesos administrativos que desarrolla la empresa? | entrevista al administrador de la empresa |
| | | Organización | | |
| | | Control | | |
| | | Dirección | | |
| | Producción | Producto | ¿Considera que la capacitación y asistencia técnica ha permitido mejorar la producción de la empresa? | entrevista al administrador de la empresa |
| | | Procesos productivos | | |
| | | Calidad | | |
| | | Tecnología | | |
| | Ventas | Ventas directas | ¿Cree usted necesario conocer el mercado para el desarrollo de las ventas? | entrevista al administrador de la empresa |
| | | Canales de distribución | | |
| | | Ventas indirectas | | |
| | | Precio | | |

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

La investigación exploratoria ayudo a realizar un diagnóstico de la problemática de la situación de la gestión administrativa que presenta la empresa Asoagac en el Cantón Abdón Calderón, debido al mal manejo de la empresa y de esta forma encontrar soluciones que ayuden a mantener una estabilidad en el funcionamiento de la empresa.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

La investigación descriptiva permitió realizar una comparación del problema actual que presenta la empresa Asoagac frente a la competencia, se pudo observar que a niveles tanto internacional como nacional las empresas mantienen una buena gestión administrativa con estrategias sólidas y bien estructuradas.

INVESTIGACIÓN ANALÍTICA

La investigación analítica se basó en los resultados obtenidos en las encuestas realizadas al personal de la empresa Asoagac para así tener resultados más precisos, para saber las áreas que requieren fortalecimiento.

INVESTIGACIÓN SINTÉTICA

La investigación sintética permitió obtener la recolección de la información de fuentes internas y externas, para esta manera dar a conocer cuáles son las falencias que mantiene Asoagac y de esta manera encontrar soluciones para mejorar su administración y aumentar su rentabilidad.

INVESTIGACIÓN PROPOSITIVA

La investigación propositiva se obtuvo al momento que se conocieron cuáles eran las falencias presentadas en el interior de la empresa, donde se determinó que es necesario que la empresa de a sus empleados capacitaciones, elaboren un manual de procesos entre otras cosas para dar solución a la problemática existente.

3.2 MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN

MODALIDAD DE CAMPO

La presente investigación se obtuvo a través de un estudio de campo, el cual permitió contrastar la información que se obtuvo por medio de las entrevistas y encuestas a los socios y empleados de la empresa permitiendo así analizar los problemas de una manera más detallada.

MODALIDAD BIBLIOGRÁFICA

La investigación bibliográfica es aquella que permite obtener información contenida en documentos, a través de este método se pudo identificar, localizar y

acceder a toda aquella información necesaria para la investigación, que llevados a la realidad permitió realizar un análisis más profundo sobre la gestión administrativa actual de la empresa.

3.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS.

3.3.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación requiere del uso de métodos que lo conlleven al conocimiento para de esta manera llevar a cabo científicamente la investigación.

MÉTODO DEDUCTIVO

Este método consiste en sacar consecuencias de un principio o suposición es por ello que se aplicara a la investigación por ser aquel que parte de los datos generales para así deducir por medio del razonamiento, a principios particulares para luego aplicarlos y comprobar su validez en la investigación.

MÉTODO CUANTITATIVO

Permite medir de forma cuantitativa numerosos factores de los estudios realizados, es decir, a través de encuestas, investigar a un grupo de personas para conocer el estado actual de la empresa y el grado de satisfacción por parte de los clientes de la misma.

MÉTODO ESTADÍSTICO

Permite convertir los datos obtenidos de la investigación de campo, en gráficas estadísticas para de esta manera lograr un análisis más claro de la información.

3.3.2 TÉCNICAS

ENCUESTAS

Durante el estudio realizado se determinó utilizar las encuestas para la recopilación de datos, a través de la elaboración de preguntas cerradas, diseñadas y dirigidas al público a encuestar, conformado por el personal de la empresa, con el objetivo de conocer sus opiniones sobre determinados sucesos relacionados a la investigación.

ENTREVISTA.

Dentro de esta investigación se utilizó este tipo de técnica dirigida al Director de Asoagac para conocer más a fondo la situación actual de la empresa y así poder realizar los análisis respectivos.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

La población a considerar para la entrevista en el trabajo investigativo, está dirigida a los empleados de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Calderón la cual cuenta con un total de seis empleados.

3.4.2 MUESTRA

3.4.2.1 TIPO DE MUESTRA

Se consideraron los socios y empleados de la empresa Asoagac de la parroquia Abdón Calderón, dentro de los mismos se consideró al administrador, socios y el personal operativo que lo conforman 6 empleados dentro de la empresa.

3.4.2.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Considerando que el número de la población de empleados de Asoagac que se utilizara es pequeña se procederá a utilizar el 100% de esta.

3.5 RECURSOS

3.5.1 TALENTO HUMANO

Autores del trabajo de titulación

Tutora del trabajo de titulación

Empleados de la empresa Asoagac.

3.5.2 MATERIALES

Resmas de papel.

Calculadora

Esferos.

Cuadernos.

Otros.

3.5.3 TECNOLÓGICOS

Internet.

Laptop.

Impresora.

Pendrive.

3.5.4 ECONÓMICOS

Para el proceso de la investigación se asignó un monto de \$ 818.00

3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento de la información se utilizará Word que servirá para el desarrollo textual de la investigación, Excel para la elaboración de cuadros y tablas estadísticas, Power Point que permitirá realizar el diseño visual así desarrollar el propósito de la sustentación.

3.7 Presupuesto

Presupuestos de gastos.

| RUBRO | CANTIDAD | C/ UNITARIO | C/ TOTAL | FUENTES DE FINANCIACIÓN PROPIA | FUENTES DE FINANCIACIÓN INSTITUCIONES FINANCIERAS |
|-------------|--|----------------|-------------|--------------------------------------|--|
| INTERNET | 100 HORAS | \$1,00 | \$100,00 | \$100,00 | - |
| HOJAS A4 | 10 RESMAS | \$3,00 | \$30,00 | \$30,00 | - |
| IMPRESIONES | 1000 IMPRESIONES | \$0.10 | \$100,00 | \$100,00 | - |
| BOLIGRAFOS | 4 UNIDADES | \$0.50 | \$2,00 | \$2,00 | - |
| CUADERNOS | 2 UNIDADES | \$2,00 | \$4,00 | \$4,00 | - |
| TRANSPORTE | 3 VIAJES A LA SEMANA POR 6 MESES | \$6,00 | \$432,00 | \$432,00 | - |
| IMPREVISTOS | | | \$150,00 | \$150,00 | - |
| SUMA | | | \$818,00 | \$818,00 | - |

3.8 CRONOGRAMA

| ACTIVIDAD | TIEMPO ESTIMADO | FECHA DE INICIO/CULMINACIÓN |
|---------------------------------------|------------------------|------------------------------------|
| PREPARACION DEL TRABAJO DE TITULACION | 3 SEMANAS | MARZO 19 – ABRIL 6 |
| MARCO REFERENCIAL CAP.1 | 2 SEMANAS | ABRIL 9 – ABRIL 20 |
| MARCO TEORICO CAP.2 | 4 SEMANAS | ABRIL 23 – MAYO 11 |
| METODOLOGÍA CAP. 3 | 2 SEMANAS | MAYO 14 – MAYO 24 |
| ASESORIA PERSONALIZADA | 2 SEMANAS | MAYO 28 – JUNIO 8 |

| ACTIVIDAD | TIEMPO ESTIMADO | FECHA DE INICIO/CULMINACIÓN |
|---------------------------------------|------------------------|------------------------------------|
| DESARROLLO CAP. IV. | 4 SEMANAS | JUNIO 11 – JULIO 6 |
| DESARROLLO CAP.5. | 4 SEMANAS | JULIO 9 – AGOSTO 3 |
| DISEÑO DE PROPUESTA | 2 SEMANAS | AGOSTO 6 – AGOSTO 17 |
| CONTROL DE PLAGIO – REVISION LECTORES | 2 SEMANAS | AGOSTO 20 – AGO. 31 |
| CORRECCIONES Y ARREGLO DOCUMENTACIÓN | 2 SEMANAS | SEP. 3 – SEP. 14 |
| SUSTENTACIÓN | 1 SEMANA | SEP. 17 – SEP. 21 |

ENTREGA DEL TRABAJO 1 SEMANA SEPT.24 – SEPT. 28

FINAL EMPASTADO

IMPRESIÓN Y FIRMA DE

TITULOS

INCORPORACIÓN

VIERNES 28 DE SEPTIEMBRE / 2018

CAPITULO IV

4. PROCESOS

Las nociones de calidad y procesos están presentes desde principios de la historia, en la etapa preindustrial o época artesanal, el hombre demandaba hacer las cosas a cualquier costo, al procurar satisfacer con su trabajo su orgullo personal y al comprador, para el artesano el hecho de que su trabajo tuviera o no calidad dependía totalmente del cliente, la gestión de la calidad evoluciona a través de los años y unido a ello la gestión por procesos adquiere importancia para los empresarios y las organizaciones, es a principios del siglo XX, que empresarios estadounidenses entre los que se destacan Taylor y Ford, introducen conceptos de forma empírica que se relacionan con la incorporación de la gestión a las organizaciones, así surgen iniciativas destinadas a mejorar los procesos y los resultados de la fabricación de productos en serie.

“Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico, son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema”. (Tovar, 2017, pág. 112).

Según el Ing. Efrén Vélez administrador y representante legal de Asoagac los procesos administrativos sirven para mantener la asociación, él considera que en la provincia de Manabí no se tiene esa ideología de que se debe ser asociados, ya que de manera individual no se alcanzan objetivos, recomienda que se genere esta mentalidad en las empresas de la provincia, Asoagac si cuenta con diferentes tipos de procesos para cada área pero no se han hecho de una manera correcta por lo cual no ha proporcionado cambios en la empresa.

El Ing. Xavier Dueñas Espinoza experto en el tema considera, que lo primero que debe hacer una empresa de cualquier tipo, es establecer una planificación de carácter estratégico, es decir a largo plazo, la fase diagnóstica previa a la planificación le permitirá identificar sus potenciales ligadas a las oportunidades que le brinda su entorno para desarrollarse, es aquí donde encontrará su hoja de ruta para establecer sus procesos de innovación.

Los principales procesos de innovación de una empresa agrícola deben estar regidos por el incremento productivo unido a la mejora continua de la calidad de sus productos que le permita posicionarse en el mercado con marca propia, en Asoagac los procesos están plasmados solo en papel ya que no se cumplen como deberían esto se debe a que los mismos procesos no llevan el orden necesario.

Tabla N° 1

Cobertura y localización de la empresa Asoagac.

| Provincia | Manabí |
|-------------|----------------------------|
| Cantón | Portoviejo |
| Parroquia | Abdón Calderón |
| Coordenadas | 14M05733885M y UTM9886721M |
| Altura MSNM | 43 |

Fuente: Dirección de Fomento Productivo GPM - GAD Portoviejo.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

4.1.1. DESARROLLO

“La definición de desarrollo aparece en el mundo académico y profesional hacia el fin de los 60, donde se estableció que el desarrollo es un proceso planificado de cambio en una organización como un todo, que debe ser conducido por los directivos superiores con el fin de mejorar la efectividad y la salud de la organización, a través de intervenciones en los procesos organizacionales basadas en la ciencia del comportamiento”. (Marchant, 2013, pág. 53).

Precisamente este fervor por el desarrollo que manifiestan los que son exitosos, nos debería mover a reflexionar respecto de la necesidad de difundir esta concepción en las organizaciones de una economía en desarrollo como es la de nuestro país, conociendo que por una parte el desarrollo es una filosofía que promueve la efectividad en las organizaciones en un mundo crecientemente globalizado. (Marchant, 2013).

“El desarrollo es un proceso de cambios planeados en sistemas socio-técnicos abiertos, tendientes a aumentar la eficacia y salud de la organización para asegurar el crecimiento mutuo de la empresa y sus empleados, ahora bien debemos entender que el desarrollo no es una ciencia nueva, pues no se apoya predominantemente en descubrimientos o invenciones recientes, aunque se basa en muchas cosas que ya se encontraban en el caudal de las ciencias humanas, sociales y administrativas, logrando el fortalecimiento de aquellos procesos humanos dentro de las organizaciones que mejoran el funcionamiento del sistema orgánico para alcanzar sus objetivos”. (Mello F. A., 2014, pág. 90).

El desarrollo de la organización utiliza en principio el enfoque interdisciplinario, es decir conjuga elementos de varias ciencias que en forma conjunta y estructural, llevan el objetivo final lograr que los individuos cambien al unísono con las organizaciones o instituciones que ellos mismos han creado, especialmente cuando se está frente al peligro de que las organizaciones sean totalmente ajenas e incluso hostiles al hombre, así es como el desarrollo busca lograr un cambio planeado en la organización conforme en primer término a las necesidades, exigencias o demandas de la organización misma.

“Su área de acción fundamental es por tanto aquella que tiene relación con los recursos humanos de la institución ya que este es decisivo para el éxito o fracaso de cualquier organización, como consecuencia el manejo es clave para el éxito empresarial y organizacional en general, comenzando por adecuar la estructura de la organización, siguiendo por una eficiente conducción de los grupos de trabajo y

desarrollando relaciones humanas que permitan prevenir los conflictos y resolverlos rápida y oportunamente cuando se tenga indicios de su eclosión”. (Castrillón, 2015, pág. 65).

El desarrollo empresarial ha asumido hoy día un significado especial, puesto que es una llave para el desarrollo económico dentro de una organización es de vital importancia ya que conlleva no solamente a las empresas si no al ser humano a ir innovando sus capacidades e ir descubriendo habilidades que en muchas ocasiones no tienen conocimiento de que las poseen, una empresa que no está en un desarrollo constante es una empresa que fracasará ya que el mundo es cambiante y nos obliga a cambiar con él , caso contrario nos quedaremos estancados ya que debemos recordar que estamos en un mercado altamente competitivo.

En Asoagac han comprendido que el desarrollo es vital no solo en la parte económica, sino también en la humanística que labora con ellos ya que dichos empleados deben estar en un constante desarrollo para que la empresa crezca.

Tabla N° 2

Lista de beneficiarios con el desarrollo de Asoagac.

| Beneficiarios | Cantidad |
|----------------------|----------------------------|
| Directos | 70 familias (350 personas) |
| Indirectos | 600 personas |
| Total | 950 personas |

Fuente: Dirección de Fomento Productivo GPM - GAD Portoviejo

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

4.1.2 Crecimiento

“Tras el pasajero impacto de la reingeniería y la reestructuración de empresas, el crecimiento se ha convertido en una nueva fórmula estratégica para generar beneficios y aumentar el valor de la empresa, el desarrollo se produce introduciéndose en nuevos mercados o sectores o teniendo una presencia mayor en los mercados tradicionales, la dirección de la empresa está especialmente motivada para llevar a cabo procesos de crecimiento mediante la expansión o diversificación, dado que en la medida que una organización crece aumenta su poder y autonomía, a la vez que ella disminuye su riesgo, es decir que en definitiva el desarrollo es un signo de vitalidad de la empresa”. (Navarro, 2017, pág. 69).

“Al hablar de crecimiento empresarial la definición más precisa sería la que lo considera como el proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas cotas de éxito; el crecimiento del negocio puede lograrse de dos formas distintas: bien aumentando los ingresos percibidos por la organización gracias a un aumento del volumen de venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios; bien mediante el incremento de la rentabilidad de las operaciones, que es el que se consigue al reducir de forma efectiva los costes, la principal desventaja de este enfoque es la inversión en tiempo que requiere, un plazo que deja vía libre a los principales competidores para ampliar y obtener ventajas competitivas, sin embargo, al margen de este inconveniente, esta modalidad de crecimiento del negocio cuenta con importantes beneficios el más significativo es el hecho de que permite a la empresa ser capaz de mantener una situación económica saludable, debido a que no se está acumulando deudas externas, que suelen llevar implícito el pago de intereses, este tipo de empresas se hallan en mejores condiciones para mantener un crecimiento solvente”. (Corona, 2016, pág. 96).

“El crecimiento empresarial depende de diversos factores que pueden ser internos o externos entre los factores internos están la edad y el tamaño, la motivación, la estructura de propiedad y la gestión del conocimiento, y entre los factores externos

se pueden mencionar algunos relativos al entorno sectorial, lo que otros autores llaman entorno específico, y otros de nivel superior o macro entorno, que forma parte de lo que se conoce como entorno general”. (Amat, 2015, pág. 53).

“Estos factores tienen diversas formas de medición; entre ellas se pueden citar el valor para los accionistas, las ganancias por acción, los beneficios y las ventas. Sin embargo, uno de los factores determinantes para lograr el crecimiento empresarial es el volumen de ventas; este factor es variable y depende en gran medida de la percepción, las preferencias, los gustos y los hábitos de compra de los clientes; recordar y relacionar la imagen de la empresa comprometida con la Responsabilidad Social arroja réditos ante el posicionamiento de imagen, la lealtad de los clientes y la identificación con la comunidad en la que opera la organización”. (Amat, 2015, pág. 84).

Los miembros de Asoagac comprenden que el crecimiento es el proceso de mejora de una compañía que la impulsa alcanzar determinadas cotas de éxito, logrando varios beneficios uno de los principales es el que permite a la empresa ser capaz de mantener una situación económica saludable, es vital recordar que este crecimiento siempre debe ir de la mano del desarrollo empresarial no pueden apuntar a objetivos diferentes.

Las tendencias de crecimiento de Asoagac son la estructura actual de la cabecera parroquial de Abdón Calderón, que congrega 25 % de la población de la parroquia, de la cual emergen algunos asentamientos como barrios y comunidades. El restante 75 % se encuentra en las comunidades. El equilibrio territorial se daría apoyando en estos procesos de consolidación, en aumentar y mejorar el acceso a los servicios básicos e infraestructura para estas unidades territoriales, sin dejar a un lado el riesgo por inundación y deslizamiento que existen dentro de la parroquia y que son de carácter emergente. Los distintos procesos de crecimiento por los que ha atravesado la parroquia Abdón Calderón ha llevado al crecimiento de sitios, barrios, comunidades, sectores, teniendo así problemas limítrofes con sus comunidades vecinas, considerando muy importante el conocimiento de los límites de la parroquia a todos sus 16.500 habitantes especialmente niños jóvenes y adolescentes de la parroquia.

Al ser Asoagac una empresa nueva, su crecimiento no es el más óptimo pero se mantiene constante.

Tabla N° 3

Límites de la parroquia donde se encuentra la sede de Asoagac para su crecimiento.

| | |
|-------|--------------------------------------|
| Norte | Pueblo Nuevo y Riochico (Portoviejo) |
| Sur | Ayacucho (Santa Ana) |
| Este | Alajuela y Chirijos (Portoviejo) |
| Oeste | Zona Urbana del cantón Portoviejo |

Fuente: Dirección de Fomento Productivo GPM - GAD Portoviejo

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

Actualmente esta parroquia ha recibido importante inversión del gobierno local, que genera mayor dinamismo de la economía al entregar un mercado con todos los niveles de calidad que requiere la sociedad, lugar en donde se puede comercializar los productos del centro de acopio.

4.1.3. MANUAL DE PROCESOS

“El manual de procesos, también conocido como manual de procedimientos, es aquel que permite que una empresa funcione de manera correcta, debido a que es donde se establecen los estamentos, políticas, normas, reglamentos, sanciones y todo aquello concerniente a la gestión de la organización, este manual debe estar escrito en un lenguaje sencillo, llano y lógico, también debe establecer estipulados aplicables para los trabajadores y ser flexible, por si en determinado momento hay que modificarlo de acuerdo a nuevas políticas de la compañía”. (Cid, 2014, pág. 71).

“Un punto importante es que esta guía debe ser leída por todo el personal de la empresa, principalmente por aquellos que se reintegran a la institución y debe contener básicamente: la misión, visión, valores, políticas, estrategias, principios, objetivos, funciones y los productos o servicios”. (Cid, 2014, pág. 71).

“Un manual de procedimientos es un instrumento administrativo que apoya el quehacer cotidiano de las diferentes áreas de una empresa en los manuales de procedimientos son consignados, metódicamente tanto las acciones como las operaciones que deben seguirse para llevar a cabo las funciones generales de la empresa, además con los manuales puede hacerse un seguimiento adecuado y secuencial de las actividades anteriormente programadas en orden lógico y en un tiempo definido”. (Torres, 2016, pág. 100).

“Los procedimientos, en cambio, son una sucesión cronológica y secuencial de un conjunto de labores concatenadas que constituyen la manera de efectuar un trabajo dentro de un ámbito predeterminado de aplicación; todo procedimiento implica, además de las actividades y las tareas del personal, la determinación del tiempo de realización, el uso de recursos materiales, tecnológicos y financieros, la aplicación de métodos de trabajo y de control para lograr un eficiente y eficaz desarrollo en las diferentes operaciones de una empresa”. (Torres, 2016, pág. 101).

Tabla N° 4

Ventajas del manual de procedimientos.

| |
|--|
| Auxilian en la inducción al puesto. |
| Proporcionan la descripción de cada una de sus funciones al personal. |
| Proporcionan una visión integral de la empresa al personal. |
| Permiten que el personal operativo conozca los diversos pasos que se siguen para el desarrollo de las actividades de rutina. |
| Auxilian en el adiestramiento y capacitación del personal. |

Fuente: (Torres, 2016).

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

El manual de procesos es una herramienta necesaria para el aseguramiento de la calidad en los servicios o productos que se ofrece en una empresa, el mismo facilita la identificación de los elementos básicos de los procesos, especifican los procedimientos que lo integran ya sean insumos, clientes o usuarios de los productos, los responsables del proceso determina si el resultado de la dependencia está o no cumpliendo con los estándares de calidad especificados, en Asoagac pese a que ya cuentan con un manual de procesos hechos, están muy alejados de la realidad y ninguno de dichos procesos les ha proporcionado buenos resultados, porque el estudio realizado no se ajusta a las necesidades y actividades que realmente realiza la empresa.

4.1.4 INNOVACIÓN

“La innovación es una clase especial de cambio; es nueva para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio, todas implican un cambio, pero no todos los cambios comprenden ni conducen a mejoras significativas, en las organizaciones, las pequeñas mejoras graduales, las variables estructurales son las fuentes potenciales de innovación más estudiadas una revisión exhaustiva de las relaciones entre estructura e innovación lleva a las conclusiones siguientes”. (Robbins, 2010, pág. 54).

“Primera las estructuras orgánicas ejercen una influencia positiva en la innovación, en segundo lugar la antigüedad en la administración está asociada con la innovación, tercero la escasez de recursos fomenta la innovación, su abundancia permite a las organizaciones comprar innovaciones, costear el establecimiento de las innovaciones y absorber los fracasos, por último la comunicación entre unidades es mucho en las organizaciones innovadoras estas organizaciones recurren con frecuencia a comités, fuerzas de tareas, equipos multidisciplinarios y otros mecanismos para facilitar las relaciones entre las áreas”. (Robbins, 2010, pág. 54).

“La innovación es una actividad compleja y sumamente arriesgada, en la que influyen factores de todo tipo, desde factores internos o propios de la organización

externos o asociados con el entorno, si bien en épocas pasadas el capital y los recursos tangibles eran considerados como los factores que más contribuían al crecimiento económico, hoy en día los recursos intangibles tales como la innovación, la tecnología o el conocimiento se han convertido en activos muy relevantes para que las empresas logren una posición competitiva ventajosa, cuando se reflexiona sobre la multitud de temas relacionados con la innovación se puede llegar a diferentes conclusiones, pero en lo que sí existe consenso es en el hecho de que innovar significa crecer, progresar, desarrollarse y un sin fin de aspectos que reflejan que el fomento de este tipo de actividades conducen al bienestar de la sociedad”. (Sánchez, 2011, pág. 59).

Innovar implica hacer cosas nuevas, lograr bienes y servicios novedosos, transportes más rápidos, comunicaciones instantáneas, mejores condiciones laborales, servicios públicos más eficaces, convirtiendo las ideas en hechos y el valor de una idea reside en su implantación o puesta en práctica, así mismo e independientemente de la definición que se tome de innovación, desde un punto de vista empresarial, una de las razones fundamentales para emprender una innovación es obtener unos resultados más elevados que los competidores, la generación interna de innovación en el interior de la empresa, de manera que el esfuerzo innovador es realizado únicamente por la compañía sin la necesidad de que intervengan otros agentes, en general para producir la innovación internamente, las corporaciones cuentan con un departamento propio no obstante y fundamentalmente en las pequeñas empresas que no disponen de tantos recursos como Asoagac.

La tecnología con la que cuenta el Centro de Acopio Asoagac es totalmente innovadora y de la mejor calidad.

Tabla N° 5

Maquinaria existente en la Empresa

| Cantidad | Detalle de Maquinarias |
|-----------------|--|
| 1 | Descascaradora de maní con motor monofásico 5HP, zaranda clasificadora granos e impurezas. Capacidad 12 qq/hora. |
| 1 | Tostadora maní capacidad 200 libras, con motor de 1 HP, con quemador gas, manguera, pulmón, acero inoxidable 304. |
| 1 | Bandeja receptora y enfriadora de maní cap. 200 lb y venterol de 3 pulgadas y ruedas. |
| 1 | Peladora de maní, tostado, con motor /2 HP, ciclón y ventilador de pulgadas para separación piel. Capacidad. 500lb/hora. Mater. Acero inoxidable304. |
| 1 | Molino de discos con motor de 2HP, capacidad. 200 lb/hora de pasta. Mater. Hierro fundido y acero inoxidable 304. |
| 1 | Mesa de trabajo 110x 230cm, en acero inoxidable 304. |
| 1 | Bombona para elaboración de garrapiñado, accionado por motor reductor de 1/2, HP, con capacidad para 30 libras, Generador eléctrico 10000 vatios. |
| 1 | Balanza capacidad. 10 quintales. |

Fuente: Aso. Agropecuaria Abdón Calderón.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

4.2 CAPACITACIÓN

La capacitación auxilia a los empleados dentro de una organización a desempeñar su trabajo actual con conocimiento, sus beneficios pueden prolongarse para toda su vida laboral y ayudar en el desarrollo de la persona para cumplir futuras responsabilidades.

“Se entiende por capacitación a las actividades de enseñanza- aprendizaje destinadas a que sus participantes adquieran nuevos conocimientos y habilidades y

modifiquen actitudes en relación con necesidades de un campo ocupacional determinado mediante eventos de corta duración”. (Armedio, 2015, pág. 85).

El administrador de la empresa Asoagac se encuentra periódicamente en capacitaciones gracias a que tienen convenios con empresas públicas donde sus empleados son capacitados para el manejo de tierra, el mejoramiento del producto entre otros, el considera que un equipo de trabajo capacitado será más eficaz y brindará un apoyo fundamental a la empresa.

Para el Ing. Xavier Dueñas las capacitaciones aportan en el desarrollo de competencias de los miembros de la empresa, con la finalidad de lograr una auto administración que se logrará en un horizonte de tiempo prudente, iniciando con el fuerte componente de asistencia y asesoría que se irá desarrollando en función de la adquisición de competencias que permitan a los beneficiarios gestionar por si solos la empresa en general y en las áreas importantes para el buen giro del negocio.

Es muy bueno poder evidenciar que la empresa Asoagac cuenta con convenios para que sus empleados se capaciten trimestralmente y puedan contribuir así al desarrollo de la empresa.

Tabla N° 6

Talleres en fortalecimiento socio organizativo y/o empresarial) en los que se capacitó a los trabajadores de Asoagac.

| |
|--|
| Tres talleres en buenas prácticas manufactureras. |
| Tres talleres de capacitación en manejo de microfinanza y género. |
| Tres talleres de capacitación en administración de empresa y contabilidad. |

Fuente: Aso. Agropecuaria Abdón Calderón.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

4.2.1 FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES

“Proceso de liberar, fortalecer y mantener la capacidad de las personas, las organizaciones y la sociedad en general para la gestión exitosa de sus asuntos, en este fortalecimiento habitualmente ha predominado la instrucción, con resultados muchas veces efímeros”. (Vernooy, 2015, pág. 69)

El ser humano nace con muchas habilidades y en ocasiones las desarrolla en el transcurso de su vida, pero el cuerpo de empleados de Asoagac es fundamental fortalecer esas habilidades ya que en ocasiones no saben cómo desarrollarlas o que pueden lograr hacer con ellas, en cuanto a la empresa, contar con empleados hábiles hará que el trabajo sea mucho más fácil y rápido lo que le beneficiará dentro de la empresa ya que de esta manera ahorrara recursos y ganará tiempo.

4.2.2 ENTRENAMIENTO

“El entrenamiento es la educación profesional que busca adaptar al hombre a determinado cargo su objetivo se sitúan a corto plazo son limitados e inmediatos, buscando dar al individuo los elementos esenciales para el ejercicio de un cargo y preparándolo de manera adecuada”. (Mester, 2017, pág. 65).

Antes de que un individuo entre a laborar en una empresa es de vital importancia que el lleve un entrenamiento para que en el mismo se dé cuenta si en realidad está preparado para ese tipo de trabajo y conozca más de la empresa y de las personas con las que va a laborar, cabe resaltar que es muy importante que este

entrenamiento también se dé a los empleados que ya son parte de la empresa para ir fortaleciendo las habilidades que ya han desarrollado en el transcurso del trabajo como se viene trabajando en Asoagac en el área de producción y administración.

4.2.3 APRENDIZAJE

“Representan los logros que se espera que alcancen los participantes a lo largo de un proceso de capacitación se definen a través de los objetivos operacionales, constituyendo aquello que se quiere enseñar pueden ser conceptos, principios, procedimientos, valores, normas y actitudes”. (Ribes, 2017, pág. 25).

El aprendizaje que brinda la empresa debe ser el óptimo para el desarrollo de sus empleados es por esto que es la empresa Asoagac, elige los temas a capacitar, objetivos a lograr entre otras cosas, pero es de vital importancia que el empleador ponga sus cinco sentidos para aprovechar lo que se vaya a impartir en dichas capacitaciones es un trabajo en conjunto.

4.2.4 FORMACIÓN

“La formación abarca el proceso de capacitación, desarrollo de carreras, actualización y reciclaje de todos los miembros, en correspondencia con las necesidades surgidas a partir de los objetivos estratégicos, la proyección y renovación de los directivos, de la determinación de deficiencias e insuficiencias en el desempeño y los intereses colectivos e individuales”. (Amat, 2015, pág. 53).

El conjunto de todos los elementos antes vistos hace que se dé una formación en el empleado, es decir se da el cumplimiento de los objetivos que se establecieron antes de brindar dicha capacitación, ahora la empresa contará con un empleado más capacitado para desempeñar sus labores diarias dentro de la empresa.

4.3 MERCADO

El mercado existió en los pueblos y tribus más antigua que poblaron la tierra, y a medida que fue evolucionando, dicha organización desarrollo el comercio el instinto de conservación y subsistencia del hombre hace que procure satisfacer sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las superfluas, es así como el desarrollo de los pueblo, obliga al incremento y expansión del mercado llegando en la actualidad a ser una actividad económica de suma importancia para el progreso de la humanidad.

“El mercado es un lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones, el mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones, el mismo contiene usuarios en busca de recursos insuficientes en relación a las necesidades limitadas”. (Rivera, 2015, pág. 101).

El Ing. Efrén Vélez se refirió que el desarrollo de Asoagac en el mercado ha sido de una manera negativa ya que él considera que tienen muchas falencias, aún desconocen mucho del mercado en el que compiten y todo esto se debe a la carencia monetaria que tiene la empresa, no han podido hacer un estudio de mercado profundo, y el acabado final de su producto en el área de empacamiento no cuenta con la calidad y presentación que le exigen para poder introducir su producto en cadenas de

supermercados, ellos tienen el proyecto de mejorar su empaque pero no cuentan con la financiación que necesitan.

Respecto al mercado el Ing. Xavier Dueñas considera una premisa de la aplicación “Arte de la Guerra” al Marketing establece que hay que conocer al mercado como a uno mismo, si no se conoce al mercado, las empresas estarán ofertando productos/servicios desde la perspectiva del empresario y no de las necesidades del mercado.

El docente recomienda ajustar la oferta de productos/servicios a las necesidades del mercado y establecer una marca propia, como estrategias para lograr un posicionamiento y diferenciación en el mercado, esto no solo tendrá como objetivo el incremento de ventas momentáneas, sino un crecimiento sostenido en el horizonte de tiempo.

El mercado es una de los aspectos que más preocupación se muestran los socios en Asoagac, ya que la falta de dinero ha hecho que no puedan expandirse ni se haya podido realizar un estudio de mercado para identificar ventajas y desventajas de la competencia, y así lograr posicionarse en el mismo.

4.3.1 OFERTA

“Se entiende como la cantidad de bienes y servicios que una organización está dispuesta a vender a un determinado precio del mercado, dados unos precios de insumos y una tecnología, el estudio de la oferta busca conocer la composición de los servicios, estructura y capacidad de producción que se dispone en un mercado de referencia junto con el conocimiento que se adquiere de esta, también se determinan las condiciones de competitividad frente a los demás oferentes, el análisis de la oferta debe brindar la información de base para llegar a conclusiones, posteriormente sobre

el tipo de mercado al cual se enfrenta el proveedor de servicios”. (Jurado, 2015, pág. 96).

“La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes, cada vendedor en el mercado tiene su propia tabla de oferta para un producto, exactamente igual que cada comprador tiene su propia tabla de demanda”. (Spencer, 2015, pág. 63).

“Al mantener invariable todos los demás determinantes de la oferta, observamos que, al aumentar el precio del bien aumentan las cantidades que se ofrecen en el mercado, por el contrario si disminuye el precio, la tendencia es a disminuir las cantidades ofrecidas, es decir el productor está dispuesto a ofrecer una mayor cantidad del bien mientras mayor sea el precio pero debemos recordar que no solo están de por medio los deseos del productor, sino también sus posibilidades lo cual implica que un periodo determinado ese carácter ascendente de la curva de la oferta tiene su límite determinado por el costo de los factores que utilice para producirlos y el estado de la tecnología”. (Obando, 2016, pág. 95).

La oferta que maneja Asoagac es buena ya que en el Ecuador se considera al maní, como un cultivo tradicional cuyo potencial no se ha desarrollado, es una actividad que aportan a la economía familiar, su producción ha sido destinada principalmente al consumo directo como parte de la seguridad alimentaria, a la industria de aceites comestibles y confites. Como aporte en la alimentación el maní supera ampliamente a la carne y los huevos en cuanto a cantidad de hidratos de carbono, grasas, proteínas, vitaminas B1, C, E y niacina., Desde el punto de vista nutritivo algunas variedades de maní llegan hasta el 35% de su peso en proteínas, en cambio la carne no supera el 20%.

Tabla N° 7

Composición nutricional del maní que oferta Asoagac.

| Compuesto | Grano de maní |
|------------------------|---------------|
| Energía | (Kcal) 559 |
| Agua | (g) 7.3 |
| Proteína | (g) 24.1 |
| Grasa | (g) 48.2 |
| Carbohidratos | (g) 17.7 |
| Fibra | (g) 5.2 |
| Ceniza | (g) 2.7 |
| Calcio | (mg) 66 |
| Fósforo | (mg) 231 |
| Hierro | (mg) 1.5 |
| Retinol | (mg) 3B |
| Ácido ascórbico. Reduc | (mg) 1.3 |

Fuente: INIAP. Guía de cultivo. 2016

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

4.3.2 DEMANDA

“En economía al hablar de demanda nos referimos a una demanda efectiva que significa que este se encuentra respaldada por una capacidad de compra suficiente para pagar el precio que se cobra por la cantidad demandada, como su definición se deduce que la cantidad demandada por un bien en un tiempo dado, depende del comportamiento de los precios manteniendo la influencia de los demás determinantes invariables , por lo tanto podemos expresar la demanda como una función sencilla donde la cantidad se constituye en una variable dependiendo del precio siendo este por consiguiente una variable independiente”. (Obando, 2016, pág. 86).

“La demanda también es considerada la voluntad de adquirir un bien o servicio y tener la capacidad para pagarlo, cuando una persona elige comprar algún bien para cumplir sus necesidades, lo hace de manera consiente en base a sus criterios tanto objetivos como subjetivos, estas condiciones se modifican acorde al nivel educativo y socioeconómico sexo, edad entre otros factores”. (Lamata, 2016, pág. 53).

Cuando se habla de demanda se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico, la demanda que una persona, familia, empresa tienen por un producto determinado puede estar influenciada por un gran número de factores que determinan la cantidad del producto solicitado o demandado.

La demanda del producto no es la más deseada y no por su calidad, porque la misma es buena, se debe a que no todos conocen de la existencia de este producto.

Tabla N°8

Oferta, consumo per cápita y demanda potencial de maní por provincias.

| N° | Provincia | Producción año 2016 Tm/provincia | Población INEC año 2016. | Consumo o per cápita aparente kg. | % población sobre total nacional | Consumo anual TM ajustado |
|-----------|------------------|---|---|--|---|--|
| 1 | Cotopaxi | 273.01 | 409.205.0 0 | 0,67 | 2,83 | 928.26 |
| 2 | Chimborazo | 140.13 | 458.581.0 0 | 0,31 | 3,17 | 1040.27 |
| 3 | El Oro | 1.584.41 | 600.659.0 0 | 2,64 | 4,15 | 1362.56 |

| | | | | | | |
|----|------------------|-----------|--------------|-------|-------|---------|
| 4 | Esmeraldas | 304,34 | 534.092,00 | 0,57 | 3,69 | 1211,56 |
| 5 | Guayas | 977,53 | 3.645.483,00 | 0,27 | 25,17 | 8269,59 |
| 6 | Imbabura | 6,15 | 398.244,00 | 0,02 | 2,75 | 903,40 |
| 7 | Loja | 11.206,64 | 448.966,00 | 24,96 | 3,10 | 1018,46 |
| 8 | Los Ríos | 1.108,27 | 778.115,00 | 1,42 | 5,37 | 1765,11 |
| 9 | Manabí | 16.798,78 | 1.369.780,00 | 12,26 | 9,46 | 3107,27 |
| 10 | Morona Santiago | 234,55 | 147.940,00 | 1,59 | 1,02 | 335,59 |
| 11 | Pastaza | 60,41 | 83.933,00 | 0,72 | 0,58 | 190,40 |
| 12 | Pichincha | 71,78 | 2.576.287,00 | 0,03 | 17,79 | 5844,17 |
| 13 | Zamora Chinchipe | 2,10 | 91.376,00 | 0,02 | 0,63 | 207,28 |
| 14 | Sucumbíos | 86,95 | 176.472,00 | 0,49 | 1,22 | 400,32 |
| 15 | Azuay | | 712.127,00 | 0,00 | 4,92 | 1615,42 |
| 16 | Bolívar | | 183.641,00 | 0,00 | 1,27 | 416,58 |
| 17 | Cañar | | 225.184,00 | 0,00 | 1,55 | 510,82 |
| 18 | Carchi | | 164.524,00 | 0,00 | 1,14 | 373,21 |
| 19 | Tungurahua | | 504.583,00 | 0,00 | 3,48 | 1144,62 |
| 20 | Napo | | 103.697,00 | 0,00 | 0,72 | 235,23 |

| | | | | | | |
|----|--|-----------|----------------|-------|--------|-----------|
| 21 | Orellana | | 136.396,0 0 | 0,00 | 0,94 | 309,41 |
| 22 | Santa Elena | | 308.693,0 0 | 0,00 | 2,13 | 700,25 |
| 23 | Santo Domingo de los Tsáchilas | | 368.013,0 0 | 0,00 | 2,54 | 834,82 |
| 24 | Galápagos | | 25.124,00 | 0,00 | 0,17 | 56,99 |
| 25 | Población de zonas no delimitada s. | | 32.384,00 | 0,00 | 0,22 | 73,46 |
| | Total | 32.855,05 | 14.483.49 9 | 44,99 | 100,00 | 32.855,05 |
| | Per. Cápita nacional kg | | 2.27 | 1,80 | | |

Fuente: Proyección 2016 – ADPM.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

4.3.3 COMPETENCIA

“En un mercado perfectamente competitivo todos los participantes del mercado tanto consumidores como productores son precio es decir ni las decisiones de consumo de los consumidores individuales ni las decisiones de producción de los productores afectan el precio del mercado del bien, como regla general los consumidores son precio-aceptantes así el modelo de competencia perfecta resulta adecuado para algunos mercados pero no para todos ya que un gran número de personas o empresas realizan la oferta y venta de un producto en un mercado determinado”. (Wells, 2014, pág. 56).

“Por competencia entendemos simplemente una situación donde todos los precios están dados por la empresa individual independientemente de las acciones de

esa empresa, es decir un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares, existen diferentes niveles de competencia de acuerdo a la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia se origina entre marcas, productos o necesidades”. (Bocanegra, 2015, pág. 63).

“La competencia es una situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado y de elegir a quien compran estos bienes y servicios; la competencia pura y perfecta es un modelo de la teoría económica de la escuela neoclásica que describe una estructura de mercado hipotética en la cual ningún productor ni consumidor dispone de poder para fijar los precios ni sobre las decisiones de los demás agentes y además todos tienen el mismo acceso a la información lo que supone una igualdad de las posiciones de origen en la relación mercantil”. (Jimenez, 2016, pág. 56).

La importancia de la competencia de mercado reside en que dicha competencia es completamente necesaria para regular el mercado sin dicha competencia del mercado, seguramente nos encontraríamos con intervenciones no deseadas, en otras palabras, la competencia de mercado es imprescindible para conseguir una situación de libre mercado.

El libre mercado nos asegura que el precio de los bienes no está acordado por unos pocos todo lo contrario, la coexistencia de competencia dentro de un mismo mercado hace que se convierta en una competencia de libre mercado.

La competencia ha logrado tomar gran ventaja en el mercado, tomando en cuenta que Asoagac es una empresa con pocos años en el mercado, por la que su competencia le lleva una ventaja bastante considerable.

Tabla N°9

Nombres de las marcas de la competencia de Asoagac con mayor posicionamiento en el mercado.

| |
|---------|
| SCHULLO |
| CRIS |
| HORALEI |

Fuente: Aso. Agropecuaria Abdón Calderón.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

4.3.4. PRECIO

“Es el valor monetario que se le asigna a algo todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tiene un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación, es importante conocer que el precio también incluye valores intangibles como la marca, el incremento de los precios a lo largo del tiempo se conoce como inflación, mientras que la tendencia contraria recibe el nombre de deflación”. (Wells, 2014, pág. 115).

“El precio es una variable distinta a las otras de la mezcla de mercadotecnia, ya que es el contrapeso entre los que la empresa ofrece y lo que el cliente está dispuesto a dar cambio por eso, cualquier variación en el precio puede afectar a la imagen del producto si se sube el precio y no se ofrece una buena explicación puede pensar que la cantidad del producto va a ser afectada”. (Spencer, 2015, pág. 45).

El precio de mercado cumple con una importante función informativa en la vida de económica, pues es un buen indicador de situaciones de exceso de oferta y demanda en mercados, un precio de mercado alto puede significar escasez o una altísima demanda, mientras que un precio de mercado más bajo suele ser consecuencias de bajos niveles de demanda o alta competencia.

El precio que ofrecen las diferentes líneas de productos en ASOAGAC es bastante bueno y accesible para el bolsillo de cualquier cliente que quiera adquirir el producto, lo que haría más interesante el que ellos puedan ingresar en el mercado lo harían con mayor impacto que la competencia.

Tabla N° 10

Precio de los principales productos que ofrece Asoagac.

| LINEAS DE PRODUCTOS (POSICIONAMIENTO DEL MERCADO) | 200g | | | 1 Libra | | |
|--|--------|-----------------------|---------------|---------|-----------------------|---------------|
| | Costo | Precio al comerciante | Precio P.V. P | Costo | Precio al comerciante | Precio P.V. P |
| TRADICIONALES | | | | | | |
| MANÍ MOLIDO (16.8%) | \$0,51 | \$0,92 | \$1,20 | \$1,05 | \$1,38 | \$1,80 |
| MANÍ QUEBRADO (15.5%) | \$0,53 | \$0,92 | \$1,20 | \$1,05 | \$1,38 | \$1,80 |
| SALPRIETA (12.4) | \$0,52 | \$0,92 | \$1,20 | \$1,04 | \$1,46 | \$1,90 |

Fuente: Aso. Agropecuaria Abdón Calderón.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

CAPITULO V

5. ADMINISTRACIÓN.

La administración es aquella ciencia que tiene por objeto estudiar las organizaciones y técnicas de los procesos administrativos como: planificación, organización, dirección y control, de los recursos financieros de una empresa con el fin de obtener un máximo beneficio tanto social como económico.

“La administración es un cuerpo de conocimientos que se contribuye a lo largo del tiempo, y bien se podrá afirmar que eso data desde que el hombre apareció sobre la faz de la tierra, que siempre tiene la necesidad de vivir mejor; sin embargo, se dice que la administración es un área de conocimiento joven, apenas 110 años de haberse empezado a sistematizar. La administración es el resultado histórico acumulado de la contribución de científico en múltiples disciplinas”. (Hernández, 2014, pág. 53)

“Es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando en grupos, alcanzan con eficacia metas seleccionadas. Como administradores las personas realizan funciones administrativas de planificación, organización, dirección y control, es por ello por lo que se aplican a todo tipo de empresas y organizaciones para lograr la eficacia y eficiencia administrativa”. (Radiogónica, 2017, pág. 115)

Para el administrador de la empresa Asoagac los procesos administrativos parte desde mantener la asociación, donde la provincia carece de esto, el sistema asociativo trabaja desde los inicios, sabiendo llevar una asociatividad se logra plasmar cualquier hecho esa es la ideología de inmiscuir dentro de la provincia que asociación genera progreso; El mantener el sistema asociativo hace que se realce la empresa dentro de

estos se incluye ya los procesos como tales del cual tenemos conocimientos y si se lleva dichos procesos, aunque en algunos tenemos falencias. Además de acuerdo a la normativa del país las asociaciones tienen mejores oportunidades para participar en los procesos de contratación pública, así como por parte de la normativa tributaria que conforme a las políticas públicas estos sectores de la economía popular y solidaria la ley les permite estar exentos del pago de algunos impuestos como parte del aporte del Estado al fomento productivo.

Según el experto Ing. Xavier Dueñas deben regirse en el ciclo administrativo: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.

La Asociación de Productores Agropecuarios Abdón Calderón se constituyó legalmente con Acuerdo ministerial N° 037 de fecha 6 de agosto del 2012, registrado con el N0 122, folio 037, se aprueba el estatuto y se otorga personería jurídica.

Tabla N° 11

Funciones del administrador de Asoagac.

| |
|--|
| Representar legalmente a la asociación |
| Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las juntas general y directiva. |
| Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados. |
| Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la junta de vigilancia y aprobación de la junta general. |
| Presentar el informe administrativo, los estados financieros y balances semestrales para conocimiento de la junta directiva, previo a la aprobación de la junta general. |

Fuente: Aso. Agropecuaria Abdón Calderón.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

5.1.1. PLANIFICACIÓN

Implica que los administradores piensan con antelación en sus metas acciones, y que basan sus actos en algún método, plan o lógica, y no es corazonadas. Los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. El primer paso para planificar consiste en elegir las metas d la organización. Los planes son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar sus objetivos; los miembros de la organización desempeñen actividades congruentes con los objetivos y lo procedimientos elegidos, y el avance hacia los objetivos pueden ser controlado y medido de tal manera que, cuando no sea satisfactorio, se puedan tomar medidas correctivas.

“La planificación produce una imagen de las circunstancias futuras deseables, dados los recursos actualmente disponibles, las experiencias pasadas, etc. Por ejemplo, Natalie Anderson hace planes para el futuro cuando se encarga de la campaña para promover el libro de Pankovsky, trabajo que entraña muchas relaciones”. (R. Edward Freeman, 2014, pág. 96).

Sin embargo, Tomas Crespo cita que la planificación “es un proceso racional de toma de decisiones. Consiste en decidir por anticipado que objetivo se desean alcanzar y las acciones necesarias para ello”. Representa un punto de unión entre la situación actual y la situación futura deseada. Con la planificación se trata de dar respuestas a las siguientes preguntas: ¿Qué se quiere conseguir? ¿Cómo conseguirlo? ¿Cuándo se ejecutará cada acción? ¿Qué personas las realizaran? ¿Con que medios? (Tomas Crespo R., 2014, pág. 53)

Para Riviera, “la planificación es aquella función de administración que muestra los procesos y así mismo se lleva a cabo de manera continua porque el transcurso del tiempo exige tato la re planificación como el desarrollo de nuevos

planes. La planificación es aquel proceso que comprende las siguientes cinco fases: establecer objetivos y metas empresariales, desarrollar premisas acerca de medio ambiente en el que opera la entidad, tomar decisiones respecto a los cursos acción, emprender acciones que tiendan a activar los planes y evaluar la retroalimentación del desempeño para la re planificación”. (Gordon, 2015, pág. 89).

La planificación es aquel proceso administrativo en el cual se plantean las metas u objetivos que se dese lograr al final de un proyecto empresarial. Dentro de la planificación se puede plasmar logros o metas que se desean alcanzar en un futuro siempre y cuando se tenga una idea centrada, ya que esta nos proporciona el saber donde se quiere llegar, como se lo puede conseguir, en que personal debemos confiar, si este está altamente capacitado para poder ejercer dicha labor, en que tiempo vamos a ejecutar cada acción, etc. La planeación no es más que una anticipación de metas o acciones que se respaldan en métodos, planes o estrategias.

Dentro de la empresa Asoagac la planificación no está totalmente fijada por lo que no cuentan con un gestor administrativo que cumpla con el perfil profesional dentro de la organización, los cuatro empleados de dicha empresa saben lo que tienen que hacer en los procesos de producción, porque para ello fueron contratados y sus habilidades son pertinentes para este proceso.

5.1.2. ORGANIZACIÓN

Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización. Diferentes metas requieren diferentes estructuras. Por ejemplo, la organización que pretende desarrollar programas de software para computadoras necesitara una estructura diferente a la que requiere un fabricante de pantalones vaqueros. Producir u producto estandarizado, como un pantalón vaquero, requiere técnicas eficientes para la línea de montaje, mientras que

la producción de un programa de software requiere la formación de equipos de profesionales.

“La relación y el tiempo son fundamentales para las actividades de la organización. La organización produce la estructura de las relaciones de una organización, y estas relaciones estructurales servirán para realizar los planes futuros”. (R. Edward Freeman, 2014, pág. 91).

“Es la base fundamental del proceso administrativo. La actividad de organización depende de los planes de la empresa. Consiste en la subdivisión de una empresa en unidades de trabajo manejables la asignación o delegación de responsabilidades administrativa, la definición del lugar de las decisiones. A esto se le denomina organizar o desarrollar una estructura organizacional. La estructura enfatiza la delegación de la autoridad y responsabilidad administrativas desde el más elevado nivel en la compañía hacia los niveles inferiores. Ellos son importantes porque la planificación y el control se implantan a cada nivel de la organización”. (Gordon, 2015, pág. 75).

Para Tomas Crespo, “La organización comprende el establecimiento de una estructura intencional, formalizada y permanente de las funciones que han de desempeñar las personas de la empresa y los medios necesarios para alcanzar objetivos. En otras palabras, se trata de diseñar la estructura de la empresa. Para ello, una vez conocidas las actividades a desarrollar se siguen los pasos como: descomposición del trabajo a desarrollar en tareas, agrupación de tareas en puestos de trabajo, agrupación de puestos en unidades organizativas, determinación de los medios y recursos a emplear teniendo en cuenta el tipo de trabajo y determinación de las relaciones entre cada persona, puesto de trabajo y unidad con el resto de partes de la empresa”. (Tomas Crespo R., 2014, pág. 64)

La organización es parte del proceso de la administración ya que sin este no se podría obtener un buen desempeño tanto personal como administrativo. Este depende mucho de los planes dentro de una organización, porque con lleva a realizar una excelente unidad de trabajo por lo tanto esta tiene que ser manejable y saber asignar perfectamente las delegaciones para lograr los objetivos trazados. La organización no es más que un grupo de personas que están encaminadas a realizar una serie de tareas administrativas, el cual les permite interactuar e una estructura sistemática para llegar a la meta trazada. En la empresa investigada no se cuenta con la organización ya que dentro de esta todos los empleados realizan funciones que no les compete donde no se tiene una organización adecuada para el tipo de empresa que poseen.

Tabla N° 12

Puntos claves con los que cuenta la organización de Asoagac.

| |
|---|
| La búsqueda del buen vivir y del bien común. |
| La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales. |
| El comercio justo y consumo ético y responsable. |
| La equidad de género. |
| El respeto a la identidad cultural. |
| La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas. |
| La distribución equitativa y solidaria de excedentes. |
| La autogestión. |

Fuente: Aso. Agropecuaria Abdón Calderón.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

5.1.3. DIRECCIÓN

“Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección. De, hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se unan para lograr el futuro que surge de los pasos

de la planificación y la organización. Los gerentes, al establecer el ambiente adecuado, ayudan a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo”. (R. Edward Freeman, 2014, pág. 125).

Para Rivera W., “Dirigir es el proceso de motivar a las personas de igual nivel, superiores, subordinadas y no subordinadas o grupos de personas para ayudar voluntaria y armónicamente en el logro de los objetivos de la empresa a este proceso también se le conoce como dirigir o actuar”. (Gordon, 2015, pág. 52).

“Mediante esta función se trata de influir en las personas para que de forma voluntaria y con interés contribuyan el logro objetivos de la empresa. Usualmente se le atribuyen a la dirección tres sub funciones específicas liderazgo, motivación y comunicación. El liderazgo fue destinada a influir sobre lo miembros de la empresa par que estos contribuyan con buena disposición a la consecuencia de los objetivos, la motivación es encaminada a impulsar el comportamiento de los empleados hacia el interés de la empresa y la comunicación a la transferencia entre emisor y receptor de manera que sea comprendida este último, lo cual es evidente la necesidad de un buen sistema de comunicación para la realización de las actividades de forma adecuada”. (Tomas Crespo R., 2014, pág. 89).

La dirección es aquel proceso en el cual se interactúa con un equipo de trabajo y a su vez con el gerente de la empresa, dentro de la dirección el gerente juega un rol muy importante ya que direccionar a un grupo de personas hace que las metas se cumplan con éxito. La dirección si bien es cierto es la tercera fase dentro del proceso administrativo el cual esta direccionado a velar por la coordinación, ayuda mutua entre los miembros de una organización para poder lograr las metas trazadas dentro de ella. En la empresa Asoagac la dirección es otra herramienta dentro de los procesos de administración donde ellos no tienen un proceso de administración bien estructurado, se puede decir que les hace falta para poseer dicho direccionamiento dentro de la empresa.

5.1.4. CONTROL

Según Arthur “El gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que, de hecho, la conducen hacia las metas establecidas. Esta es la función de control de la administración, la cual entraña los siguientes elementos básicos: establecer estándares de desempeño; medir los resultados presentes; comparar esto resultados son las normas establecidas, y gracias a la función de control, puede mantener a la organización en el buen camino. Las organizaciones están estableciendo, cada vez con mayor enfoque que goza de gran popularidad es la administración de la calidad requiere que la administración se concentre en la superación constante de todas las operaciones, funciones y, sobre todo, de los procesos de trabajo”. (R. Edward Freeman, 2014, pág. 74).

Sin embargo, Rivera nos dice, que “El control es la quinta y última función en el proceso administrativo. Al igual que la planificación, el control se ejerce continuamente. Por lo tanto, hay procesos de control que siempre deben estar funcionando en una empresa. Controlar puede definirse como el proceso de medir y evaluar el desempeño de cada componente organizacional de una empresa, y efectuar la acción correctiva, cuando sea necesaria, para asegurar el cumplimiento eficiente de los objetivos, metas, las políticas y normas de la empresa. El control se ejerce a través de la evaluación personal, los informes periódicos de desempeño e informes especiales”. (Gordon, 2015, pág. 84).

“Se pretende verificar que el comportamiento de la empresa se mantiene dentro de los límites previamente fijados y, en caso contrario, corregir las desviaciones. La función de control va ineludiblemente unida a la de planificación. El sistema de control ha de identificar los problemas con antelación, de manera que se puedan iniciar las acciones correctivas; es decir, debe ser un control ejercido hacia el futuro y durante todo el periodo de desarrollo de las decisiones”. (Tomas Crespo R., 2014, pág. 63).

El control dentro del proceso administrativo es con el cual podemos tomar control, con aquel podemos visualizar si la organización o empresa está dentro de los límites que esta tiene fijada, de no ser así este proceso lo que hace es rectificar dichas imperfecciones, esta también está diseñada para reconocer los problemas y si poder darles solución y no solo esto sino que tiene que estar direccionada al futuro, esta se puede desempeñar realizándose la evaluación al personal.

El control es el último dentro de los procesos lo cual la empresa Asoagac lo posee, pero no como se debería llevar dentro de los procesos administrativos en control de Asoagac se lo maneja de una manera muy por encima no se conoce a fondo lo importante que es esta herramienta dentro del centro.

5.2. PRODUCCIÓN.

La producción es aquella actividad que aporta un valor agregado por la creación de bienes y servicios, es decir la creación de productos y servicios la cual al mismo tiempo crea valor, se trata de la capacidad que tiene un factor productivo para crear bienes en un periodo determinado.

“La producción es aquel proceso de fabricación o elaboración de un producto, dentro de la economía la producción esta direccionada a la creación y procesamiento de mercancías y bienes, dicho proceso engloba la concepción, el proceso y la financiación etc. Esta constituye uno de los procesos económicos más importantes y es el medio a través del cual el trabajo humano hace que se genere riquezas”. (Ana Sainz, 2015, pág. 45)

Para el Ing. Efrén Vélez la producción dentro de la empresa ha mejorado a raíz de las varias capacitaciones y asistencias técnicas, si bien él lo dice “el ser humano nunca termina de aprender” el cual dichas capacitaciones que les han brindado varias instituciones les ha servido de mucho para mejorar la producción de la empresa.

5.2.1. PRODUCTO.

Según lo publicado en la revista *Effective Management*, “El producto es una fuente de satisfacción de necesidades. Por tanto, una adecuada gestión de producto debería girar siempre entorno a las necesidades del consumidor. El cual presenta cuatro niveles de profundidad: la esencia del producto, producto formal, producto ampliado y producto añadido. El producto es un conjunto, considerando sus cuatro niveles de profundidad, debe ser la base sobre la que se construya la ventaja competitiva”. (Ana Sainz, 2015, pág. 52)

“El producto es todo aquello que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que es capaz de satisfacer una necesidad o deseo. El concepto de producto parte del planteamiento que tiene la empresa en su misión y visión, es decir, cual es la razón de ser de la empresa, su negocio, a donde quiere llegar y que es lo que puede ofrecer.” (Ruiz, 2010, pág. 32)

El producto es aquel objeto que satisface las necesidades de varios consumidores, estos son comercializados dentro del mercado para ser adquirido por un sin número de clientes para así satisfacer sus necesidades.

Dentro de la empresa Asoagac los productos son muy buenos ya que estos cuentan con una maquinaria de alta tecnología lo que hace que el producto se lo realice de manera excelente teniendo un acabado de primera. Dentro de los productos que ofrece Asoagac está el maní quebrado, maní garrapiñado, pasta de maní, etc. Pero Tres son los principales productos que se ofertan en el mercado: Maní Molido, Maní Quebrado y Salprietá.

Tabla N° 13

Principales productos que elabora Asoagac.

| Producto | Porcentaje de producción |
|------------------|---------------------------------|
| Maní molido | 16,8% |
| Maní quebrado | 15,5% |
| Salprieda | 12,4 % |
| Maní garrapiñado | 0.8% |
| Crema de maní | 1,0% |
| Maní con achiote | 1,0% |
| Maní dulce | 1.3% |

Fuente: Dirección de fomento productivo GPM - GAD Portoviejo

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

5.2.2. PROCESOS DE PRODUCCIÓN.

“La actividad productiva se plasma en procesos sujetos a una organización y planificación, y a los que se aplicaran los medios y recursos adecuados. Dichos procesos están formados por conjuntos de actividades coordinadas para efectuar la producción con la determinación correcta de medios, de acuerdo con los métodos más adecuados de manera que se obtenga el producto con la máxima productividad y calidad y el mínimo tiempo y coste. El proceso de producción puede elegirse y diseñarse libremente o de forma condicionada. En realidad, siempre hay una proporción mayor o menor de condicionales. Estos pueden ser de carácter interno que vienen impuestos por los equipamientos ya instalados para otras líneas de producción de productos similares”. (Arbós, 2012, pág. 88).

Según lo publicado por la Universidad de Ambato en el congreso Iberoamérica de Investigación sobre Mi Pymes los procesos de producción, “Es un conjunto de

actividades mediante las cuales uno o varios factores productivos se transforman en productos. La transformación crea riqueza, es decir, añade valor a los componentes o inputs adquiridos por la empresa. El material comprado es más valioso y aumenta su potencialidad para satisfacer las necesidades de los clientes a medida que avanza a través del proceso de producción, es necesario que en los procesos se identifiquen todos los inputs que se utilizan para obtener los outputs. (Cesar Myorga A., 2016, pág. 54).

Como proceso de producción se lo llama así a un determinado sistema que está constituido por un conjunto de procedimientos técnicos lo cual pueden ser transformados de materia prima a un producto determinado, este se desarrolla por etapa la cual están constituidas por series de operaciones que se relacionan entre sí.

En Asoagac cuentan con un tipo de proceso para la elaboración de cada producto, usando los diferentes tipos de maquinaria que posee la empresa, ya que la elaboración de cada derivado del maní lleva un manejo muy distinto, uno de ellos como es la selección del maní tostado, separa los granos quemados del resto de maní este proceso se lo realiza a mano.

5.2.3. CALIDAD.

“La calidad es una de las decisiones clave en la determinación de los objetivos estratégicas de cualquier organización que desee permanecer en el entorno competitivo. La razón fundamental para adoptar esta decisión es que se trata de un factor que promueve a eficiencia, principio básico que reparta menores costes, mayor capacidad de retención de capital humano, más flexibilidad a la hora de responder a los cambios del entorno y por supuesto, una mayor satisfacción de los clientes. Así que podemos decir que calidad es esencialmente el desarrollo de una cultura, un clima.” (Carlos Gonzalez M., 2014 , pág. 87)

“Es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes. La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave; representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad”. (vertices, 2010 , pág. 63).

La calidad es aquella herramienta de varios objetos, el cual tiene como objetivo satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores, está relacionada con los gustos y preferencias del individuo. La calidad no es solo entregarle al consumidor lo que le quiere, sino darle lo que él jamás había esperado de dicho producto y que una vez que lo obtenga se dé cuenta que volvería a consumir el mismo producto o servicio. Vale recalcar que la calidad del producto dentro de Asoagac es excelente ya que cuentan como una maquinaria de primera.

5.2.4. TECNOLOGÍA.

Para Arturo A. y Jacobo T., “La tecnología es un instrumento que apoya la estrategia de la empresa y también puede en si misma configurar la definición de la estrategia. La tecnología es una variable de nivel estratégico, capaz de proporcionar oportunidades competitivas a las firmas que sepan utilizarla de forma adecuada. La posesión de determinados recursos y capacidades tecnológicos han llevado a grandes cambios en la estructura, estrategia y forma de trabajar de organizaciones alrededor del mundo, modificando sus procesos y apoyando la creación de ventajas competitivas.” (Arturo Águila Flores, 2016, pág. 65).

Sin embargo Rafael P., desde su punto de vista la tecnología “Conjunto de saberes inherentes al diseño y concepción de los instrumentos creados por el hombre a través de su historia para satisfacer sus necesidades y requerimientos personales y

colectivos, es la actividad humana derivada del desarrollo científica, y estrechamente vinculada con el mismo, que permite diseñar y producir de forma masiva, por lo general fuera de los países que desarrollan la tecnología, objetos y servicios de toda índole, que invaden los mercados de todo el mundo, procedentes, en su mayoría de países que solo cuentan con mano de obra calificada, cuyo trabajo resulta muy barato en comparación con la de las naciones en donde se diseñan.” (Pérez R. R., 2015, pág. 66).

La tecnología hoy en día es de mucha importancia ya que esta genera varios recursos, dentro de estos está el poder realizar negocios a larga distancia sin estar presentes con la otra persona, la tecnología se ha vuelto un instrumento dentro del ámbito de los negocios, siendo esta participe de grandes negociaciones a nivel mundial.

En Asoagac cuentan con un PatioMóvil™ es una carpa que consta de 2 mitades que se doblan sobre sí, formando un envoltorio que se cierra mediante un zíper para trabajo pesado tipo militar, y que es tapado por un faldón especialmente diseñado para protegerlo, así como brindar protección al grano de la lluvia durante el secado. Está fabricado de PVC negro, con tratamiento contra los rayos ultravioleta (UV) y se puede usar a campo abierto, en canchas de fútbol, o sobre tortas de cemento o concreto si existieran. El PatioMóvil™ se despliega después de abrir el zíper y tirando de las agarraderas hasta extenderlo completamente. Tiene una serie de abrazaderas soldadas en los lados de manera que se inserten trozos de madera y se claven en el suelo; así se le da consistencia a los lados del PatioMóvil™ para evitar que el grano se derrame fuera del equipo y que además forman una pared protectora contra el agua que escurra por los lados durante y después de una Cascara 49 lluvia. En caso de lluvia repentina, el grano dentro del PatioMóvil™ se recoge tirando de las agarraderas y se coloca en la parte inferior de las dos mitades sin el faldón del zíper, y se cierra el zíper para evitar el ingreso de agua.

Tabla N° 14

Características del PatioMóvil™

| |
|---|
| Diseñado para el secado seguro y protección de granos utilizando el sol |
| Fabricado de PVC negro reforzado de uso pesado, 610 gr/m ² , D1000x1000. |
| Resistente a los rayos ultravioleta (UV). |
| Zíper de nylon para uso pesado con calidad para uso militar, en 3 lados de la estructura |
| El zíper tiene un faldón especial para protegerlo y que previene el ingreso de agua. |
| Las uniones del equipo están soldadas por ondas de alta frecuencia y son impermeables al agua. |
| Con agarraderas para su fácil transporte y para colgar del techo o una rama de manera que sea de difícil acceso a los roedores. |
| Para recoger y transportar con facilidad. |

Fuente: Aso. Agropecuaria Abdón Calderón.

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

5.3. VENTAS.

Las ventas son aquella acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero, estas pueden darse personalmente, por correo, por teléfono, entre otros medios.

“La venta es una actividad humana que tiene paralelismo con muchas situaciones de la vida cotidiana. Cualquier persona, aun sin ser consciente de ello, si bien no ha actuado como vendedor en alguna circunstancia seguro que ha participado de una manera más o menos directa en un proceso de venta, ya sea como beneficiado con e intercambio o como parte influyente”. (Pérez A. V., 2016, pág. 55).

Según Soledad C., “La venta es todo conjunto de actividades diseñadas para promover la adquisición de un producto o de un servicio. Por ese motivo la venta requiere de un proceso que ordene todas esas actividades. El objetivo es doble; por un lado satisfacer las necesidades de ese cliente y por otro, obtener una rentabilidad para la empresa que realiza la venta.” (Fernández, 2014, pág. 44)

El Ing. Efrén Vélez manifestó que dentro del conocimiento del mercado para el desarrollo de las ventas tienen varias falencias ya que son una empresa joven y están recién conociendo el mercado, donde podrían mantener una fortaleza pero lamentablemente quien habla es el sistema monetario, no tienen la capacidad para llegar allá, lo cual les impide competir a nivel nacional, lastimosamente el empaque de los productos impide que esto lo realice, ya que las empresas piden muchos registros, y o pueden llenar las expectativas de dichos empresarios porque el empaque de los productos.

5.3.1. VENTAS DIRECTAS.

“La venta directa es un canal de distribución y comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores. La venta directa recupera el verdadero valor del producto, se entiende por venta directa la comercialización fuera de un establecimiento mercantil de bienes y servicios directamente al consumidor, mediante la demostración personalizada por parte de un representante de la empresa vendedora.” (Ongallo, 2013, pág. 77).

“Consiste en hacer llegar el producto al consumidor a través de vendedores propios o agentes comerciales. Los vendedores propios pertenecen a la plantilla de trabajadores de la empresa; los agentes comerciales actúan a nivel individual y venden por cuenta y en nombre del fabricante, sin pertenecer a su plantilla, a cambio de una comisión en base a las ventas realizadas.” (Escudero, 2015, pág. 63).

Las ventas directas son aquel procedimiento en el que consiste la compraventa de un producto o servicio, pero con la diferencia que este se lo realiza personalizada mente, es decir, se llega directamente al consumidor, realizando las demostraciones correctas para que este se empape del producto. Dichas ventas se pueden realizar en el domicilio del comprador, ya sea en un centro comercial, cafetería, hotel o en el mismo centro de trabajo. Es muy importante que la relación personal que maneje el comprador porque de esta dependerá las grandes posibilidades de cerrar la negociación. Las ventas directas como su nombre lo indica son aquellos productos o servicios que se comercializan directamente con el consumidor para la empresa Asoagac si realizan este tipo de ventas ya que interactúan directamente con el consumidor y así conocen sobre los requerimientos que estos deseen.

5.3.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

“Es el recorrido que sigue el producto desde el origen (fabricante) hasta el destino (consumidor). Este recorrido se puede hacer atravesando múltiples etapas o ninguna, es decir, el producto se puede vender a través de múltiples intermediarios, entre el fabricante y el consumidor, o distribuirse de forma directa. El fabricante decide el sistema de comercialización para su producto y elige”. (Escudero, 2015, pág. 99).

Por lo tanto, los canales de distribución son “un conjunto de estrategias, procesos y actividades que se requieren a la hora de recoger los productos donde se fabrican y llevarlos hasta el lugar donde estén disponibles para el cliente. Todo ello se hará en las cantidades necesaria y en las mejores condiciones tanto de consumo como de uso, así como en el momento y lugar en el que los clientes lo deseen”. (Tabuenca, 2015 , pág. 75).

Los canales de distribución como su nombre lo indica son un proceso donde el producto sale desde su fabricación hasta donde está el consumidor, este se lo realiza para conocer dos objetivos, que son: si es que va directo del fabricante al consumidor

o si este pasa antes por varios agentes para luego ser consumido, este proceso de comercialización solo lo puede escoger el fabricante, y que es el dueño del producto a distribuirse. La empresa Asoagac no consta con canales de distribución ya que las personas que desean adquirir sus productos acuden directamente al centro para comprarlo.

5.3.3. VENTAS INDIRECTAS.

“Consiste en hacer llegar el producto al consumidor final a través de uno o más intermediarios, que compran el producto y lo revenden a un precio más alto. Existen dos tipos de intermediarios: detallistas (compran el producto al fabricante o mayorista y lo revenden al consumidor) y mayoristas (compran el producto al fabricante y se lo venden al detallista que posteriormente lo revenderá al consumidor final)”. (Escudero, 2015, pág. 64)

Según los investigados las ventas indirectas no son más que la compra de un producto determinado que no se lo compra directamente al que lo realiza si no que pasa por terceras personas para llegar al consumidor final. Asoagac a su vez no tiene ventas indirectas por lo que es una empresa joven y no se ha expandido mucho, por lo cual no requiere de ventas indirectas.

5.3.4. VENTAS AL POR MAYOR Y MENOR.

“La función de mayoristas no se limita a comprar al fabricante para revender el minorista. El intermediario hace otra serie de actividades que dan lugar a la siguiente clasificación: mayoristas de servicio completo ofrece un surtido muy extenso de productos y servicios; asumen las funciones de almacenar el producto, facilitar las entregas al por menor, concede créditos que facilitan el pago de la mercancía, y también realizan una labor de asesoramiento. Y por otra parte los mayoristas de

servicio limitado ofrecen un número menor de servicios y líneas de productos. Entre ellos se distinguen los mayoristas cash-and-carry que se ubican en grandes superficies y venden los pequeños detallistas en efectivo, ofreciendo un surtido amplio. Los distribuidores en camino operan únicamente en algunas líneas de producto perecederos y por último las cadenas cooperativas de productos están formadas, generalmente por propiedades agrícolas y distribuyen sus productos en ocasiones incluso dotándolos de una marca concreta”. (Escudero, 2015, pág. 66).

Para Ricardo S. y Ana C., “las ventas al por mayor van ligadas al mayorista es un tipo de intermediario que compra los productos al fabricante o a otros intermediarios (mayoristas) para su reventa a otros intermediarios (mayoristas o minoristas). La característica diferencial de un mayorista es que no puede vender sus productos al consumidor final.” (Ana Belen Casado, 2015, pág. 35)

“Las ventas al por menor o detallistas son aquellas donde el fabricante, además de elegir el canal, debe decidir el número de detallistas que ofrecerá el producto a la venta, pues el número de intermediarios es proporcional a la penetración en el mercado. Por ello la política de distribución que se aplica puede ser: intensiva, selectiva o exclusiva. La intensiva es donde el fabricante persigue la venta del producto en el máximo número de establecimientos para alcanzar la máxima cobertura del mercado, a su vez la selectiva consiste en utilizar un número limitado de intermediarios y de puntos de venta para llegar al consumidor y por último la exclusiva esta se produce cuando el fabricante concede a un número limitado de intermediarios el derecho exclusivo de comercializar el producto, teniendo como contrapartida, el fabricante exige al detallista que no venda líneas de productos similares de otras marcas”. (Escudero, 2015, pág. 70)

Según Ricardo Sellers y Ana Casada, “Las ventas detallistas o minoristas es un tipo de intermediario que interviene directamente en la venta de productos a los consumidores finales para su uso personal. Un intermediario realizara las funciones a intermediarios si vende al usuario final, aunque puede vender también a

intermediarios. Los detallistas constituyen el eslabón final de canal de distribución conectando directamente con el mercado.” (Ana Belen Casado, 2015, pág. 45).

Las ventas al por mayor son aquellos en donde el mayorista compra directamente al fabricante de ciertos productos con el fin de venderlo a comerciantes minoristas, por otra parte, las ventas por menor o al detal son todo lo contrario estas son compradas a los mayoristas para poder ser revendidas a los comerciantes pequeños o consumidores finales con un precio más elevado. La empresa Asoagac es una empresa joven dentro del mercado la cual no ha permitido vender al por mayor, ha intentado muchas veces distribuirse en los grandes hipermarket, pero por registros varios no lo ha podido lograr.

CONCLUSIONES

- El Centro de Acopio Asoagac cuenta con una innovación muy buena que no solamente está presente en la infraestructura, sino en las maquinas con las que cuentan para realizar los distintos procesos de producción, pero se encontró que esta innovación no está vinculada a la administración dentro de la organización, de una manera positiva ya que hay muchas falencias en los principales procesos dentro del Centro de Acopio, y no han usado estas ventajas de manera positiva, de hecho mucha de la maquinaria está cumpliendo un papel nulo ya que se encuentran en bodegas por falta de un correcto manual de procesos y capacitaciones, para que los empleados desarrollen y fortalezcan sus habilidades, ya que ambas van de la mano.
- En la entrevista realizada nos pudimos dar cuenta que Asoagac si cuenta con procesos que permiten que su personal se capacite, y tienen una ventaja ya que ellos cuentan con convenios con instituciones públicas, lo que les ahorra un valor significativo trimestralmente, el problema radica en que ellos no se están capacitando es las falencias que presentan por lo que esto no ayudado al desarrollo de las ventas de la empresa, es por esto que Asoagac necesita de una

guía, donde se les exponga los temas esenciales que ellos necesitan para su desarrollo.

- Conforme a los resultados se identifica que el mercado en que actualmente se desarrolla Asoagac, es pequeño y por falta de dinero no ha podido realizar un estudio de mercado apropiado, las personas que adquieren el producto van directamente hasta la parroquia Abdón Calderón donde tienen su sede el cual consta con 12 clientes fijos, aunque Asoagac ha participado en diferentes tipos de ferias de trabajo, las mismas que impulsan a empresas jóvenes para que se den a conocer, no han podido entrar a cadenas de supermercados por no contar con todos los registros que la ley exige.
- Analizamos todos los problemas que presentó la empresa y consideramos realizar una propuesta, basada en un manual de procesos para la adecuada gestión administrativa del Centro de Acopio Asoagac, ya que si una empresa no tiene un orden en cada proceso que realiza diariamente, no tendrá éxito aunque cuente con la mayor innovación y financiamiento posible.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1. IDENTIFICACIÓN

Desarrollar una manual de procesos para la adecuada gestión administrativa del Centro de Acopio Asoagac.

6.2. JUSTIFICACIÓN

La importancia y el correcto uso de las herramientas administrativas es lo que propicia una buena administración que connota al éxito y crecimiento funcional, es por ello que es necesario analizar las deficiencias en los procesos administrativos, creando una manual de procesos, en el área de adquisiciones, ventas, inventario y producción.

Con todos estos procesos se obtendrá una administración óptima y que avance equitativamente con los sistemas tecnológicos.

6.3. OBJETIVOS

6.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar los procesos administrativos para la adecuada gestión comercial del Centro de Acopio Asoagac.

6.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Crear un manual de procesos para la adecuada gestión administrativa del Centro de Acopio Asoagac.

- ✓ Lograr una mejor organización en el Centro de Acopio Asoagac.

6.4. BENEFICIARIOS

6.4.1. DIRECTOS

Centro de Copio Asoagac.

6.4.2. INDIRECTOS

- Socios

-Operarios

-Clientes

-Autoras de la tesis

6.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

“La administración se refiere a planear, organizar, dirigir y controlar, todos los recursos pertenecientes a una organización, con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos. Esta actividad puede ser realizada por un individuo o grupo de individuos que se encargaran de mantener el orden y la organización de una empresa, de un pequeño negocio y hasta de una nación”. (Black, 2016, pág. 56).

Desde la creación del Centro de Acopio Asoagac su objetivo principal siempre ha sido fortalecer la cadena productiva de maní a través del procesamiento de los derivados del mismo a la comunidad de Abdón Calderón e irse expandiendo en el resto de la provincia de Manabí, a precios más bajos y con mayor calidad con una atención personalizada.

Gracias a sus socios que forman parte de su clientela ha podido mantenerse en el mercado a pesar de la falta de dinero para poder expandirse como era su objetivo principal, pese que su administración no ha sido la adecuada para un óptimo desarrollo.

Una vez realizada la evaluación, se pudo determinar que esta empresa, no cuenta con un manual de procesos bien elaborado, lo que provoca que el personal carezca de una descripción detallada de los procesos a su cargo, es por esto que necesitan un manual de procesos en los que se estipulen todas las actividades a ser cumplidas por el personal. Se necesita la aplicación de nuevas técnicas, innovando sus procesos administrativos para su buen funcionamiento. Todo esto, con el propósito de mejorar las actividades de la empresa, a fin de que el personal conozca los procesos que se desarrollan dentro de la empresa y exista responsabilidad, así como cumplimiento de su trabajo.

La proyección de sus socios es contar con empleados que conozcan los distintos procesos que se llevan dentro de la empresa, y que les permita a ellos identificar con rapidez cuando exista un problema, conocer el proceso de sus compras, ventas, producción, y poder contar con un manual que les indique como realizar sus inventarios de ahí la necesidad de contar con todas estas herramientas, para que el rumbo de Asoagac cambie y se innove con los años.

MISIÓN

“Somos una empresa que ofrece el desafío de elaborar y distribuir productos alimenticios derivados del maní capaces de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y nuestro recurso humano, a la vez de cumplir con las expectativas de los productores e inversionistas y colaborar con la sana nutrición de la población a través del empleo de tecnología al servicio de la producción 100% Manabita”

VISIÓN

Para el 2022 constituirnos en un referente a nivel local y nacional, fascinando día a día a nuestra clientela con productos alimenticios derivados de maní, sabrosos y de la más alta calidad, orgullosamente manabitas.

ESTRATEGIAS

- ✓ Aprovechar y optimizar los recursos.
- ✓ Brindar precios de productos con calidad en el servicio, atracción para el cliente.
- ✓ La especialización y conocimiento adecuado de cada una de las áreas del local.
- ✓ Innovar y aplicar las mejores tecnologías para un buen funcionamiento del Centro de Acopio Asoagac.

POLÍTICAS

- ✓ Se debe asistir puntualmente al trabajo.
- ✓ Mantener un trato servicial con los clientes, jefes y compañeros de trabajo.
- ✓ Ser responsables con las funciones encomendadas.
- ✓ En caso de no poder asistir al trabajo, comunicarlo de manera anticipada.

MANUAL DE PROCESOS

El manual de procesos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de una forma ordenada y sistematizada.

“El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación. Suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, máquinas o equipo

de oficina a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar al correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa, en él se encuentra registrada y transmitida sin distorsión la información básica referente al funcionamiento de todas las unidades administrativas, facilita las labores de auditoria, la evaluación y control interno y su vigilancia, la conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente”. (Torres, 2016, pág. 54).

La importancia del manual de procesos está en que ayuda a reducir costos en la empresa y a optimizar los recursos, propone el mejoramiento continuo del desarrollo de las actividades ya que vienen redactadas cada una de ellas de forma descriptiva de tal manera que los empleados puedan cumplir a cabalidad sus funciones y se eviten cualquier tipo de error operativo.

El Manual de Procesos y Procedimientos contiene la información de los principales procesos de cada una de las áreas del Centro de Acopio Asoagac.

OBJETIVOS

- ✓ Cumplir paso a paso con los procedimientos establecidos.
- ✓ Optimizar los recursos, para la realización correcta de las actividades.
- ✓ Servir de guía para los colaboradores de cada uno de los procesos que se lleva a cabo en el Centro de Acopio Asoagac.

POLÍTICAS

- ✓ El manual tiene aplicación para todas las áreas del Centro de Acopio.

- ✓ Todos los procesos deben realizarse de acuerdo al orden establecido en el Manual de Procesos.

- ✓ El gerente general es el responsable de dar a conocer el manual a cada uno de sus empleados.

- ✓ Es responsabilidad del gerente y los empleados cumplir con lo dispuesto en el manual.

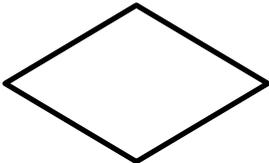
- ✓ En caso de que exista inconformidad con los procesos, el gerente es el encargado de realizar las debidas modificaciones si son necesarias.

SIMBOLOGÍA UTILIZADA

Para una mayor comprensión de los procedimientos, a continuación, se representa gráficamente la simbología utilizada en el levantamiento de los mismos:

Tabla N° 15

Simbología del Flujo grama

| Símbolo | Descripción |
|---|---|
|  | Indicador de inicio o fin de un procedimiento |
|  | Forma utilizada para representar una tarea o actividad |
|  | Forma utilizada para representar una actividad de decisión o conmutación |
|  | Documento |
|  | Conectores |

Elaborado por: Las Autoras del trabajo de titulación.

PROCESO DE ADQUISICIONES

Objetivos:

- ✓ Mediante el proceso de adquisiciones se busca proveer de la materia prima al Centro de Acopio Asoagac, analizando las mejores cotizaciones y proveedores.
- ✓ Mediante un proceso de selección realizada a la materia prima que llevan cada uno de los proveedores, para seleccionar el mejor maní para la elaboración de sus derivados.

Alcance:

Centro de Acopio Asoagac.

Clientes del Proceso:

Administrador, proveedores, empleados.

Entrada:

Materia prima (maní).

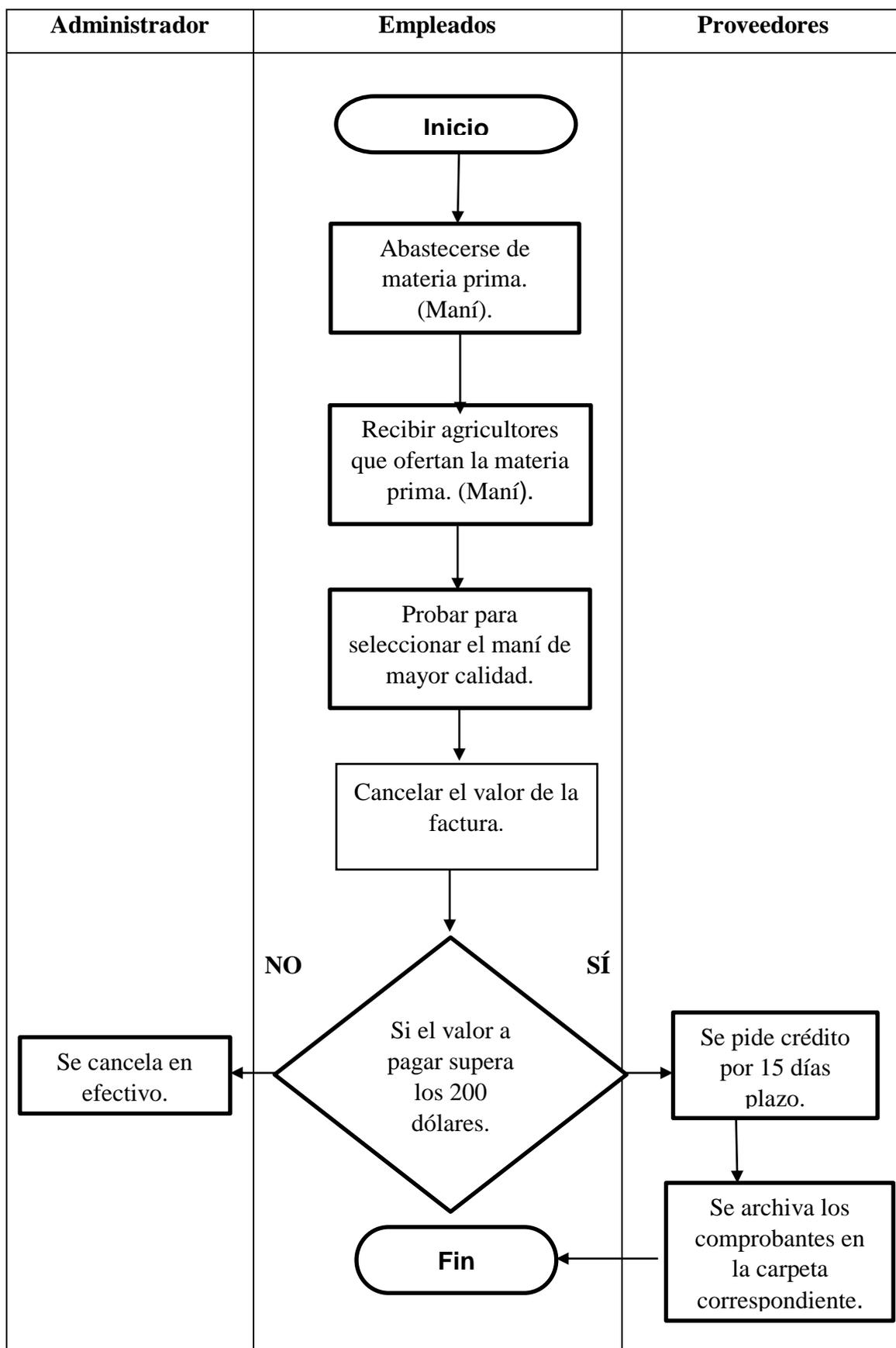
Actividades del Proceso:

El centro de Acopio Asoagac necesita abastecerse de la materia prima para elaborar sus productos que en esta caso es el Maní, mensualmente llegan agricultores al Centro de Acopio llevando el maní que ofertan, donde el encargado de recibir esa materia prima hace una prueba del producto que lleva cada proveedor y elige el de mejor calidad y precio, una vez escogido el producto cancelan su total en efectivo, si el valor a pagar es superior a 200 dólares piden crédito con 15 días plazo, y la factura se almacena en una carpeta que tienen como archivador de comprobantes.

Salida:

Dinero en efectivo.

Tabla N° 16: Proceso de Adquisiciones



Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

PROCESO DE CANCELACIÓN DE FACTURAS DE CRÉDITO A PROVEEDORES

Objetivo:

Mediante el siguiente proceso se detalla los pasos para la cancelación de facturas a créditos.

Alcance:

Centro de Acopio Asoagac

Clientes en el Proceso:

Administrador, proveedor, empleado.

Entrada:

Proveedor

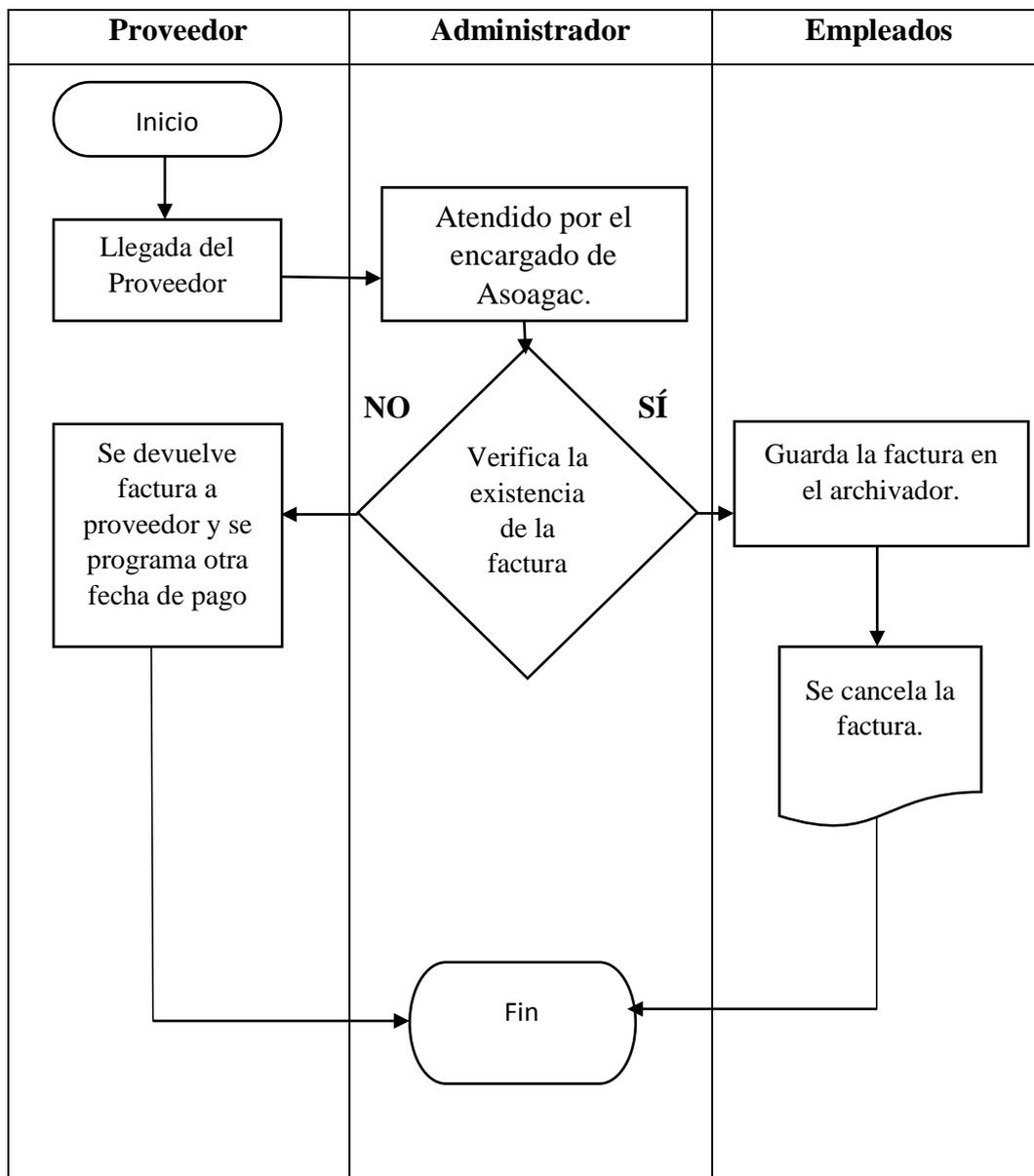
Actividades del Proceso:

Cuando se pide crédito en el Centro de Acopio Asoagac se hace por un lapso de 15 días, luego de esto el proveedor llega a la empresa para realizar el cobro que se le adeuda, es atendido por el encargado de Asoagac, el cual comprueba si la factura existe con los registros que el encargado lleva, si es legítima se procede a hacer el pago del adeudo y pedirle al proveedor la entrega de la factura y se archiva en la carpeta de comprobantes.

Salida:

Cancelación de factura.

Tabla N° 17: Proceso de Cancelación de Facturas de Crédito a Proveedores



Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

PROCESO DE VENTA

Objetivo:

- ✓ Mediante el proceso de venta se busca proveer de los productos derivados del maní a los comerciantes que se desean expandir el producto que ofrece el Centro de Acopio Asoagac.

Alcance:

Centro de Acopio Asoagac.

Clientes del Proceso:

Administrador, empleados, clientes.

Entrada:

Clientes.

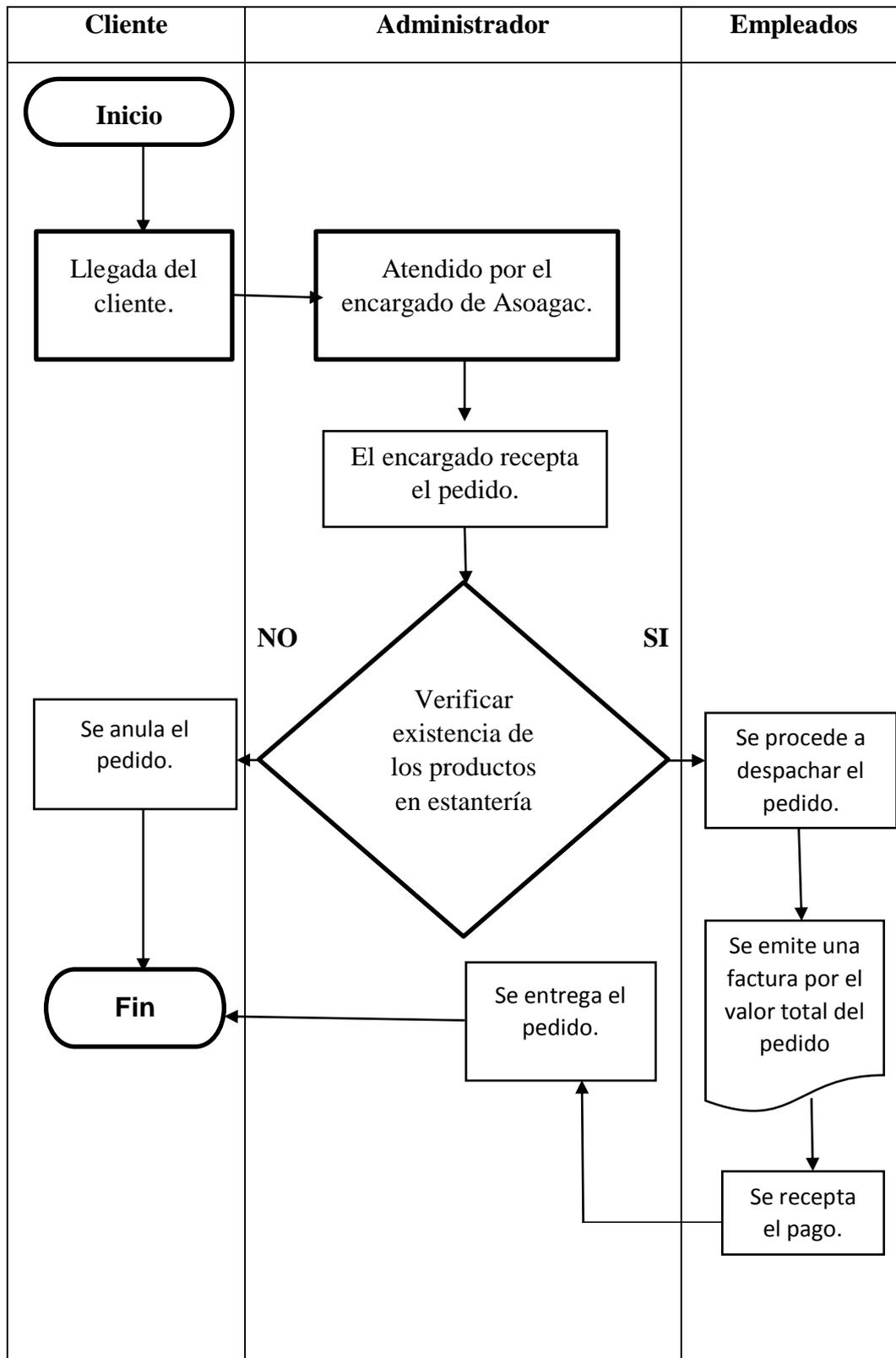
Actividades del Proceso:

Los productos que Asoagac ofrece son derivados del maní como salprietá, maní garrapiñado entre otros, las ventas de los mismos se hacen de manera directa, los clientes que por lo general son vendedores de carretera llegan al Centro de Acopio, son atendidos por el encargado de Asoagac se realiza una lista con los productos que solicitan, el encargado llama a uno de los trabajadores para que verifique si en la estantería hay estos los productos solicitados, si los hay se procede a despachar el pedido y se realiza una factura con el valor a pagar se la entrega al cliente, y una vez cancelada se entrega los productos facturados.

Salida:

Productos de Asoagac.

Tabla N° 18: Proceso de Venta



Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

PROCESO DE INVENTARIO

Objetivo:

- ✓ Mediante el proceso de inventario se busca tener de manera organizada un registro de todos los productos que le empresa tiene en existencia, cuanto se ha vendido, y cuanto quedo por vender, lo mismo que ayuda a tener surtida la empresa con los productos que Asoagac ofrece al mercado.

Alcance:

Centro de Acopio Asoagac.

Clientes del Proceso:

Empleados y administrador.

Entrada:

Inventario.

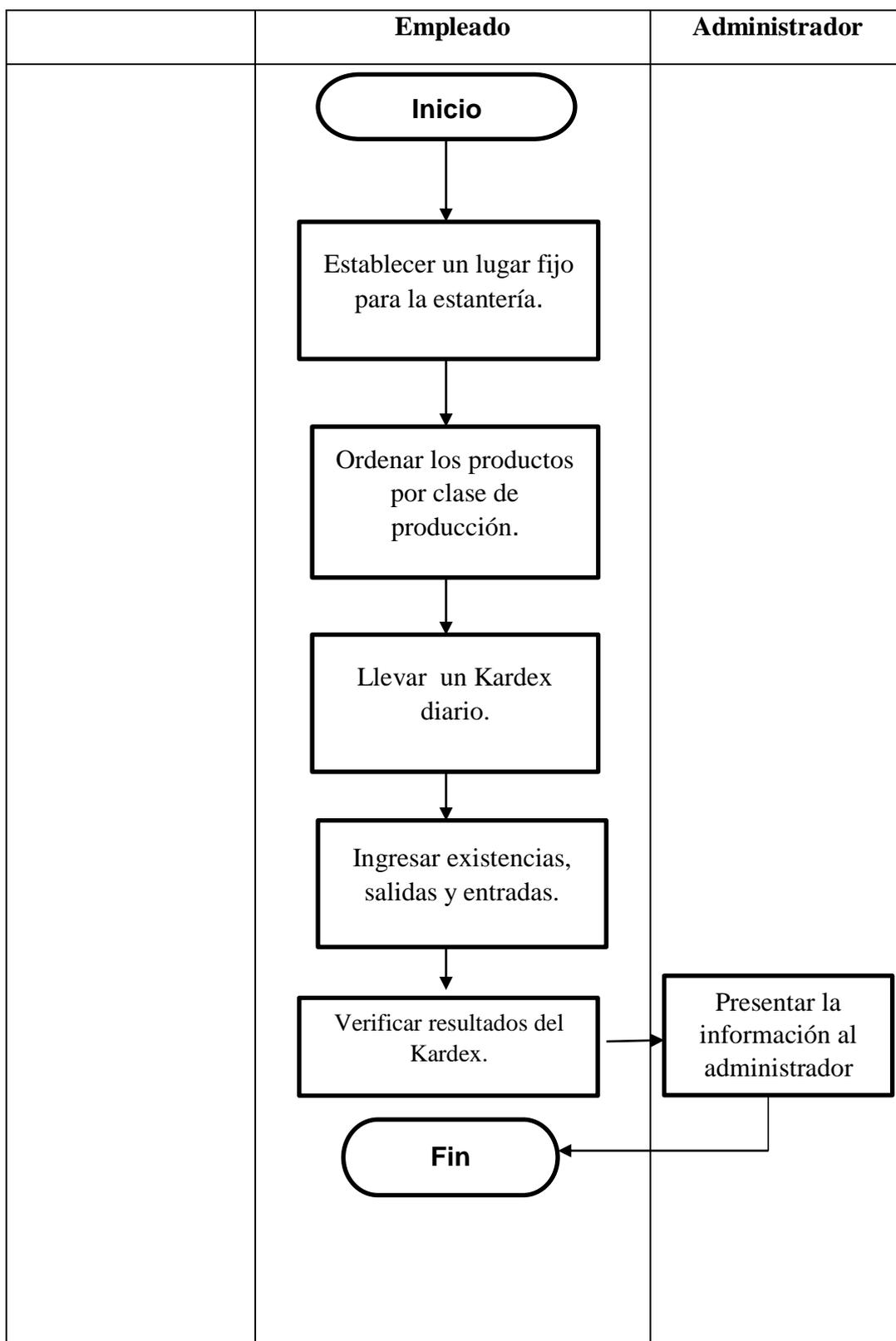
Actividades del Proceso:

En el Centro de Acopio Asoagac se llegó a la idea de usar un sistema de Kardex propuesto por un grupo de estudiantes de la Universidad San Gregorio de Portoviejo después de haber hecho un análisis a la organización de la empresa, y resultó que la hoja de Kardex a diferencia de los otros procedimientos es el más fácil para los empleados quienes hacen un registro manual diario de los productos en existencia que hay en la estantería, cuanto es la salida y entrada de los mismos, todo resultado final que arroje el Kardex debe ser verificado para tener con certeza y rapidez la producción diaria de la empresa.

Salida:

Inventario.

Tabla N° 19: Proceso de Inventario



Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Objetivos:

- ✓ Mediante el proceso de producción Asoagac busca producir diferentes tipos de productos derivados del maní con una tecnología de punta, con la mayor calidad posible y un precio accesible al consumidor final.

Alcance:

Centro de Acopio Asoagac.

Clientes del Proceso:

Empleados, clientes.

Entrada:

Solicitud de producción.

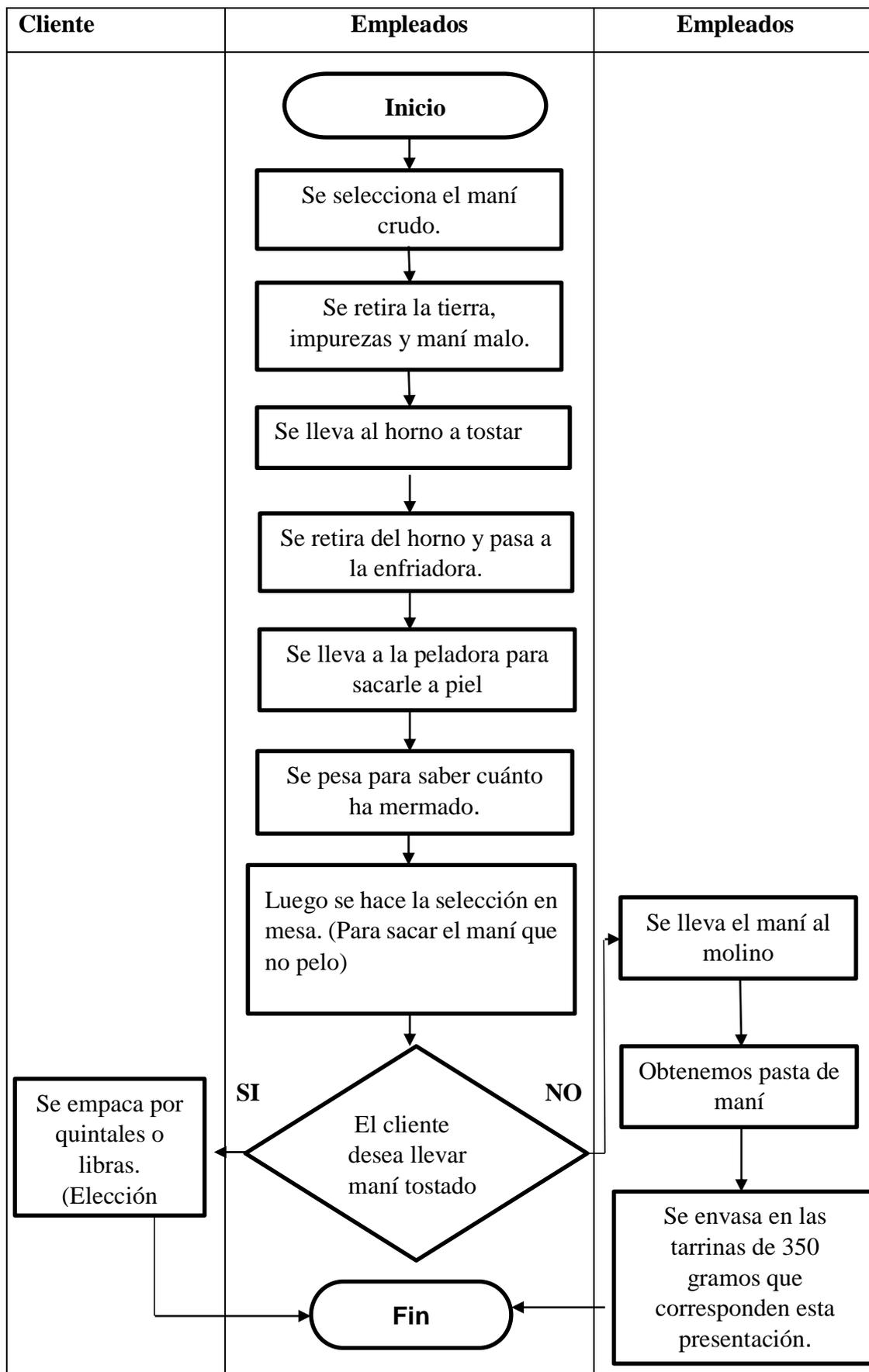
Actividades del Proceso: Maní tostado y Pasta de maní.

Para empezar la producción se realiza la selección del maní crudo que es donde se saca la tierra, el maní malo, las impurezas, de allí va al horno a tostar, luego se saca del horno y va a la enfriadora, luego usamos la peladora para sacarle la piel, luego se pasa para saber cuánto ha mermado desde antes de llevarlo al horno hasta después del pelado, luego se hace la selección en mesa, para sacar el maní que no pelo la maquina o el que tiene hongos, se vuelve a pesar para determinar nuevamente la merma y si el cliente lo desea llevar así allí muere el proceso y lo empacamos a elección del cliente si lo desea en quintales, libras o gramos , y el producto terminado seria maní tostado, pero si no llevamos el maní al molino donde obtenemos el maní molido o pasta de maní y procedemos a envasarlo en tarrinas de 350 gramos.

Salida:

Maní molido y pasta de maní.

Tabla N° 20: Proceso de Producción



Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Objetivos:

- ✓ Mediante el proceso de producción Asoagac busca producir diferentes tipos de productos derivados del maní con una tecnología de punta, con la mayor calidad posible y un precio accesible al consumidor final

Alcance:

Centro de Acopio Asoagac.

Clientes del Proceso:

Empleados, clientes.

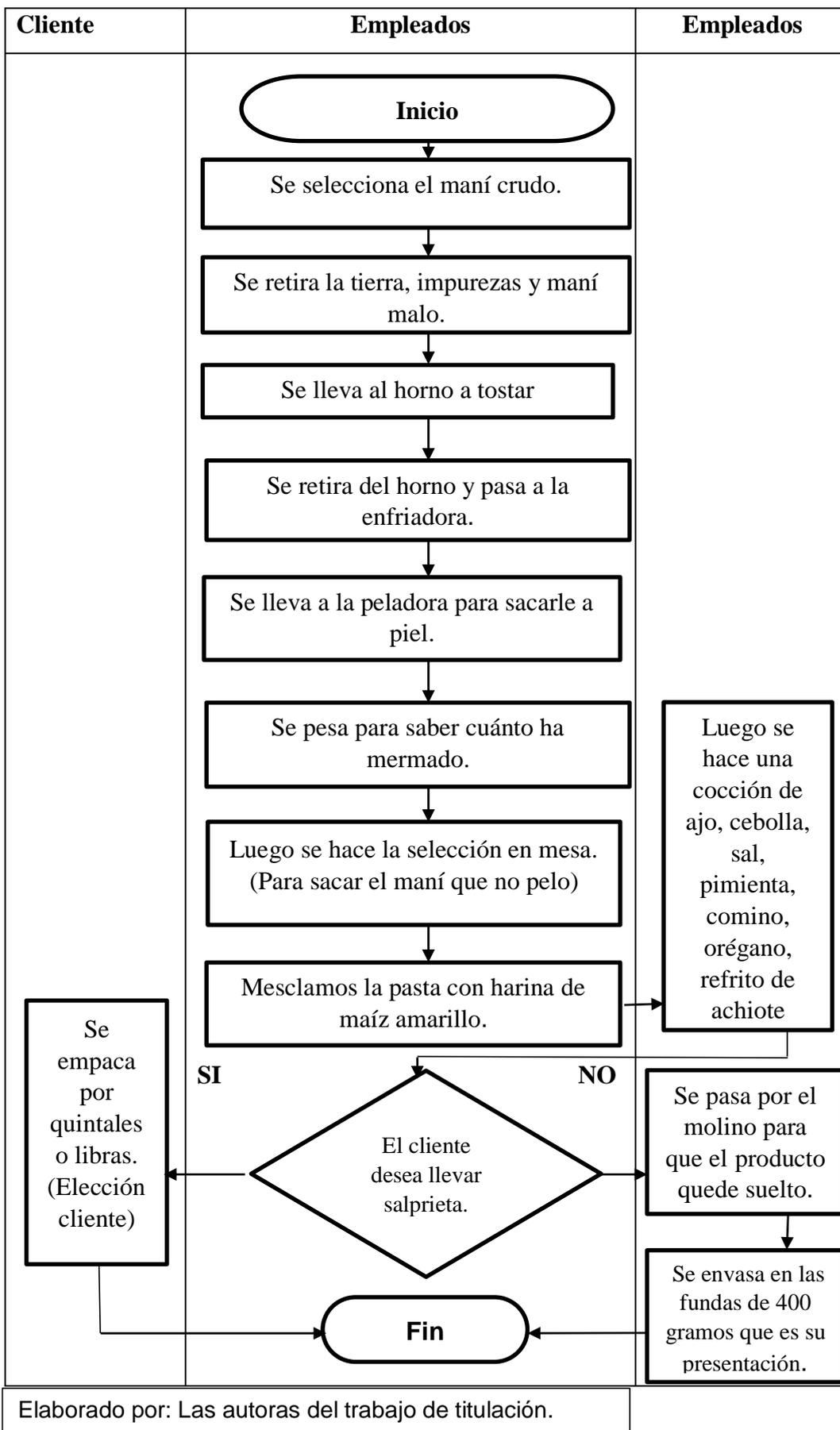
Actividades del Proceso: Salprieda

Para empezar la producción se realiza la selección del maní crudo que es donde se saca la tierra, el maní malo, las impurezas, de allí va al horno a tostar, luego se saca del horno y va a la enfriadora, luego usamos la peladora para sacarle la piel, luego se pasa para saber cuánto ha mermado desde antes de llevarlo al horno hasta después del pelado, luego se hace la selección en mesa, para sacar el maní que no pelo la maquina o el que tiene hongos, se vuelve a pesar para determinar nuevamente la merma, llevamos el maní al molino donde obtenemos la pasta de maní, cogemos la misma y la mezclamos con la harina del maíz amarillo previamente tostado en la planta, luego se hace una cocción de ajo y cebolla, luego se agrega comino, orégano, sal, pimienta y refrito de achiote con aceite, todos estos elementos se los ubica en la mezcladora por un tiempo de media hora para que se condimente bien, posteriormente se lo pasa por el molino donde se muele el maní para que quede suelto el producto y si el cliente desea llevar el producto por libras, quintales o gramos, sino se envasa en las presentaciones correspondientes que son las fundas de 400 gramos.

Salida:

Salprieda

Tabla N° 21: Proceso de Producción



PROCESO DE PRODUCCIÓN

Objetivos:

- ✓ Mediante el proceso de producción Asoagac busca producir diferentes tipos de productos derivados del maní con una tecnología de punta, con la mayor calidad posible y un precio accesible al consumidor final.

Alcance:

Centro de Acopio Asoagac.

Clientes del Proceso:

Empleados, clientes.

Actividades del Proceso: Maní garrapiñado.

En este proceso se hace una selección extrema del maní, donde no quede ningún tipo de impureza, se lo lava y se lo ubica en la mezcladora con agua y azúcar, cuando ya está llegando la mezcla a su punto exacto, es decir se va poniendo espeso se le agrega esencia de vainilla o cualquier saborizante se lo deja enfriar y se lo envasa en fundas de 40 y 80 gramos.

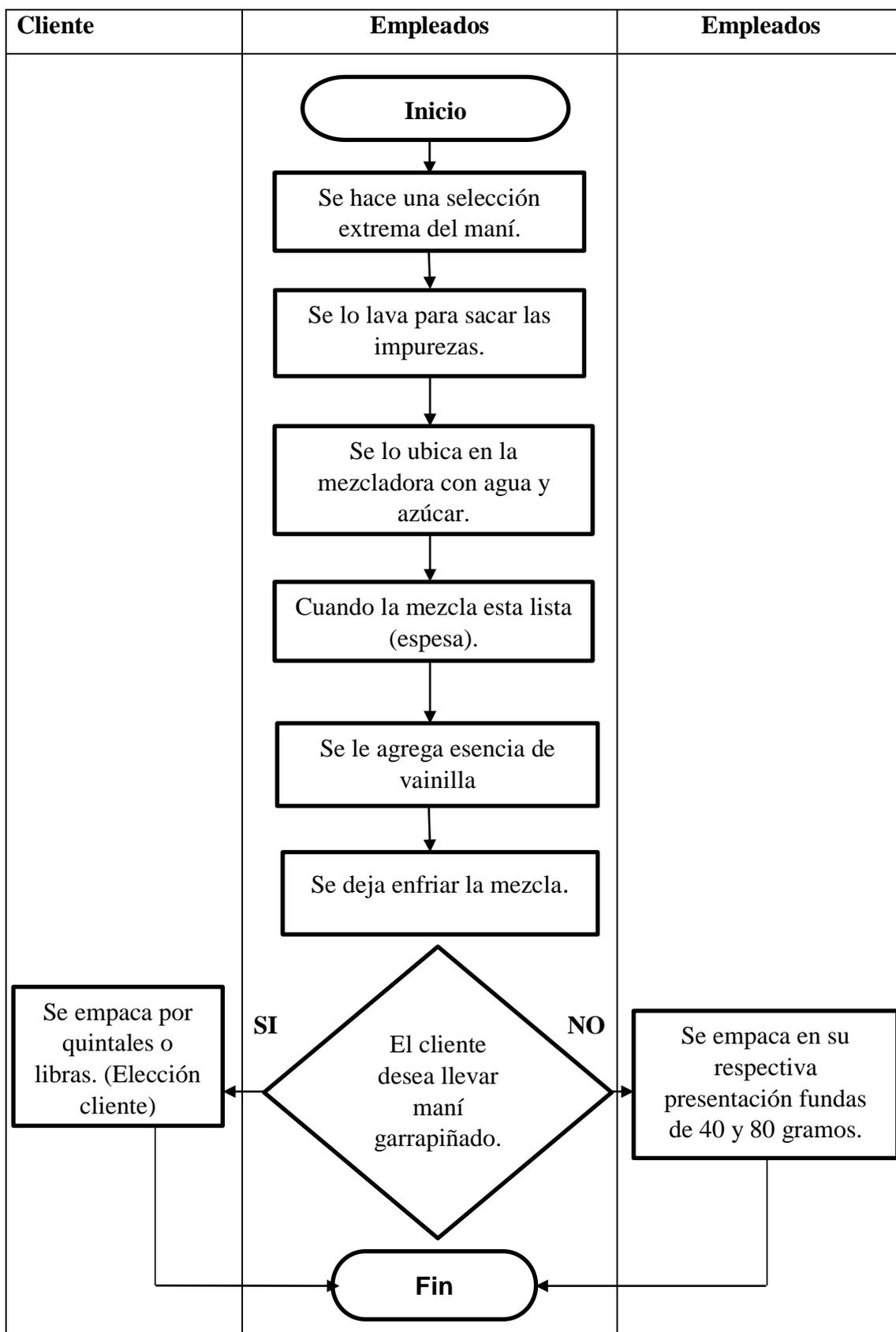
Entrada:

Solicitud de producción.

Salida:

Maní garrapiñado.

Tabla N° 22: Proceso de Producción



Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

6.6. METODOLOGÍA

La implementación de la presente propuesta, inicia con una evaluación general a la empresa para identificar los problemas y debilidades que tenía la misma.

Pudimos darnos cuenta que la empresa no llevaban sus procesos de inventario, adquisiciones, ventas y producción de la manera correcta, ni sus empleados habían recibido capacitaciones en esa área por lo cual, se procedió a proporcionare un manual de procesos respectivamente elaborado, donde de manera sencilla y eficaz se detalla paso a paso cada uno de los procesos donde se presentaron las falencias, continúo a ésta se realizará la capacitación del personal para fortalecer estas áreas y que el personal desarrolle aún más sus habilidades, bajo la tutela de especialistas en el tema.

6.7. Sostenibilidad y Sustentabilidad.

El desarrollo de la propuesta acerca de los procesos administrativos para la adecuada gestión administrativa del Centro de Acopio Asoagac de la ciudad de Abdón Calderón; es de gran utilidad, debido a que se brindó información de las nuevas tendencias administrativas y en procesos, y se las adaptó a las necesidades de la misma, logrando un mejor desenvolvimiento y un conocimiento claro del orden jerárquico y de las funciones a realizar a diario.

La realización del proyecto es con la finalidad de que la propuesta se innove a través del tiempo, sus lineamentos a seguir, y que no tan solo sea cumplir con los objetivos, sino superarlos, mediante una evolución constante, generando un desarrollo sostenible para la misma.

6.8 CRONOGRAMA

Propuesta - Cronograma

| | Abril | | | | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | | | | |
|--|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---|---|
| Semanas | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| Evaluación | X | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Implementación de la estructura organizacional | | | | | | | | | X | X | X | X | | | | | | | | | | | | | | |
| Implementación del manual de procesos | | | | | | | | | | | | | X | X | X | X | | | | | | | | | | |
| Capacitaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | X | X | | | X | X |

Elaborado por: Las autoras del trabajo de titulación.

6.9 PRESUPUESTO

La implementación del Manual de Procesos, tendrá un costo aproximado de ochocientos dólares americanos, y la capacitación al personal tendrá un valor de mil dólares americanos gracias a que el Centro de Acopio cuenta con convenios que ayudan amortizar el valor.

El total del presupuesto será financiado por los socios del Centro de Acopio Asoagac.

BIBLIOGRAFIA

1. **ÁGUILA FLORES ARTURO, T. M.** (2016). *Análisis de la innovación , la tecnología, los recursos humanos y la infraestructura, como impulsores de la competitividad del sector autopartes.* Mexico.
2. **AMAT, O.** (2015). *Las Empresas de Alto Crecimiento.* Madrid: Universidad del Sur.
3. **ARBÓS, L. C.** (2012). *Procesos. Relación entre productos y procesos .* Madrid: Diaz de Santos .
4. **ARMEDIO, L.** (2015). *Elementos para Programar, Ejecutar y Evaluar Actividades de Capacitación.* Caracas: CIDIA.
5. **BEDOYA, Á. R.** (2013). *LOS CLÁSICOS DE LA GERENCIA.* Bogota: Universidad del Rosario.
6. **BLACK, H.** (2016). *Administración .* México : Pearson Educación.
7. **BOCANEGRA, C.** (2015). *Alcances y Limitaciones del Modelo de Competencia Perfecta.* México: Sonora.
8. **CALDAS BLANCO MARIA EUGENIA, R. C.** (2015). *Empresa e iniciativa emprendedora.* Madrid: editex.
9. **CASADO ANA BELEN, S. R.** (2015). *Introducción al marketing.* club universitario.
10. **CASTILLÓN, M. A.** (2013). *El desarrollo organizacional y el cambio planeado.* Bogotá: Universidad del Rosario.
11. **CASTILLÓN, M. A.** (2015). *El Desarrollo Organizacional Y el Cambio Planeado.* Bogotá: Universidad del Rosario.
12. **CID, V.** (2014). *Manual de procesos.* Madrid: CEP S.L.
13. **CIPRIANO ALFREDO, G. L.** (2014). *Proceso administrativo.* México: patria.
14. **CONTRERAS, E. A.** (2015). *Desarrollo Organización y Recursos Humanos: visión retrospectiva.* México.
15. **CORONA, F. M.** (2016). *Diccionario Enciclopedico de Estrategia Empresarial.* Madrid: Días de Santos S.A.
16. **CRESPO TOMAS., L. J.** (2014). *Administración de empresa volumen II.* Sevilla: editorial mad.
17. **DE LA ROSA SUSANA, A. A.** (2015). *Diseño de un plan de mejoramiento administrativo para los departamentos de compra logística y recursos humanos en la empresa Bruzca.* Cartagena.
18. **ESCALADA, S. F.** (2011). *Análisis del Proceso Administrativo y su Incidencia en la Operatividad de la Empresa Mercredi S.A.* Ibarra.

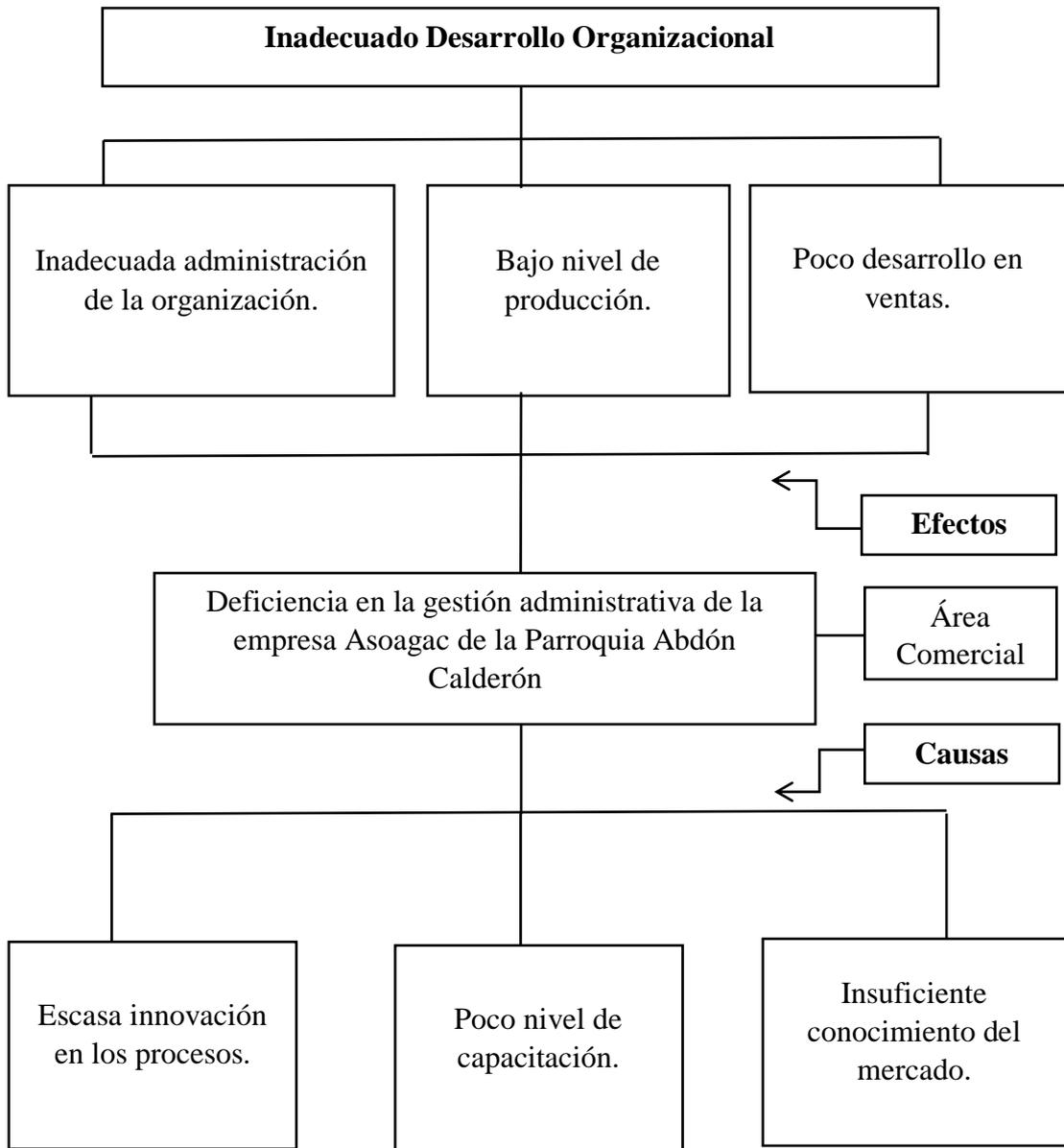
19. **ESCUADERO, M. J.** (2015). *Operaciones administrativas de compraventa*. Madrid: Paraninfo.
20. **ESPINOZA, R. E.** (2012). *Propuesta de un Plan de Gestión Administrativa y operativa para el auto Gut macanicentro*. Cuenca.
21. **FERNÁNDEZ, S. C.** (2014). *Técnicas de ventas*. España : nobel .
22. **FLORES, O. S.** (2015). *Proceso administrativo y gestión empresarial en coproabas*. Nicaragua.
23. **FREEMAN EDWARD, R. D.** (2014). *Administración*. México: progreso s.a.
24. **GONZALEZ M. CARLOS, G. M.** (2014). *La calidaad en las organizaciones turísticas*. Madrid: paraninfo.
25. **GORDILLO, J. V.** (2016). *Análisis de implementación de desarrollo organizacional y su incidencia en el servicio al cliente de la microempresa artesanal mecánica industrial y automotriz*. Guayaquil.
26. **GORDON, W. H.** (2015). *Presupuesto: planificación y control*. México: pearson educacion.
27. **HERNÁNDEZ, Z. T.** (2014). *Teoría general de la administración*. México : patria .
28. **JIMENEZ, C.** (2016). *Análisis de la Competencia*. Caracas: HYJ.
29. **JURADO, M. S.** (2015). *Estrategias de Producción*. Bogotá: ISA.
30. **LAHIDALGA, I. R.** (2014). *Desarrollo organizacional de una cooperativa de trabajo asociado y la aplicación de sus estudiantes y docentes*. España.
31. **LAMATA, F.** (2016). *Manual de Administración*. México: Diaz Santos.
32. **LOPEZ, D. B.** (2013). *Análisis del Proceso Administrativo y su Incidencia en la Operatividad de la Empresa Mercredi S.A.* milagros.
33. **MARTINEZ, M. A.** (2013). *El desarrollo Organizacional en las pequeñas empresas una propuesta de intervención interactiva*. México.
34. **MELLO, F. A.** (2014). *Desarrollo Organizacional Enfoque Integral*. España: Limusa Noriega Editores.
35. **MELLO, F. D.** (2014). *Desarrollo organizacional: enfoque integral*. México: Limusa.
36. **MERCHANT, L.** (2013). *Actualizaciones para el Desarrollo Organizacional*. México: Ramirez.
37. **MESTER, J.** (2017). *Entrenamiento de la Técnica*. Madrid: Paidotribo.
38. **MUÑOS, C. A.** (2015). *El proceso Administrativo del Gad Parroquial San Sebastián y su Incidencia en la Gestión Organizacional de la Institución*. Portoviejo.
39. **MYORGA A. CESAR, R. G.** (2016). *Los procesos de producción y la productividad en la industria de calzado ecuatoriana: caso empresa Mabelyz*. ambato.
40. **NAVARRO, M. S.** (2017). *Fundamentos Empresariales*. Madrid: Esic Business.
41. **OBANDO, J. R.** (2016). *Elementos de la Microeconomía*. Barcelona: EUNED.

42. **ONGALLO, C.** (2013). *El libro de la venta directa* . Madrid : Diaz de Santo .
43. **OÑA, E. M.** (2015). *Modelo de gestión estrategia y desarrollo organizacional en la bodega chelita de la ciudad de Santo Domingo*. santo domingo.
44. **PAÑO, B. L.** (2014). *Plan estratégico y desarrollo organizacional en el almacén la casa del radiador de santo domingo, 2014*. santo domingo.
45. **PEDRAZA, L. Y.** (2014). *El desarrollo organizacional, la cultura, la gestión del cambio, como herramientas fundamentales para asegurar la competitividad de las organizaciones*. Bogota, Colombia.
46. **PÉREZ, A. V.** (2016). *Técnicas de ventas*. innova.
47. **PÉREZ, R. R.** (2015). *Ciencia, tecnología y sociedad desde la perspectiva de la educación*. palibrio.
48. **PORTER, H. B.** (2014). *Administración*. México: pearso educación.
49. **RADIOGÓNICA, I. G.** (2017). *Organización y Administración 1*. Guatemala: iger .
50. **RAMIREZ, C.** (2016). *Fundamentos de administración*. bogotá.
51. **RIBES, E.** (2017). *Psicología de Aprendizaje*. Madrid: El Manual Moderno.
52. **RIVERA, J.** (2015). *Dirección de Marketing*. Catagena: ESIC.
53. **ROBBINS, S.** (2010). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Education.
54. **RUIZ, B. L.-P.** (2010). *La esencia del marketing* . Barcelona : upc.
55. **SAINZ ANA, B. J.** (2015). *Claves para gestionar precio, producto y marca. effective Management*.
56. **SÁNCHEZ, M. J.** (2011). *El Proceso Innovador y Tecnológico*. España: Netbiblo, S.L.
57. **SPENCER, M.** (2015). *Economía Contemporánea*. Barcelona: Reverte S.A.
58. **TABUENCA, M. D.** (2015). *Gestión y coordinación de los canales de distribución de seguros* . España : elearning.
59. **TORRES, M. G.** (2016). *Manual para Elaborar Manuales*. Madrid: Cempro.
60. **TOVAR, A.** (2017). *CPIMC*. México: Panorama editorial.
61. **VALLE, D. L.** (2016). *La Auditoria de Gestión y su Incidencia en el Poder Administrativo*. jipijapa.
62. **VERNOOY, R.** (2015). *El Aprendizaje Colaborativo en Accion*. Guatemala: HYD.
63. **VERTICES, P.** (2010). *Atención al cliente: calidad en los servicios funerarios* . España : vertices .
64. **WELLS, K.** (2014). *Fundamentos de Economía*. Barcelona: Berkeley.

ANEXOS

ANEXO #1

Árbol del problema



ANEXO #2



CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TEMA: LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU APOORTE AL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA ASOAGAC DE LA PARROQUIA ABDON CALDERON

OBJETIVO GENERAL: ANALIZAR EL APOORTE DE LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN DESARROLLO ORGANIZACIONAL.

ENTREVISTA REALIZADA AL ING.ÈFREN VÈLEZ ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA ASOAGAC.

- 1.- ¿Cuáles son los procesos de innovación que usted ha empleado dentro de la empresa?

- 2.- ¿Cómo administrador de ASOAGAC, ¿cuáles serían los procesos administrativos que desarrolla la empresa?

- 3.- ¿Su personal recibe capacitación para poder mejorar su proceso de producción?

- 4.- ¿Qué instituciones les brinda dicha capacitación?

- 5.- ¿Cuáles son los tipos de asistencia que actualmente percibe la empresa?

- 6.- Considera que la capacitación y asistencia técnica ha permitido mejorar la producción de la empresa.

- 7.- ¿Cree usted necesario conocer el mercado para el desarrollo de las ventas?

- 8.- ¿Cuáles son los problemas que hay que superar para lograr competitividad al mercado?

ANEXO #3



CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TEMA: LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU APOORTE AL DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA ASOAGAC DE LA PARROQUIA ABDON CALDERON

OBJETIVO GENERAL: ANALIZAR EL APOORTE DE LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN DESARROLLO ORGANIZACIONAL.

ENTREVISTA REALIZADA AL ING. XAVIER DUEÑAS ESPINOZA.

- 1.- ¿Cuáles son los procesos de innovación que se debe aplicar dentro de una empresa agrícola?
- 2.- ¿Cuáles son los procesos administrativos que debe desarrollar una empresa agrícola?
- 3.- ¿Cuáles son los tipos de asistencia que debe recibir una empresa agrícola actualmente?
- 4.- ¿En qué aporta la capacitación y asistencia técnica en las empresas?
- 5.- ¿Cree usted necesario conocer el mercado para el desarrollo de las ventas?
- 6.- ¿Cuáles son los problemas que hay que superar para lograr competitividad en el mercado?
- 7.- ¿Cree usted necesario diseñar una propuesta para mejorar el desarrollo de las ventas en las empresas del sector agrícola? ¿Cuáles considera indispensables?

ANEXO #4



ANEXO #5



ANEXO #6



ANEXO #7

