



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de Investigación previo a
la obtención del título de Ingeniera
en Gestión Empresarial.

Título del Proyecto de Investigación:

**“GESTIÓN POR PROCESOS Y SU RELACIÓN CON LA COMERCIALIZACIÓN
DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN LA UNIDAD NACIONAL DE
ALMACENAMIENTO EP, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014.”**

Autor:

Ángela Cecibel Avilés Pérez

Director de Proyecto de Investigación:

Lcdo. Luis Villota Guevara, M.Sc

QUEVEDO – ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Ángela Cecibel Avilés Pérez**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Ángela Cecibel Avilés Pérez

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, **Sr. Luis Villota Guevara**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifico que la egresada **Ángela Cecibel Avilés Pérez**, realizo el Proyecto de Investigación de Grado Titulado **“GESTIÓN POR PROCESOS Y SU RELACIÓN CON LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN LA UNIDAD NACIONAL DE ALMACENAMIENTO EP, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Lcdo. Luis Villota Guevara, M.Sc.
DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Quevedo, 29 de Diciembre del 2015

Lcdo.

Edgar Pastrano Quintana, M,Sc

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

En su despacho.-

De mi consideración:

Por medio de la presente me permito a certificar, que la Sra. Avilés Pérez Ángela Cecibel, egresada de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, ha culminado su Proyecto de Investigación con el tema **“GESTIÓN POR PROCESOS Y SU RELACIÓN CON LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN LA UNIDAD NACIONAL DE ALMACENAMIENTO EP, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014”**, al mismo tiempo adjunto la legitimación de idoneidad del documento emitido por el sistema anti plagio **URKUND** con un porcentaje de originalidad del 90% y un porcentaje de similitud con otras tesis del 10% que se adjunta a la presente. Cumpliendo de esta manera con el reglamento para la obtención del título y la normativa establecida por la universidad. Adjunto se indica el documento del sistema anti plagio Urkund que sustenta de manera real lo indicado.

| URKUND | |
|--------------|---|
| Document | MARCO CONTEXTUAL ANGELA AVILES (angela cecibel aviles perez).docx (D16885518) |
| Submitted | 2015-12-22 19:45 (-05:00) |
| Submitted by | angela_cecibel@hotmail.com |
| Receiver | lvillota.uteq@analysis.orkund.com |
| Message | Re: PROYECTO DE INVESTIGACION PDTA Show full message |
| | 10% of this approx. 21 pages long document consists of text present in 4 sources. |

Por la atención que sirva dar a la presente, le anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Lcdo. Luis R. Villota Guevara, MSc.
DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“GESTIÓN POR PROCESOS Y SU RELACIÓN CON LA COMERCIALIZACIÓN
DE INSUMOS AGRÍCOLAS EN LA UNIDAD NACIONAL DE
ALMACENAMIENTO EP, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2014”**

Presentado a la Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial

Aprobado por:

Ing. César Muñoz Heredia, M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dra. Fresia Rizo Zamora, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Pedro Miranda Ullón, M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO - ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

Primero quiero brindar un agradecimiento especial a Dios y padres por protegerme y guiarme siempre en todo mi camino y generarme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida.

Así mismo de manera muy afectuosa a mis padres, que con su demostración personal y ejemplar me han enseñado a no rendirme ante las adversidades de la vida y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mi esposo e hijos que han hecho posible lograr esta meta. Mis docentes, gracias por su apoyo así como por la sabiduría y los conocimientos que supieron transmitirme en el desarrollo de mi formación profesional y personal.

Al Lcdo. Luis Villota, M.Sc, director del proyecto de investigación, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma. Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

También es necesario hacer extensivo mi agradecimiento a los docentes que formaron parte del miembro de tribunal, los mismos que con su paciencia, conocimientos y experiencia hacen posible lograr este objetivo profesional.

Ángela Cecibel Avilés Pérez

DEDICATORIA

Principalmente este trabajo se lo dedico a Dios, por haberme dado la vida, guiarme por el camino correcto y por permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Y de manera muy especial a mis padres, por ser los pilares más importantes, por enseñarme a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mis hermanos quienes han sido, son y serán mi motivación, inspiración y felicidad.

De la misma manera dedico a esposo, hijos, compañeros y familiares, porque sin el equipo que formamos, no hubiésemos logrado esta meta de mucha importancia para todos.

Ángela Cecibel Avilés Pérez

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

La presente investigación se realizó en la ciudad de Quevedo y el objetivo principal fue realizar un análisis a la gestión por proceso de comercialización de insumos agrícolas de la Unidad Nacional de Almacenamiento EP del cantón Quevedo, Año 2014 por medio de entrevistas realizadas al administrador, encuestas a los colaboradores y clientes de la empresa que son los productores de los cultivos arroz, maíz, soya, banano etc. del Cantón Quevedo, cuya actividad como institución del Estado Ecuatoriano contribuye de manera efectiva al mercado agropecuario, por medio de actividades económicas de almacenamiento, administración, distribución, y comercialización de los insumos agrícolas. Logrando su permanencia en el mercado.

Los directivos se orientan a la gestión de los procesos de comercialización de los insumos agrícolas que son los que generan rentabilidad, en este contexto la empresa de la unidad nacional de almacenamiento UNA EP, del Cantón Quevedo, manteniendo su portafolio de clientes en función de la comercialización pero con inconvenientes debido a la competencia que la rodea, por lo que se recomienda que como factor fundamental los directivos se allanen a la aplicación secuencial de las funciones administrativas, ya que le permitirá actuar de manera acertada en la gestión de los procesos de comercialización de sus productos ofertados en el mercado y por consiguiente incrementar portafolio de clientes.

En el desarrollo de la investigación, se logró identificar que los agricultores son los que promueven la circulación de los productos agrícola, por tal motivo se debe mejorar la comercialización de insumos que se realiza y adaptar a las nuevas realidades los modelos tradicionales de distribución para abrir nuevos mercados y tecnificar el proceso de comercialización en la zona.

Palabras claves: Gestión, Proceso, Comercialización, Insumos agrícolas

ABSTRACT AND KEYWORDS. (Ingles)

This research was conducted in the city of Quevedo and the main objective was to analyze the management of the marketing process of agricultural inputs of National Unity Storage EP Quevedo Canton, Year 2014 interview conducted by the administrator, surveys to employees and enterprise customers are producers of rice crops. Corn, soybeans, bananas etc. Quevedo Canton, whose activity as an institution of the Ecuadorian State contributes effectively to the way agricultural market, through economic activities of storage, management, distribution, and marketing of agricultural inputs. Making their stay in the market.

Managers are geared more to the process of marketing of agricultural inputs that are generating returns, in this context storage company UAN-EP, the Canton Quevedo has maintained its portfolio of customers based on the market but with drawbacks due to competition around it, so it is recommended that as a fundamental factor managers are pave the sequential application of administrative functions, as it will allow to act rightly in the management of marketing processes of their products offered in the market and therefore increase customer portfolio.

In the course of the investigation, it is possible to identify that farmers are those that promote the circulation of agricultural products, for this reason it must improve marketing of inputs is done and adapt to new realities traditional distribution models to open new markets and introduce technology commercialization process in the area.

Keywords: Management, Process, Marketing, Agricultural inputs

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----------|
| Portada | i |
| Hoja en blanco | ii |
| Declaración de autoría y cesión de derechos | iii |
| Certificación de culminación del proyecto de investigación | iv |
| Certificado del reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico | v |
| Certificado de aprobación por tribunal de sustentación | vi |
| Agradecimiento | vii |
| Dedicatoria | viii |
| Resumen ejecutivo y palabras claves | ix |
| Abstract and keywords (Ingles) | x |
| Tabla de contenido | xi |
| Índice de cuadros | xv |
| Índice de gráficos | xvi |
| Codigo dublin | xvi |
| Introducción | 1 |
| CAPITULO I. CONTEXTUALIZACION DE LA INVESTIGACION | 3 |
| 1.1.Problema de la investigación | 4 |
| 1.1.1. Planteamiento del problema | 4 |
| 1.1.1.1.Diagnostico | 5 |
| 1.1.1.2.Pronostico | 5 |
| 1.1.2. Formulación del problema | 6 |
| 1.1.3. Sistematización del problema | 6 |
| 1.2.Objetivos | 6 |
| 1.2.1. General | 6 |
| 1.2.2. Específicos | 7 |
| 1.3.Justificación | 7 |
| CAPITULO II. FUNDAMENTACION TEORICA DE LA INVESTIGACION | 8 |
| 2.1. Marco conceptual | 9 |
| 2.1.1. Gestión Empresarial. | 9 |
| 2.1.2. Gestión de procesos. | 9 |
| 2.1.3. Tipos de procesos. | 10 |
| 2.1.4. Gestión. | 10 |
| 2.1.5. Gestión de negocios. | 11 |
| 2.1.6. Proceso Empresarial. | 11 |
| 2.1.7. Indicadores de gestión. | 12 |
| 2.1.8. Procesos. | 12 |
| 2.1.9. Los Procesos claves. | 13 |
| 2.1.10. Subprocesos. | 13 |
| 2.1.11. Procedimientos. | 14 |
| 2.1.12. Proyectos | 14 |
| 2.1.13. Administración. | 14 |
| 2.1.14. La empresa. | 15 |

| | |
|---|----|
| 2.1.15. Empresa Agrícola | 15 |
| 2.1.16. Importancia. | 16 |
| 2.1.17. Los fines de la empresa. | 16 |
| 2.1.18. La empresa privada. | 16 |
| 2.1.19. La empresa pública | 16 |
| 2.1.20. Tipos de empresa. | 17 |
| 2.1.21. Comercialización. | 17 |
| 2.1.22. Producto. | 18 |
| 2.1.23. Clientes. | 18 |
| 2.2. Marco referencial. | 19 |
| 2.2.1. Administración. | 19 |
| 2.2.1.1. Gerente. | 19 |
| 2.2.1.2. Administradores | 19 |
| 2.2.2. Las funciones administrativas. | 20 |
| 2.2.3. Proceso administrativo. | 22 |
| 2.2.3.1. Planificar. | 23 |
| 2.2.3.1.1. Importancia de la planificación. | 23 |
| 2.2.3.2. Organizar | 24 |
| 2.2.3.3. Propósitos de la organización. | 25 |
| 2.2.3.4. Tipos de organizaciones. | 25 |
| 2.2.3.4.1. Organización formal. | 25 |
| 2.2.3.4.2. La organización formal debe ser flexible. | 25 |
| 2.2.3.4.3. Organización Informal. | 25 |
| 2.2.3.4.4. Principios de organización. | 25 |
| 2.2.3.5. Coordinar | 26 |
| 2.2.3.5.1. Factores que influyen en la estructura organizacional. | 27 |
| 2.2.3.6. Dirigir | 28 |
| 2.2.3.7. Controlar | 29 |
| 2.2.3.7.1. Propósito y función del control. | 29 |
| 2.2.4. La empresa. | 30 |
| 2.2.4.1. Tipos de Empresa. | 30 |
| 2.2.4.2. Importancia. | 31 |
| 2.2.4.3. Elementos que forman la empresa. | 31 |
| 2.2.4.4. Bienes materiales. | 32 |
| 2.2.4.5. Hombres. | 32 |
| 2.2.4.6. Sistemas. | 32 |
| 2.2.5. Fines de la empresa objetivamente considerada. | 34 |
| 2.2.6. La empresa privada. | 34 |
| 2.2.7. La empresa pública. | 34 |
| 2.2.8. Empresa agrícola. | 35 |
| 2.2.9. Comercialización. | 35 |
| 2.2.9.1. Comercio interno y externo. | 36 |
| 2.2.9.1.1. Comercio. | 36 |
| 2.2.9.1.2. Comercio Nacional. | 36 |
| 2.2.9.1.3. Comercio Internacional. | 36 |
| 2.2.9.1.4. Importación. | 36 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.10. La gestión por procesos. | 37 |
| 2.2.11. Definición de proceso. | 37 |
| 2.2.12. Procesos de gestión y recursos. | 37 |
| 2.2.13. Clasificación o tipos de procesos. | 37 |
| 2.2.14. Gestión | 38 |
| 2.2.14.1. Gestión de procesos. | 39 |
| 2.2.14.2. Gestión administrativa. | 39 |
| 2.2.14.3. Gestión empresarial. | 39 |
| 2.2.14.4. Indicadores de Gestión. | 40 |
| 2.2.14.5. Gestión comercial. | 41 |
| 2.2.15. Modelos de gestión. | 41 |
| 2.2.16. Modelos conceptuales de gestión de la calidad. | 42 |
| 2.2.17. Insumos, | 44 |
| 2.2.17.1. Tipos de Insumos. | 45 |
| 2.2.18. Insumos agrícolas. | 45 |
| CAPITULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION | 47 |
| 3.1. Localización | 48 |
| 3.2. Tipos de investigación | 48 |
| 3.2.1. Bibliográfica | 48 |
| 3.2.2. Exploratoria | 48 |
| 3.2.3. Aplicada | 48 |
| 3.3. Métodos de investigación | 49 |
| 3.3.1. Deductivo | 49 |
| 3.3.2. Inductivo | 49 |
| 3.3.3. Analítico | 49 |
| 3.4. Fuentes de recopilación de información | 49 |
| 3.4.1. Primarias | 50 |
| 3.4.2. Secundarias | 50 |
| 3.5. Diseño de la investigación | 50 |
| 3.6. Instrumentos de investigación | 51 |
| 3.6.1. Observación | 51 |
| 3.6.2. Encuesta | 51 |
| 3.6.3. Entrevista | 51 |
| 3.7. Tratamientos de los datos | 51 |
| 3.8. Recursos humanos y materiales | 52 |
| 3.8.1. Humanos | 52 |
| 3.8.2. Materiales | 52 |
| 3.9. Población y muestra | 52 |
| 3.9.1. Población | 52 |
| 3.9.2. Muestra | 53 |
| CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSION | 54 |
| 4.1. Resultados | 55 |
| 4.1.1. Resultados de las encuestas aplicada a los colaboradores de la UAN-EP, Cantón Quevedo | 55 |
| 4.1.1.2. Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa unidad de almacenamiento EP del Cantón Quevedo | 67 |

| | |
|--|-----------|
| 4.1.2. Entrevista aplicada al administrador de la unidad nacional de almacenamiento EP. Cantón Quevedo. | 74 |
| 4.1.2.1. Análisis de la entrevista realizada al administrador de la Unidad Nacional de Almacenamiento EP cantón Quevedo. | 76 |
| 4.1.3. Análisis de la situación actual de la empresa unidad de almacenamiento-EP, Cantón Quevedo | 77 |
| 4.1.3.1. Misión | 77 |
| 4.1.3.2. Visión | 77 |
| 4.1.3.3. Valores | 77 |
| 4.1.3.4. Gestión de proceso y su relación con la comercialización de insumos | 79 |
| 4.1.3.4.1. Introducción | 79 |
| 4.1.3.4.2. Clientes | 79 |
| 4.1.3.4.3. Colaboradores | 79 |
| 4.1.3.4.4. Proceso administrativo y liderazgo | 80 |
| 4.1.4. Discusión | 82 |
| CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 84 |
| 5.1. Conclusiones | 85 |
| 5.2. Recomendaciones | 86 |
| CAPITULO VI. BIBLIOGRAFIA | 87 |
| 6.1. Literatura citada | 88 |
| 6.2. Linkografía | 91 |
| CAPITULO VII. ANEXOS | 92 |

INDICE DE CUADROS

| No. | Cuadros | Pág. |
|------------|--|-------------|
| 1 | Tiempo en la empresa | 55 |
| 2 | Cargo que ocupa en la empresa | 56 |
| 3 | Conocimiento de la estructura orgánica de la empresa | 57 |
| 4 | Conocer los niveles jerárquicos de la empresa | 58 |
| 5 | Calificación de la comunicación | 59 |
| 6 | Calificación del liderazgo | 60 |
| 7 | Conoce la misión de la empresa | 61 |
| 8 | Existe por escrito las funciones que realiza | 62 |
| 9 | Recibe capacitación | 63 |
| 10 | Como califica el servicio | 64 |
| 11 | Tipos de reclamos | 65 |
| 12 | Brindan solución inmediata | 66 |
| 13 | Por qué prefiere la UNA EP | 67 |
| 14 | Frecuencia de compra | 68 |
| 15 | Como califica los productos | 69 |
| 16 | Como califica los precios | 70 |
| 17 | Conoce sobre la publicidad de la empresa | 71 |
| 18 | Le ha brindado algún tipo de promoción | 72 |
| 19 | Calificación sobre el servicio | 73 |
| 20 | Valores corporativos de la empresa UNA EP, Cantón Quevedo | 77 |
| 21 | Matriz FODA de la empresa UNA EP, del Cantón Quevedo | 78 |
| 22 | Matriz de programas y proyectos para la empresa unidad de almacenamiento | 81 |

INDICE DE GRAFICOS

| No. | Gráficos | Pág. |
|------------|--|-------------|
| 1 | Tiempo en la empresa | 55 |
| 2 | Cargo que ocupa en la empresa | 56 |
| 3 | Conocimiento de la estructura orgánica de la empresa | 57 |
| 4 | Conocer los niveles jerárquicos de la empresa | 58 |
| 5 | Calificación de la comunicación | 59 |
| 6 | Calificación del liderazgo | 60 |
| 7 | Conoce la misión de la empresa | 61 |
| 8 | Existe por escrito las funciones que realiza | 62 |
| 9 | Recibe capacitación | 63 |
| 10 | Como califica el servicio | 64 |
| 11 | Tipos de reclamos | 65 |
| 12 | Brindan solución inmediata | 66 |
| 13 | Por qué prefiere la UNA EP | 67 |
| 14 | Frecuencia de compra | 68 |
| 15 | Como califica los productos | 69 |
| 16 | Como califica los precios | 70 |
| 17 | Conoce sobre la publicidad de la empresa | 71 |
| 18 | Le ha brindado algún tipo de promoción | 72 |
| 19 | Calificación sobre el servicio | 73 |

CODIGO DUBLIN

| | | | | |
|---------------------|--|----------|------------------|-------------------|
| Título: | “Gestión del proceso y su relación con la comercialización de insumos agrícolas en la unidad nacional de almacenamiento EP, Cantón Quevedo año 2014” | | | |
| Autor: | Avilés Pérez Ángela Cecibel | | | |
| Palabras Clave: | Gestión | Procesos | Comercialización | Insumos Agrícolas |
| Fecha /Publicación: | 30-oct-15 | | | |
| Editorial: | | | | |
| Resumen: | <p>Resumen ejecutivo: Los directivos se orientan a la gestión de los procesos de comercialización de los insumos agrícolas que son los que generan rentabilidad, en este contexto la empresa de la unidad nacional de almacenamiento UNA EP, del Cantón Quevedo, manteniendo su portafolio de clientes en función de la comercialización pero con inconvenientes debido a la competencia que la rodea, por lo que se recomienda que como factor fundamental los directivos se allanen a la aplicación secuencial de las funciones administrativas, ya que le permitirá actuar de manera acertada en la gestión de los procesos de comercialización de sus productos ofertados en el mercado y por consiguiente incrementar portafolio de clientes.</p> <p>Abstract: Managers are geared more to the process of marketing of agricultural inputs that are generating returns, in this context storage company UAN-EP, the Canton Quevedo has maintained its portfolio of customers based on the market but with drawbacks due to competition around it, so it is recommended that as a fundamental factor managers are pave the sequential application of administrative functions, as it will allow to act rightly in the management of marketing processes of their products offered in the market and therefore increase customer portfolio.</p> | | | |
| Descripción: | 114 hojas: dimensiones 29 x 21 cm + CD-ROM | | | |
| URI: | | | | |

Introducción

Siendo necesario realizar un análisis a la gestión de la empresa Unidad Nacional de Almacenamiento (U.N.A.) EP que es una entidad de derecho público, adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, con personería jurídica, patrimonio propio, presupuesto independiente, autonomía administrativa y financiera, y domicilio en la Ciudad de Guayaquil. Con centros de almacenamiento en diferentes cantones del país y encargada de almacenar y comercializar arroz, maíz, soya apoyando a los agricultores y colaborando con el programa de soberanía alimentaria.

La Empresa con la finalidad de mejorar la gestión por proceso de comercialización de Insumos (Fertilizantes y Fungicidas) dirigidos los diferentes agricultores de la zona, que realizan las actividades de cultivo como: Arroz y Maíz, Soya, no acorde con las estrategias y diferenciación del servicio que presta la UNA en la entrega de urea subsidiada por el Gobierno, se hace prescindibles capacitar a sus colaboradores y clientes, para luego iniciar con las ventas de fertilizantes a bananeros, arroceros, maiceros, cacaoteros, pasto. Que beneficien al pequeño y mediano agricultor de la zona.

Es así que surge la necesidad de realizar la investigación en la gestión por procesos y su relación con la comercialización de los insumos agrícolas que distribuye la empresa a los agricultores de la zona, sus alrededores y mantener su portafolio de clientes.

En el Capítulo I presenta la contextualización del problema, mediante el análisis de la situación problemática, la formulación del problema el planteamiento de los objetivos y las respectivas justificaciones la investigación.

El Capítulo II detalla los elementos teóricos de la investigación más relevante encontrada a través de la revisión de libros, textos, internet, que permitieron realizar la fundamentación conceptual y referencial de acuerdo con las variables de los objetivos plateados.

En el Capítulo III se fundamenta los tipos, métodos, técnicas, fuentes de información, población y se determina la respectiva muestra, variables fundamentales para el desarrollo de la investigación.

El Capítulo IV detalla los resultados encontrados, mediante la aplicación de encuesta realizada a los colaboradores, clientes y administrador encargado de la empresa en el cantón Quevedo, donde se logró identificar el criterio de los trabajadores, agricultores productores de maíz en el cantón Quevedo y administrador de la planta sobre “Gestión por procesos y su relación con la comercialización de insumos agrícolas en la Unidad Nacional de Almacenamiento (Una-Ep) del cantón Quevedo, Año 2014”, se analizó logrando establecer el establecimiento de las políticas organizacionales; y por último se Formuló un planteos procesos administrativos.

En el capítulo V se detallan las respectivas conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

En el capítulo VI se muestra la bibliografía de los autores consultados, la misma que fue seleccionada de acuerdo a la variable de la investigación.

El capítulo VII muestra los anexos que sirven de soporte para sustentar la investigación.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de la investigación.

1.1.1. Planteamiento del problema.

La Unidad Nacional de Almacenamiento UNA EP, es una entidad constituida como una sociedad de derecho público, con personalidad jurídica, patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Esta empresa pública inicia su periodo realizando la entrega de urea subsidiada por el gobierno del Ecuador, y para inicio de mayo del 2014 la comercialización de fertilizantes y fungicidas para los bananeros de las zonas; y luego abarcando los demás cultivos como: arroz, maíz, cacao, pasto, plátano con precios bajos en comparación con el mercado.

En la actualidad la gestión de los procesos en la comercialización de productos han evolucionado de manera diferente en las empresas del medio, y de manera especial en la Unidad nacional de almacenamiento UNA EP ya que es una entidad pública regida por normas y políticas de estado; por tal razón es necesario buscar mecanismos novedosos y actualizados que permitan un mejor desempeño en la oferta de insumos agrícolas al mercado de una manera diferenciada en precio, calidad, calidez y servicio oportuno.

Esta empresa para su funcionalidad no tiene definido su sistema orgánico funcional a su realidad administrativa y de gestión, lo que motiva a que se genere problemas inherentes en quien debe tomar la decisión y en ocasiones se centralizan demasiado el poder, lo que ocasiona atrasos y deficiencia en el ámbito administrativo.

Considerando científicamente el proceso administrativo en que determina cuatro funciones; y la ejecución de cada una de manera profesional y responsable por parte de los directivos la llevaran al éxito empresarial, lo que finalmente se verá reflejado con el crecimiento del portafolio de clientes y su rentabilidad; por lo tanto, los ejecutivos de la Unidad Nacional de Almacenamiento UNA-EP, del Cantón Quevedo, en las actividades que realizan no tienen correspondencia con todo el proceso, lo que ha generado un problema en la gestión por procesos y su relación con la comercialización de insumos agrícolas que incide directamente en los comerciantes dedicados a esta actividad agrícola.

Por lo tanto el problema de la investigación surge a partir de la necesidad de evaluar la gestión por procesos y su relación en la comercialización de insumos agrícolas, cuyo documento coadyuve en el sistema administrativo de la Unidad Nacional de Almacenamiento-EP del Cantón Quevedo, agilizando los procedimientos de comercialización que desarrolla en el mercado.

1.1.1.1. Diagnóstico.

En el Cantón Quevedo existen empresas dedicadas a la comercialización de productos agrícolas con un sistema en los procesos de comercialización inducidos de manera precaria, lo que afecta directamente a los consumidores en el servicio, precio y calidad.

En el caso de la comercialización de insumos agrícolas en el Cantón Quevedo, la UNA-EP es una empresa primordial para los agricultores del medio en virtud que por ser una entidad del estado oferta productos subsidiados que beneficia directamente a los consumidores, en función que no está posicionada en el mercado por la escasa promoción de su servicio y productos.

Por lo expuesto se considera que es necesario evaluar la gestión por procesos y su relación con la comercialización de insumos agrícolas de la UNA EP, para darle un valor agregado a la gestión de los ejecutivos de la empresa, ofertando un servicio diferenciado en relación con los del mercado de las mismas característica pero con productos de calidad, precio y además subsidiados por el gobierno.

1.1.1.2. Pronóstico.

Si la Empresa Unidad Nacional de Almacenamiento del Cantón Quevedo por medio de sus ejecutivos no establece un sistema de gestión por procesos y su relación con la comercialización de los insumos agrícolas, incurrirá en tomas de decisiones poco aceptables para el crecimiento de su portafolio de clientes y se verá afectada su rentabilidad, así como la sostenibilidad de la empresa en el mercado, generando una limitada competitividad con empresas del medio.

1.1.2. Formulación del problema.

¿De qué manera la evaluación de la gestión del proceso de la unidad nacional de almacenamiento EP, del Cantón Quevedo, incidirá en la comercialización de insumos agrícolas entre los agricultores del sector?

1.1.3. Sistematización del problema.

¿Cómo influye la estructura orgánica de la unidad nacional de almacenamiento ep en la toma de decisiones en la comercialización de los insumos agrícolas?

¿La gestión por proceso mejoraría la comercialización de insumos agrícolas en la unidad nacional de almacenamiento del Cantón Quevedo?

¿De qué forma la función administrativa contribuye en el desarrollo empresarial de la unidad nacional de almacenamiento ep?

1.2. Objetivos.

1.2.1. General.

Evaluar la gestión de procesos para la unidad nacional de almacenamiento-EP, que permita la comercialización de insumos agrícolas en el Cantón Quevedo, año 2014.

1.2.2. Específicos.

- Analizar la estructura orgánica funcional de la unidad nacional de almacenamiento EP, que contribuya al mejoramiento continuo de la empresa.
- Identificar la gestión del proceso y su incidencia en la comercialización de insumos agrícolas de la unidad nacional de almacenamiento-EP, del Cantón Quevedo.
- Determinar la contribución de la función administrativa de gestión de procesos en el desarrollo de la unidad nacional de almacenamiento EP.

1.3. Justificación

Las organizaciones en este caso gubernamental tiene distintos fines de desarrollo ya que llegan a plantearse nuevos escenarios en el campo de la comercialización como un reto de servicio, es así que surge la necesidad de analizar la gestión de procesos de comercialización de insumos agrícolas como una herramienta administrativa y de apoyo que le permita ser proactivo a las necesidades del mercado, y por consiguiente potenciar su ventaja competitiva y diferenciada.

La finalidad de este trabajo de investigación en la comercialización es de motivar a los ejecutivos de la empresa pública en el mejoramiento de la gestión, que permitirá aprovechar las oportunidades que brinda el mercado, permitiendo satisfacer las necesidades de los clientes potenciales con el fin de cumplir con las expectativas del mercado adquiriendo productos a menor costo y la obtención de una mejor productividad en las cosechas.

Este estudio es factible, ya que conto con los recursos necesarios que permitieron determinar la generación de un diseño de gestión para la comercialización de insumos agrícolas en el Cantón Quevedo por medio de la unidad nacional de almacenamiento ep. Así mismo la participación de los colaboradores y fundamentalmente de los clientes de la entidad pública ayudará al desarrollo de un mejoramiento en comercialización de los productos que la empresa ofrece al mercado.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA
INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual.

2.1.1. Gestión Empresarial.

Según BERGHE ROMERO, (2010). Determina un sinfín de requerimientos que necesita cumplir la empresa, para lograr sus objetivos organizacionales. Aunque la gestión a simple vista parece sencilla y que cualquier persona puede hacer una correcta gestión, en el mundo real de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona (gestor) que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su trabajo.

Según GESTIÓN EMPRESARIAL, (2011). Hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. La misma tiene en cuenta infinidad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico. La gestión empresarial es una de las principales virtudes de un hombre de negocios. Engloba a las distintas competencias que se deben tener para cubrir distintos flancos de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado. Es por ello que existen diversas carreras y programas de formación que hacen de este tema el objeto prioritario de estudio.

2.1.2. Gestión de procesos.

Según GESTIÓN DE PROCESO, (2011). Un proceso puede ser definido como la secuencia de actividades lógicas diseñada para generar un output preestablecido para unos clientes identificados a partir de un conjunto de inputs necesarios que van añadiendo valor.

Para CESAR COMISIÓN, (2012). Gestión por Procesos es la forma de gestionar toda la organización basándose en los Procesos. En tendiendo estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida que a su vez satisfaga los requerimientos del Cliente.

2.1.3. Tipos de procesos.

Según CESAR COMISIÓN, (2012). Los procesos pueden ser clasificados en función de varios criterios. Pero quizá la clasificación de los procesos más habitual en la práctica es distinguir entre: estratégicos, claves o de apoyo.

También para PROCESOS-EMPRESARIALES, (2012), podemos distinguir entre procesos clave y procesos críticos. En general, los procesos clave atienden a la definición expuesta anteriormente. Están principalmente orientados hacia la satisfacción del cliente y en ellos se emplean una gran cantidad de los recursos disponibles por la empresa. Por otro lado, un proceso es crítico cuando en gran medida la consecución de los objetivos y los niveles de calidad de la empresa dependen de su desarrollo.

2.1.4. Gestión.

Entre las diferentes opiniones (HUERGO, 2010), nos dice que proviene de “gestus”, una palabra latina que significa: actitud, gesto, movimiento del cuerpo. En principio, este significado remite a lo que el sociólogo Pierre Bourdieu ha designado la hexis, esto es: el modo en que un hábito (una serie de esquemas, dispositivos e interpelaciones culturales internalizadas por los sujetos) se expresa a través del cuerpo en gestos, posiciones, movimientos

FANTOVA, (2013). Es la asunción y ejercicio de responsabilidades sobre un proceso (es decir, sobre un conjunto de actividades) lo que incluye:

La preocupación por la disposición de los recursos y estructuras necesarias para que tenga lugar.

La coordinación de sus actividades (y correspondientes interacciones).

La rendición de cuentas ante el abanico de agentes interesados por los efectos que se espera que el proceso desencadene.¹

También se entiende por gestión al conjunto de trámites a realizar para resolver un asunto

2.1.5. Gestión de negocios.

Según HERNÁNDEZ, (2013). La gestión de negocios consiste en utilizar todas las herramientas de gestión conocidas y combinarlas para así poder obtener los resultados esperados para el logro de todas las metas que se imponen al iniciar un negocio particular.

Para PRIETO HERRERA, J. (2011). La gestión de negocios quizás pueda resultar un poco más compleja de desarrollar, y esto se debe principalmente a que un negocio particular no cuenta con todos los recursos que posee una empresa. De todas formas debemos tener en cuenta que en la actualidad, el éxito de la gestión de negocios depende pura y exclusivamente de toda la información contable y financiera que respecta al mismo, ya que contar con un medio que garantice un correcto acceso a ella es clave para poder tomar todas las decisiones necesarias para guiar a la gestión de negocios por el camino que la llevara al logro de los diferentes objetivos.

2.1.6. Proceso Empresarial.

Según PROCESOS-EMPRESARIALES, (2012). El principal objetivo en el diseño de un proceso empresarial consiste en crear un proceso que satisfaga los requisitos de los distintos grupos de interés de la empresa de una forma mejor, partiendo de efectividad, eficiencia y flexibilidad. Por lo tanto según lo anterior, se define el proceso empresarial como, los pasos a seguir para alcanzar los objetivos en la producción de un producto determinando.

Desde el punto de vista PRIETO HERRERA, J. (2011), los procesos como definición corresponden a una serie de actividades o eventos, debidamente coordinados y organizado, que ocurren o se realizan, de forma alternativa o simultánea, bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.

Un proceso empresarial es cualquier actividad ordenada que debe lleva a cabo una empresa

2.1.7. Indicadores de gestión.

Para PRIETO HERRERA, J. (2011). Es orientar la actividad de gestionar una empresa, y muestra un sin número de formas como se despliegan las diligencias de un proyecto, también describe la manifestación cuantitativa del género de una empresa relacionado con un nivel de observación, es la relación entre los propósitos y los resultados.

BERGHE ROMERO, (2010). Un indicador es la expresión cuantitativa que relaciona dos o más variable, permite evaluar el comportamiento o desempeño de una empresa o unidad organizativa, cuyo resultado, al ser comparada por algún nivel de referencia, nos podrá estar señalando una desviación sobre la cual se tomarán acciones correctivas o preventivas según el caso.

2.1.8. Procesos.

Para PRIETO HERRERA, J. (2011). Los procesos estratégicos son aquellos procesos mediante los cuales la empresa desarrolla sus estrategias y define los objetivos. Por ejemplo, el proceso de planificación presupuestaria, proceso de diseño de producto y/o servicio.

Es decir un proceso es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que al interactuar juntas en los elementos de entrada los convierten en resultados.

HERNÁNDEZ, (2013). Se refiere a que puede informalmente entenderse como un programa en ejecución. Formalmente un proceso es "Una unidad de actividad que se caracteriza por la ejecución de una secuencia de instrucciones, un estado actual, y un conjunto de recursos del sistema asociados.

2.1.9. Los Procesos claves.

Para PRIETO HERRERA, J. (2011). Todos los procesos de una organización son importantes, pero no todos son igual de importantes. Existen dentro de la empresa un tipo de procesos que por su impacto en la consecución de los objetivos estratégicos son más importantes que otros.

Dicho de otro modo, los procesos clave son los procesos fundamentales, incluso diría vitales para alcanzar los objetivos estratégicos de la organización.

PROCESOS-EMPRESARIALES, (2012), señala que un “Procesos Clave”, es todo aquel que contribuye en gran medida en los siguientes aspectos:

Elaboración e implementación de la estrategia

Desarrollo de nuevos productos o servicios

Entrega de productos o servicio a los clientes

Gestión de las relaciones con los clientes

2.1.10. Subprocesos.

Para PROCESOS-EMPRESARIALES, (2012), un Subproceso es un conjunto de actividades que tienen una secuencia lógica para cumplir un propósito. Un Subproceso es un Proceso por sí mismo, cuya finalidad hace parte de un Proceso más grande. El proceso más grande se conoce como proceso Padre y el Subproceso como proceso hijo.

PRIETO HERRERA, J. (2011). Según Los procesos existen en el sistema operativo y corresponden a lo que los usuarios consideran programas o aplicaciones. Por otra parte, un subproceso existe dentro de un proceso. Por esta razón, los subprocesos se denominan a veces procesos ligeros. Cada proceso está compuesto por uno o más subprocesos.

2.1.11. Procedimientos.

Según PRIETO HERRERA, J. (2011). Establece con precisión un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias (por ejemplo, procedimiento de emergencia). Es decir, como se alcanzan los datos, en qué sitio, instrumentos, quiénes los hacen y las operaciones.

Para HERNÁNDEZ, (2013). En muchos casos los procedimientos se expresan en documentos que contienen el objeto y el campo de aplicación de una actividad específica de llevar a cabo una actividad.

2.1.12. Proyectos

PROCESOS-EMPRESARIALES, (2012), es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas.¹ La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.

Para ALBERTO, O. (2010). El término proyecto proviene del latín proiectus y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.

2.1.13. Administración.

Para BERGHE ROMERO, (2010). Define como una administración de hecho encaminada a convertir un diseño en realidad objetiva, es el orden sistemático de gestiones y el uso planeado de recursos utilizados a la realización de un propósito, prediciendo los

obstáculos que pueden surgir en el resultado del mismo. Es el evento de dirigir y vigilar el trabajo y la utilización adecuada de instrumentos y componentes para la ejecución del objetivo programado con el menor costo de energía, tiempo y dinero”.

Pero ROBBINS & COULTER, (2010) manifiesta que la eficiencia y eficacia en las organizaciones triunfantes, por lo general van de la mano, ser ineficiente e ineficaz o ser eficaz pero ineficiente por lo general implica una mala gestión.

.2.1.14. La empresa.

Manifiesta MUNCH, (2010), que la empresa es un agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital).

Según (EMPRESA, 2012) Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

2.1.15. Empresa Agrícola

Según (EMRESA, 2012) Institución que se encarga de todas las actividades económicas que abarca dicho sector, tiene su fundamento en la explotación del suelo o de los recursos que éste origina en forma natural o por la acción del hombre: cereales, frutas, hortalizas, pasto, forrajes y otros variados alimentos vegetales.

Según (AGRICOLA, 2010) Es una actividad de gran importancia estratégica como base fundamental para el desarrollo autosuficiente y riqueza de las naciones.

2.1.16. Importancia.

Para MUNCH, (2010), la importancia de las empresas es indudable, que son el motor propulsor del desarrollo económico de los países; así como la familia es la célula de la sociedad, la empresa es la cedula de la actividad económica.

2.1.17. Los fines de la empresa.

Según MUNCH, (2010), manifiesta que debe generarse aquí un estilo, cuya omisión producen varios desórdenes, en donde es necesario buscar los fines de la empresa que generen ingresos apropiados para los administradores de la misma.

2.1.18. La empresa privada.

Según MUNCH, (2010), la institución privada es una empresa comercial que es propiedad de inversores privados, no gubernamentales, accionistas o propietarios indaga la obtención de un beneficio monetario mediante la complacencia de alguna necesidad de orden normal o general. Se ha platicado de un patrocinio económico más bien que de “intereses” para entender todos los casos; atendiendo solo a la divergencia entre lo que se invierte y lo que se logra.

2.1.19. La empresa pública.

Según (VAZQUEZ, 2010), considera que si el capital y el control están en manos del estado la empresa, en su totalidad o en su mayoría, es propiedad del Estado, de una Comunidad Autónoma o de una Corporación Local.

Son aquellas en las que el capital proviene del Estado, ya sea municipal, provincial o nacional.

2.1.20. Tipos de empresa.

Según CASANUEVA, J. (2010), pueden ser: comerciante o empresario individual, o sociedad mercantil. Distinguiéndolas por el sector en que operan, existen empresas del sector primario, secundario o terciario. En función de la titularidad, pueden ser públicas, privadas o mixtas.

Para ALBERTO, O. (2010), Una empresa es una entidad económica de producción que se dedica a combinar capital, trabajo y recursos naturales con el fin de producir bienes y servicios para vender en el mercado. Según la forma jurídica, el tamaño, la actividad y la procedencia del capital.

2.1.21. Comercialización.

Para ORTEGA, (2009), la comercialización es el proceso de llevar el bien desde el lugar de su elaboración hasta el consumidor, en la forma y cantidad adecuada, además del momento y lugar oportuno. A criterio personal manifiesta que la comercialización es el proceso mediante el cual los productores de bienes o servicios llevan sus productos o servicios al mercado.

Según COMERCIALIZACIÓN, (2011), Es la acción y efecto de comercializar, poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta. Por ejemplo: “La empresa norteamericana comenzará la comercialización de un nuevo producto en los próximos días”, “La comercialización del vino de arroz fue un éxito”, “Tenemos un buen producto, pero todavía fallamos en la comercialización”.

2.1.22. Producto.

La teoría de (MUÑOZ HEREDIA, 2012)(AMARU, 2009)BONTA & FARBER, (2008), manifiesta que producto es cualquier cosa que pueda satisfacer a los consumidores y que se puede poner a consideración de los consumidores.

Según ORTEGA, (2009), El producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue. El producto es un bien tangible o intangible que satisface una necesidad.

2.1.23. Clientes.

La teoría de PRIETO HERRERA, J. (2011), son persona que obtiene un beneficio o provecho, de un contrato, una donación, etc.: el espectador es el principal beneficiario de una televisión de más calidad; la persona beneficiaria de un seguro de vida suele ser el cónyuge; las personas sin recursos deben ser los beneficiarios de las ayudas sociales más importantes.

Según (MUÑOZ HEREDIA, 2012) Es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía

2.2. MARCO REFERENCIAL.

2.2.1. Administración.

Para BERGHE ROMERO, (2010). Define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio.

En fin la administración consiste en darle forma, de manera consistente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de servirle para alcanzar sus metas, llamados Gerente, administradores etc.

2.2.1.1. Gerente.

Según BERGHE ROMERO, (2010). Un Gerente es una persona responsable de dirigir las actividades que ayudan a las organizaciones para alcanzar sus metas. La medida de la eficiencia y la eficacia de un Gerente, es el grado en que determine y alcance los objetivos apropiados.

Los Gerentes actúan mediante relaciones que son vías de dos sentidos; una de las partes está sujeta a la otra.

Los gerentes actúan mediante relaciones que tienen repercusiones que involucran a otras personas, para bien o para mal.

2.2.1.2. Administradores

También BERGHE ROMERO, (2010). Nos dice que son individuos en una organización que dirigen las actividades de otros. Estos también podrán tener algunas responsabilidades operativas. Se pueden dividir en dos grupos:

Los operativos son personas que trabajan directamente en un puesto o actividad y no tienen responsabilidad de supervisar el trabajo de otros empleados.

- Los administradores dirigen las actividades de otras gentes.
- Los administradores convierten un conjunto de recursos humanos, materiales, técnicos, monetarios, de tiempo y espacio en una empresa útil y efectiva.
- Estos tienen la responsabilidad de realizar acciones que permitan que las personas hagan sus mejores aportaciones a los objetivos del grupo.

Los administradores se clasifican en:

- Los administradores de primera línea por lo general lo llamamos supervisores.
- Los de mandos medios pueden ostentar títulos como de jefe de departamentos o de oficina, líder del proyecto, jefe de unidad, gerente de distrito, decano, obispo o gerente divisional.
- Los administradores por lo común ostentan títulos de vicepresidente, presidente, canciller, director administrativo, director general etc.

2.2.2. Las funciones administrativas.

Según ROBBINS & COULTER, (2010). Las instituciones se forman con el fin de lograr un propósito en particular, pero alguien debe establecer dicho propósito y los medios para lograrlo nos referimos a la administración. Ya que los líderes se encargan de la planeación, concretan objetivos, crean tácticas para alcanzarlos y desenrollan proyectos para integrar y coordinar las actividades.

Según con la orientación de las funciones administrativas, los gerentes llevan a cabo diversas tareas u ocupaciones mientras organizan de manera eficiente y eficazmente las actividades de otros.

Los encargados de la estructuración del trabajo son los líderes quienes podrán terminar los objetivos de la organización, a esta actividad la llamamos organización. Los gerentes también organizan, disponen los trabajos a ejecutarse, quiénes lo realizarán, como se juntarán, dónde se tomarán las decisiones y quienes las reportarán.

La actividad de un gerente es laborar con personas, ya que toda empresa cuenta con personal, mediante el cual puede cumplir los objetivos, ésta es función de dirección, cuando los gerentes motivan a sus subordinados, ayudan a resolver los asuntos relacionados con el comportamiento del personal, ya que en toda empresa existen conflictos en los grupos de trabajo, y la buena relación influyen en los individuos o equipos, promoviendo y seleccionando el canal de comunicación más positivo.

El control es el trabajo concluyente de la administración, toda vez que los objetivos y proyectos están determinados (planeación), las tareas y las resoluciones estructurales preparados (organización), y la gente empleada, preparada y motivada (dirección), debe haber una valoración para ver si las cosas avanzan de acuerdo a lo planificado. Para confirmar que las metas se están realizando y que los trabajos se están llevando a efecto como debe ser, los gerentes deben hacer seguimiento y valorar el desempeño. La rentabilidad debe verificarse con los objetivos implantados. Si dichos objetivos no se están alcanzando, es función del gerente reajustar el trabajo. Este proceso de seguimiento, es la función de control.

El número de departamentos varía según las necesidades de la misma empresa, dependiendo del departamento en que se encuentre el administrador, este realiza funciones como:

Producción: Considerado tradicionalmente como uno de los departamentos clave, ya que se encarga del óptimo aprovechamiento y de la adecuada introducción de infraestructura en un organismo o empresa.

Mercadotecnia: De suma importancia, dada su especialidad que hoy en día representa, y que sostiene en la empresa la responsabilidad de elaborar métodos eficientes en el manejo y coordinación de los sistemas de venta que la empresa ofrece a un mercado específico.

Finanzas: Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de los medios económicos necesarios para cada uno de los demás departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.

Recursos humanos: Departamento de vital importancia, ya que mediante el uso adecuado de programas de reclutamiento, selección, contratación, capacitación y desarrollo, se allega para la empresa del personal adecuado y afín a los objetivos de la misma.

2.2.3. Proceso administrativo.

La administración según BERGHE ROMERO, (2010). Es la principal actividad que marca una diferencia en el grado que las organizaciones les sirven a las personas que afectan. El éxito que puede tener una organización al alcanzar sus objetivos, y también al satisfacer sus obligaciones sociales depende, en gran medida, de sus gerentes. Si los gerentes realizan debidamente su trabajo es probable que la organización alcance sus metas, ya que sobre ellos cae la responsabilidad de administrar todos los recursos con los cuales cuenta la empresa.

El proceso de administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa y dirigir y controlar sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar, muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

Desde finales del siglo XIX se ha definido la administración en términos de cuatro funciones específicas de los gerentes: la planificación, la organización, la dirección y el control. Aunque este marco ha sido sujeto a cierto escrutinio, en términos generales sigue siendo el aceptado. Por tanto cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar metas establecidas por la organización.

2.2.3.1. Planificar.

Para BERGHE ROMERO, (2010). Manifiesta que el líder debe ajustar las fortalezas de la compañía con las oportunidades que se presentan en el mercado; las fortalezas que no se ajustan con ninguna oportunidad lógica son de uso restringido, mientras que las oportunidades que no coinciden con la fortaleza pueden representar que la empresa debe modificar su situación interna.

Se deben utilizar tácticas que puedan aprovecharse para transformar debilidades en resistencia, con el propósito de obtener beneficios de una determinada oportunidad o para convertir amenazas en oportunidades que puedan adaptarse con fortalezas existentes.

Según GRIFFIN & MOORHEAD, (2010). Es el proceso que permite determinar la posición futura deseada de una organización y los mejores medios para llegar a alcanzarla.

2.2.3.1.1. Importancia de la planificación.

En las organización para BERGHE ROMERO, (2010). La planificación es el proceso de estableces metas y elegir los medio para alcanzar dichas metas. Sin planes los gerentes no pueden saber cómo organizar su personal ni sus recursos debidamente. Quizás incluso ni siquiera tengan una idea clara de que deben organizar, sin un plan no pueden dirigir con confianza ni esperar que los demás le sigan. Sin un plan, los gerentes y sus seguidores no tienen muchas posibilidades de alcanzar sus metas ni de saber cuándo ni dónde se desvían del camino. El control se convierte en un ejercicio fútil. Con mucha frecuencia los planes eficientes afectan el futuro de toda la organización. La planificación es fundamental, ya que esta:

- 1.- Permite que la empresa esté orientada al futuro
- 2.- Facilita la coordinación de decisiones
- 3.- Resalta los objetivos organizacionales
- 4.- Se determina anticipadamente qué recursos se van a necesitar para que la empresa opere eficientemente.
- 5.- Permite diseñar métodos y procedimientos de operación.

- 6.- Evita operaciones inútiles y se logran mejores sistemas de trabajo
- 7.- La planeación es la etapa básica del proceso administrativo: precede a la organización, dirección y control, y es su fundamento.
- 8.- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismo.
- 9.- Facilita el control la permitir medir la eficiencia de la empresa.

Propósito de la planificación

La planeación reduce el impacto del cambio, minimiza el desperdicio y la redundancia y fija los estándares para facilitar el control.

La planeación establece un esfuerzo coordinado. Da dirección tanto a los administradores como a lo que no lo son. Cuando todo los interesados saben a dónde va la organización y con que deben contribuir para lograr el objetivo, pueden empezar a coordinar sus actividades, a cooperar unos con otros, y a trabajar en equipo. La falta de planeación puede dar lugar a un zigzagueo y así evitar que una organización se mueva con eficiencia hacia sus objetivos.

2.2.3.2. Organizar

BERGHE ROMERO, (2010). Manifiesta que organizar implica que el administrador y los directivos de la empresa armonicen los recursos materiales y humanos de los que dispone la organización u empresa.

El procedimiento de una organización deberá plantearse para que se establezcan las funciones y jerarquías en la organización, los deberes y obligaciones por el provecho, para eliminar las dificultades del desempeño ocasionado por los errores en la asignación, y facilitar redes de toma de decisiones y comunicaciones que reflejen y apoyen los objetivos de la compañía.

Dice GRIFFIN & MOORHEAD, (2010). Que es el proceso de diseñar puestos, agruparlos en unidades y establecer patrones de autoridad entre ellos y las unidades de la empresa.

2.2.3.3. Propósitos de la organización.

Permitir la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente y con un mínimo esfuerzo.

- Eliminar duplicidad de trabajo.
- Establecer canales de comunicación.
- Representar la estructura oficial de la empresa

2.2.3.4. Tipos de organizaciones.

2.2.3.4.1. Organización formal.

Es la estructura intencional de papeles en una empresa organizada formalmente. Cuando se dice que una organización es formal, no hay en ello nada inherentemente inflexible o demasiado limitante. Para que el gerente organice bien, la estructura debe proporcionar un ambiente en el cual el desempeño individual, tanto presente como futuro, contribuya con más eficiencia a las metas del grupo.

2.2.3.4.2. La organización formal debe ser flexible.

Deberá darse cabida a la discreción para aprovechar los talentos creativos, y para el reconocimiento de los gustos y capacidades individuales en la más formal de las organizaciones. Sin embargo el esfuerzo individual en una situación de grupo debe canalizarse hacia metas del grupo y de la organización.

2.2.3.4.3. Organización Informal.

La organización informal es cualquier actividad personal conjunta sin un propósito consciente conjunto, aun cuando contribuya a resultados conjuntos. El ejemplo de una organización informal son las personas que juegan ajedrez.

Como conclusiones podemos decir que aunque la ciencia de la organización no se ha desarrollado todavía hasta un punto donde los principios sean leyes infalibles, hay un gran

consenso entre los estudiosos de la administración respecto a cierto número de ellos. Estos principios son verdades de aplicación general, aunque su aplicabilidad no están tan rigurosa como para darles el carácter exacto de leyes de ciencia pura. Se trata más bien de criterios esenciales para la organización eficaz.

2.2.3.4.4. Principios de organización.

Entre los principios de organización tenemos:

Unidad de mando. Un subordinado sólo deberá recibir órdenes de un solo jefe, cuando no se respeta este principio se generan fugas de responsabilidad, se da la confusión y se produce una serie de conflictos entre las personas.

Especialización. Consiste en agrupar las actividades de acuerdo a su naturaleza, de tal forma que se pueda crear la especialización en la ejecución de las mismas.

Paridad de autoridad y responsabilidad. La autoridad se delega y la responsabilidad se comparte y por ello se debe mantener un equilibrio entre la autoridad y la responsabilidad.

Equilibrio de Dirección–Control. Consiste en diseñar una estructura de tal forma que nos permita coordinar las acciones y al mismo tiempo evaluar los resultados de la misma.

Definición de puestos. Se debe definir con claridad el contenido de los puestos en relación a los objetivos de los mismos.

Pasos básicos para organizar. Dividir la carga de trabajo entera en tareas que puedan ser ejecutadas, en forma lógica y cómoda, por personas o grupos. Esto se conoce como la división del trabajo.

- Combinar las tareas en forma lógica y eficiente, la agrupación de empleados y tareas se suele conocer como la departa mentalización.
- Especificar quien depende de quién en la organización, esta vinculación de los departamentos produce una jerarquía de la organización.

- Establecer mecanismos para integrar las actividades de los departamentos en un todo congruente y para vigilar la eficacia de dicha integración. Este proceso se conoce con el nombre de coordinación.

División del trabajo. Se refiere a descomponer una tarea compleja en sus componentes, de tal manera que las personas sean responsable de una serie limitada de actividades, en lugar de tareas en general.

Todas las tareas de la organización desde la producción hasta la administración se pueden subdividir. La división del trabajo crea tareas simplificadas que se pueden aprender a realizar con relativa velocidad por consiguiente comenta la especialización, pues cada persona se convierte en experta en cierto trabajo. Además como crea una serie de trabajo, las personas pueden elegir puestos, o puedan ser asignadas a aquellas, que se ciñan a sus talentos e intereses.

2.2.3.5. Coordinar

BERGHE ROMERO, (2010). Manifiesta que la coordinación de las empresas, la ejecuta el gerente; para permitir su desenvolvimiento y perfeccionar su disposición de producción, creando una forma de trabajar en comunión y unificación entre sus colaboradores.

Esta función se lleva a cabo con el propósito de que los participantes conozcan las diligencias y funciones que desempeñan sus compañeros, para determinar en forma asociada los problemas que se generan.

La coordinación consiste en integrar las actividades de departamentos interdependientes a efecto de perseguir las metas de organización con eficiencia, sin coordinación los miembros de la organización perderían de vista sus papeles dentro de la misma y enfrentarían la tentación de perseguir los intereses de los departamentos, a espesa de las metas de la organización. Un grado importante de organización con toda posibilidad beneficiara un trabajo que no es rutinario ni pronosticable, un trabajo en el cual los factores del ambiente están cambiando y existe mucha interdependencia.

2.2.3.5.1. Factores que influyen en la estructura organizacional.

Existen factores internos y factores externos que influyen en la estructura organizacional.

Factores internos.

1. Enfoque conceptual adoptado - toma de decisiones centralizadas contra toma de decisiones descentralizada, con mayor delegación de autoridad.
2. Espacio de control (el número de empleados que reportan a un supervisor).
3. Diversidad de productos y clase de operación.
4. Tamaño de la organización.
5. Características de los empleados (profesionistas, empleados de oficina, trabajadores)

Factores externos.

1. Tecnología (cómo se transfieren los insumos a las salidas de producción).
2. Características del mercado (estabilidad, extensión, tipos de clientes).
3. Dependencia del medio ambiente (competencia, restricciones legales, reglamentación, proveedores y efectos del extranjero)

2.2.3.6. Dirigir

Manifiesta BERGHE ROMERO, (2010). Como la cualidad que tiene la administración y sus directivos para dirigir e influir en sus colaboradores, para que se lleven a cabo las labores dentro de la organización.

El gestor debe fomentar la ejecución de un ambiente apropiado y de qué manera los colaboradores alcancen un mayor provecho en la ejecución de sus labores en el trabajo.

El sistema gerencial de dirección, entiende el proceso de intervenir en las personas para que estas cooperen con las metas del trabajo en equipo, y por ende de la organización.

Para GRIFFIN & MOORHEAD, (2010). Proceso de hacer que los elementos de la organización trabajen en unión hacia las metas establecidas en la empresa.

En forma gerencial es el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembro de un grupo y de influir en ellas, el liderazgo involucra a otras personas, empleados o seguidores,

si no hubiera a quien mandar las cualidades del liderazgo del gerente serian irrelevantes; también involucra una desigualdad de poder entre los líderes y los miembros del grupo la cual se usa de diferentes forma para influir en la conducta de los seguidores de diferentes manera.

2.2.3.7. Controlar

Según (BERGHE ROMERO, 2010).Esta acción hace que los gerentes respalden que la empresa siga la ruta que se había proyectado con anticipación.

Para(GRIFFIN & MOORHEAD, 2010). Es el proceso de vigilar y reparar las actividades en la organización y sus miembros para mantenerlos encaminados hacia sus metas.

2.2.3.7.1. Propósito y función del control.

Para (BERGHE ROMERO, 2010), el propósito y la naturaleza del control es fundamentalmente garantizar que los planes tengan éxito al detectar desviaciones de los mismos al ofrecer una base para adoptar acciones, a fin de corregir desviaciones indeseadas reales o potenciales.

La función de control le proporciona al gerente medios adecuados para checar que los planes trazados se implanten en forma correcta.

La función de control consta de cuatro pasos básicos:

- Señalar niveles medios de cumplimiento; establecer niveles aceptables de producción de los empleados, tales como cuotas mensuales de ventas para los vendedores.
- Chequear el desempeño a intervalos regulares (cada hora, día, semana, mes, año.)
- Determinar si existe alguna variación de los niveles medios.

Si existiera alguna variación, tomar medidas o una mayor instrucción, tales como una nueva capacitación o una mayor instrucción. Si no existe ninguna variación, continuar con la actividad.

- La esencia del control administrativo

El control es la cuarta, 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 deben siempre estar funcionando en una empresa.

2.2.4. La empresa.

Manifiesta MUNCH, (2010), que la empresa está íntimamente relacionado con el concepto de administración está el de empresa porque es el campo donde se llevan a cabo y se han desarrollado todas las teorías técnicas, formas, enfoques y escuelas de administración.

Existen diversos conceptos acerca de la empresa: el literal, el administrativo, jurídico, el contable y el económico, entre otros; desde el punto de vista administrativo.

Una empresa es un sistema con su entorno definido como la industria en la cual se materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación.

La unidad económica fundamental del régimen capitalista de producción es la empresa, la cual se encarga de generar los bienes y servicios que demanda la población con carácter lucrativo o no lucrativo, en el ámbito privado o estatal, así la empresa para su adecuado funcionamiento requiere de varias áreas de actividad, que son: finanzas, producción, mercadotecnia y recursos humanos.

2.2.4.1. Tipos de Empresa.

Una empresa es una entidad económica de producción que se dedica a combinar capital, trabajo y recursos naturales con el fin de producir bienes y servicios para vender en el mercado. Las empresas pueden ser clasificadas de distintas maneras: según la forma jurídica, el tamaño, la actividad y la procedencia del capital, entre otras

Empresas públicas: son aquellas en las que el capital proviene del Estado, ya sea municipal, provincial o nacional.

2) Empresas privadas: su capital proviene de particulares.

3) Empresas mixtas: en este caso, el capital proviene tanto de particulares como del Estado.

2.2.4.2. Importancia.

Según MUNCH, (2010), las múltiples ventajas demuestran la trascendencia de las empresas; entre las más importantes es posible destacar:

- Crean fuentes de trabajo.
- Satisfacen las necesidades de la comunidad al producir bienes y servicios socialmente necesarios.
- Promueve el desarrollo económico y social al fomentar la inversión.
- Son una fuente de ingresos para el sector público mediante la recaudación de impuestos.
- Propician la investigación y el desarrollo tecnológico.
- Proporcionan rendimiento a los inversionistas.

2.2.4.3. Elementos que forman la empresa.

Para (MUÑOZ HEREDIA, 2012), en principio, habrán de buscarse los elementos que integran una empresa de que está compuesta, y entre los elementos que contienen la empresa se consideran las siguientes clases: bienes materiales, hombres y servicios.

- Bienes Materiales
- Hombres
- Servicios

2.2.4.4. Bienes materiales.

- a) Los bienes que integran la empresa son, sus edificios, las instalaciones que en estos se realizan para adaptarlos a la labor productiva, la maquinaria, que tiene por objeto multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano, y los equipos, o sea todos aquellos instrumentos o herramientas que complementan y aplican más al detalle la acción de la maquinaria.

- b) Las materias primas, lo que ha de salir transformado en producto. La materia auxiliar es aquella que aunque no forman parte del producto, son ineludibles para la producción, combustibles, lubricantes, abrasivos. Los productos terminados, que aunque normalmente se trata de venderlos cuanto antes, es indiscutible que siempre hay imposibilidad , y aun conveniencia, de no hacerlo, desde luego para tener, por ejemplo, un inventario a fin de satisfacer pedidos, o para mantenerse en el mercado.

- c) Dinero, las empresas necesitan cierto efectivo, lo que se tiene como utilizable para pagos diarios y urgentes. Pero sobre todo, la empresa posee, como representación del valor de todos los bienes mencionados un “capital”, establecidos por valores, acciones, obligaciones, etc.

2.2.4.5. Hombres.

Entre los elemento eminentemente activo en la empresa tenemos.

- a) Los obreros, aquellos cuya labor es manual, se clasifica en calificados y no calificados. Según tengan sus conocimientos o habilidades especiales.

- b) Empleados, aquellos colaboradores cuya función es de categoría intelectual y de servicio, conocidos con el calificativo de “trabajo de oficina”. Pueden ser calificados o no calificados.

- c) Existen también los supervisores inmediatos, cuya misión primordial es vigilar la consecución exacta de planes y ordenes señalados, una de sus características principales es el predominio o igualdad de las situaciones técnicas sobre las administrativas.
- d) Los técnicos son personas que con base en un agregado de reglas o principios buscan crear nuevos diseños de productos, procedimientos administrativos, métodos, controles.
- e) Los altos ejecutivos son las personas en las que predomina la función administrativa sobre la técnica.
- f) Directores, su función básica es establecer los objetivos y políticas, aprobar los planes más generales y revisar los resultados finales.

2.2.4.6. Sistemas.

Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas cosas, personas, o estas con aquellas. Puede decirse que son los bienes inmateriales de la organización.

- a) Existen sistemas de producción, tales como formulas, patentes, métodos, etc.; sistemas de ventas, como el autoservicio, la venta a domicilio o a crédito, etc.; sistemas de finanzas, como las distintas combinaciones de capital propio y prestado, etc.
- b) Existen, sistemas de organización y administración, sólidos en la forma como debe estar estructurada la empresa, es decir, su separación de funciones, el número de niveles jerárquicos, grado de centralización o descentralización.

2.2.5. Fines de la empresa objetivamente considerada.

- a) Su fin es “la producción de bienes y servicios para un mercado”. Es decir, no hay ninguna empresa que no se establezca para lograr este fin directo, libremente de los fines que se pretenda llenar con su producción.
- b) Sus fines mediatos presumen analizar qué se busca con esa producción de bienes y servicios. A nuestro juicio, debe hacerse aquí una división entre la empresa pública y privada.

2.2.6. La empresa privada.

Según MUNCH, (2010), la institución privada indaga la obtención de un beneficio monetario mediante la complacencia de alguna necesidad de orden normal o general. Se ha platicado de un patrocinio económico más bien que de “intereses” para entender todos los casos; atendiendo solo a la divergencia entre lo que se invierte y lo que se logra.

Asimismo se ha distinguido que esto no puede lograrse si la producción de la organización no responde a una necesidad de orden general o social; cuando esta necesidad se dispersa, la empresa pierde su motivo de ser y tiende a cerrar.

2.2.7. La empresa pública.

Para (MUNCH, 2010), Este tipo de empresa tiene como fin satisfacer una necesidad de carácter general o social, con la que puede obtener o no beneficios. La institución pública podrá trabajar alcanzando beneficios, pero también que se haya planeado aun con base en pérdidas, puesto que el fin del Estado como empresario no puede ser obtener lucros, sino satisfacer necesidades en la sociedad.

Tienen también la consideración de empresas públicas las sociedades mercantiles con mayoría de capital privado cuya dirección y control es responsabilidad de los poderes

públicos que tienen la facultad legal de nombrar la mayoría de los miembros de su Consejo de Administración.

2.2.8. Empresa agrícola.

Institución que se encarga de todas las actividades económicas que abarca dicho sector, tiene su fundamento en la explotación del suelo o de los recursos que éste origina en forma natural o por la acción del hombre: cereales, frutas, hortalizas, pasto, forrajes y otros variados alimentos vegetales.

La agricultura es la actividad agraria que comprende todo un conjunto de acciones humanas que transforma el medio ambiente natural, con el fin de hacerlo más apto para el crecimiento de las siembras.

Es una actividad de gran importancia estratégica como base fundamental para el desarrollo autosuficiente y riqueza de las naciones.

Una empresa agrícola es una entidad que desarrolla su actividad en el sector agrícola. Se dedica a la producción de recursos derivados de la agricultura. Puede ser una gran empresa, una pequeña empresa o una cooperativa.

2.2.9. Comercialización.

(MIRANDA M, 2012), Señala que es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). Por ejemplo: “La empresa norteamericana comenzará la comercialización de un nuevo producto en los próximos días”, “La comercialización del vino de arroz fue un éxito”, “Tenemos un buen producto, pero todavía fallamos en la comercialización”.

(MIRANDA M, 2012), En esta era de tanta competitividad no es raro que un buen producto pase desapercibido por sus potenciales compradores. Esto se da a menudo en el ámbito de la tecnología; ya sean componentes de ordenadores, tales como tarjetas gráficas y discos duros o en estado sólido, consolas de videojuegos, televisores o tablet PCs, solo

aquellos que sean comercializados adecuadamente llegarán a tener el espacio que merecen en el mercado.

2.2.9.1. Comercio interno y externo.

2.2.9.1.1. Comercio.

Es toda actividad socio económica que consiste en la compra y venta de bienes y servicios con el fin de satisfacer una necesidad y con el objeto de obtener una utilidad.

Bienes: Productos, Mercancías

Servicios: Financieros, Telecomunicaciones, Medios, Clínicos, Profesionales.

Ejemplos:

- La compra de electrodomésticos (Comprador: satisface la necesidad, Vendedor: obtiene una ganancia por la venta)
- La venta de servicios profesionales para la construcción de un puente

2.2.9.1.2. Comercio Nacional.

Es toda actividad socio económica que consiste en la compra y venta de bienes y servicios que busca satisfacer una necesidad interna es decir en nuestro territorio nacional.

Ejemplos:

- La venta de productos leche La mejor

2.2.9.1.3. Comercio Internacional.

Es la compra y venta de bienes y servicios entre dos o más países. En el comercio internacional hacemos referencia a las importaciones y a las exportaciones

2.2.9.1.4. Importación.

Son entradas de bienes y servicios extranjeros al territorio aduanero nacional o desde una zona industrial de bienes y servicios a nuestro país.

2.2.10. La gestión por procesos.

Según BRAVO CARRASCO, (2011), la gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar diseñar, formalizar, controlar, generar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente.

2.2.11. Definición de proceso.

Según JAIME, MIGUEL, RIVAS, & TEJEDOR, (2011), define qué procesos es una serie de actividades secuenciales, acciones, decisiones, tareas orientadas a obtener un resultado específico como secuencia del valor añadido aportando por cada una de las actividades que se llevan a cabo en las diferentes etapas de dicho proceso, pudiendo conseguir un resultado satisfactorio para los clientes.

(MIRANDA M, 2012), Señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final.

Pero (CORDOBA, 2013), manifiesta que es analizar las vías de conducciones y vías de distribución para su venta por esta vía se comienza ya sea productos o servicios para clientes.

2.2.12. Procesos de gestión y recursos.

Manifiesta PEREZ FERNANDEZ JOSE ANTONIO, (2012), que los procesos de gestión y recursos permiten determinar, proporcionar y mantener los recursos (humanos, infraestructura y ambiente de trabajo).

2.2.13. Clasificación o tipos de procesos.

Manifiesta HERNANDO, (2011), que los procesos se clasifican en organizacionales, funcionales, gerenciales, operativos y de apoyo.

1. Los procesos clave son también denominados operativos y son propios de la actividad de la empresa, por ejemplo, el proceso de aprovisionamiento, el proceso de producción, el proceso de prestación del servicio, el proceso de comercialización, etc.
2. Los procesos estratégicos son aquellos procesos mediante los cuales la empresa desarrolla sus estrategias y define los objetivos. Por ejemplo, el proceso de planificación presupuestaria, proceso de diseño de producto y/o servicio, etc.
3. Los procesos de apoyo, o de soporte son los que proporcionan los medios (recursos) y el apoyo necesario para que los procesos clave se puedan llevar a cabo, tales como proceso de formación, proceso informático, proceso de logística, etc.

También, podemos distinguir entre procesos clave y procesos críticos. En general, los procesos clave atienden a la definición expuesta anteriormente. Están principalmente orientados hacia la satisfacción del cliente y en ellos se emplean una gran cantidad de los recursos disponibles por la empresa. Por otro lado, un proceso es crítico cuando en gran medida la consecución de los objetivos y los niveles de calidad de la empresa dependen de su desarrollo.

2.2.14. Gestión

La palabra gestión según (HUERGO, 2010), proviene de “gestus”, una palabra latina que significa: actitud, gesto, movimiento del cuerpo. En principio, este significado remite a lo que el sociólogo Pierre Bourdieu ha designado la hexis, esto es: el modo en que un hábitus (una serie de esquemas, dispositivos e interpelaciones culturales internalizadas por los sujetos) se expresa a través del cuerpo en gestos, posiciones, movimientos, etc. Pero este significado no nos dice nada sobre el carácter activo de la gestión, ya que pone énfasis en movimientos y actitudes vividas como “naturales” por los sujetos de una determinada cultura.

Sin embargo, “gestus” es derivada de otra palabra latina: “gerere”, que posee varios significados:

1. Llevar adelante o llevar a cabo
2. Cargar una cosa

3. Librar una guerra o trabar combate
4. Conducir una acción o un grupo
5. Ejecutar, en el sentido de un artista que hace algo sobre un escenario.

La palabra gestión proviene directamente de “gestio-onis”: acción de llevar a cabo y, además, está relacionada con “gesta”, en tanto historia de lo realizado, y con “gestación”, llevar encima.

2.2.14.1. Gestión de procesos.

Nos indica (HUERGO, 2010) Un proceso puede ser definido como la secuencia de actividades lógicas diseñada para generar un output preestablecido para unos clientes identificados a partir de un conjunto de inputs necesarios que van añadiendo valor.

Gestión por Procesos es la forma de gestionar toda la organización basándose en los Procesos. En tendiendo estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una ENTRADA para conseguir un resultado, y una SALIDA que a su vez satisfaga los requerimientos del Cliente

2.2.14.2. Gestión administrativa.

Según GITMAN, (2011), manifiesta que en lo que respecta a la funcionalidad laboral se construyeron indicadores que permiten analizar: ambiente de trabajo, aplicación de sistemas y procesos informáticos en la gestión institucional y establecimiento de mecanismos de comunicación interna.

Pero MATOS, (2011), dice que la administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizada, ejecutar, controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

2.2.14.3. Gestión Empresarial.

Según BERGHE ROMERO, (2010). Determina como la competencia de generar algo nuevo y hacer los mejores cambios, sin esta habilidad es difícil administrar el ambiente

empresarial, pero es necesario suponer los beneficios que se logran obtener para mantener la capacidad de progresar y desarrollarse. Asimismo le compete la toma de decisiones para ejecutar y gestionar los proyectos de la organización. Por lo que administrar la empresa es gestionar las inversiones para que generen mayor satisfacción económica a los capitalistas o asociados de la empresa.

2.2.14.4. Indicadores de gestión.

Para PRIETO HERRERA, J. (2011). Es algo que tiene la ayuda a orientar la actividad de gestionar una empresa, y muestra un sin número de formas como se despliegan las diligencias de un proyecto, también describe la manifestación cuantitativa del género de una empresa relacionado con un nivel de observación, es la relación entre los propósitos y los resultados. Es un estudio que cuantifica la situación de las características que queremos comprobar o valorar.

- **Objetivo:** El identificador elegido que tiende a dejar ver para qué lo exigimos:
Ejemplo: maximizar, minimizar, eliminar, etc.

- **Nivel de Referencia:** Es aquello contra los cual vamos a evaluar el desempeño de una empresa. Este puede ser histórico, estándar, teórico, competitivo o político.

- **Responsabilidad:** Establece visiblemente a quienes les incumbe proceder en expreso momento y en cada nivel de organización frente a la información que está proporcionando el indicador.

- **Procedimientos:** Establecer con precisión la forma de conseguir con denuedo, precisión y seguridad las medidas que tomemos. Es decir, como se alcanzan los datos, en qué sitio, instrumentos, quiénes los hacen y las operaciones.

- **Periodicidad:** Establecer cuándo se hace la valoración, lo cual está emparentado con la naturaleza del proceso a medir, para evitar cambios en las directrices.

- **Sistemas de datos de información:** Este mecanismo del indicador debe aseverar que la información adquirida se presenten con tiempo en el instante de tomar las decisiones.
- **Sinergia:** Es beneficioso que cada indicador tenga un esbozo de causa-efecto donde las interacciones se observe con buen detalle con otros indicadores de la empresa.

2.2.14.5. Gestión comercial.

Según la (EMPRESAS, 2012), es un término usado para describir las disciplinas de negocios no técnicos de una empresa u organización, en particular la administración de los ingresos y gastos para generar un retorno financiero. Sus orígenes parecen remontarse a las industrias de defensa y la construcción en el Reino Unido en la década de 1950.

La definición de gestión comercial dentro de una organización se aplica tanto a la política y los niveles de transacción. Las políticas comerciales se refieren a las reglas o prácticas que definen cómo las empresas se llevarán y las condiciones generales bajo las cuales las relaciones externas se producirán. Muchas de estas políticas se reflejan en los términos de cualquier contrato en el que la organización se compromete. A nivel de transacciones, la gestión comercial se aplica a través de la supervisión de las relaciones comerciales para garantizar su cumplimiento con los objetivos empresariales o políticas y de entender o manejar las consecuencias financieras y el riesgo de cualquier variación.

2.2.15. Modelos de gestión

Para TOBAR, (2012), un sistema de gestión es un esbozo o marco de referencia para la administración de una empresa. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública.

Esto quiere decir que los gobiernos tienen un modelo de gestión en el que se basan para desarrollar sus políticas y acciones, y con el cual pretenden alcanzar sus objetivos.

El modelo de gestión que utilizan las organizaciones públicas es diferente al modelo de gestión del ámbito privado. Mientras el segundo se basa en la obtención de ganancias

económicas, el primero pone en juego otras cuestiones, como el bienestar social de la población.

2.2.16. Modelos conceptuales de gestión de la calidad

GÁLVEZ (2011). El fomento de un sistema de calidad en el proceso permanente de mejora de los productos y/o servicios ha logrado tal importancia que se ha convertido en un sinónimo de seguridad para todas las partes de la organización, pues constituye un enfoque objetivo, riguroso y estructurado para lograr la excelencia. De tal forma que los modelos benefician el diagnóstico de la organización, consintiendo situar de un marco conceptual definido, suministrando objetivos, determinando líneas de mejora y viabilizando la medición acorde a sus razones.

Los principales modelos de gestión de la calidad se tienen:

✓ Modelo Deming.

Es el primer modelo desarrollado en Japón en 1951 por la Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros (JUSE), recogiendo la aplicación práctica de las teorías japonesas del Control Total de la Calidad (TQC) o Control de la Calidad en toda la empresa (CWQC).

Según DORADO y GALLARDO, el modelo nace con el propósito de evaluar y evidenciar la obtención de resultados buenos mediante el control de la calidad en la producción. Es indudable que estas primeras ideas van dirigidas a la mejora de los productos y no de los servicios, por lo que su aplicación ni se plantea, pero es el primer modelo de referencia y sobre él se apoyan los siguientes que se desplegaron.

El principal objetivo de la evaluación es comprobar que mediante la implantación del control de calidad en toda la compañía se obtienen buenos resultados. Es así que se basa su perspectiva en el control estadístico, resolución de problemas y perfeccionamiento o mejora continua, centrándose en la autoevaluación como forma de alcanzar los objetivos, acopiando una serie de criterios en la gestión de la organización como: liderazgo,

cooperación interna y externa, aprendizaje, gestión de proceso, mejora continua, satisfacción del empleado y satisfacción del cliente que es la razón de ser de toda empresa.

✓ **Modelo Deming Baldrige**

El Premio Nacional de Calidad Malcolm Baldrige se crea en Estados Unidos en 1987 con el objetivo de contrarrestar la invasión de productos japoneses en el mercado estadounidense, promocionando la utilización de la Calidad Total – Excelencia como procedimiento competitivo de gestión empresarial.

Este sistema se basa en un modelo de liderazgo, planificación estratégica y enfoque tanto al cliente como al mercado, por lo que se basa en el liderazgo dirigido al cliente, en apoyo a la empresa, medición de índices y medidas como forma de conservar la ventaja competitiva de la empresa.

✓ **Modelo EFQM de Excelencia.**

El modelo EFQM sitúa de un esbozo propio, muy similar al planteado por el modelo Malcolm Baldrige, formado por 9 criterios ponderados de evaluación de la excelencia de una organización, los cuales se agrupan en dos partes: los agentes facilitadores que son los criterios que muestran cómo se han alcanzado los resultados y los resultados que son los criterios que indican qué ha alcanzado la organización y qué se está logrando.

Los apartados que se detallan sirven para evaluar el progreso de una organización hacia la excelencia. A cada uno de ellos le acompaña una definición del mismo que explica su significado a nivel global.

- a. Orientación en resultados: lograr los resultados que satisfagan plenamente a todos los grupos de interés de la empresa.
- b. Orientación hacia el cliente: crear valor para el cliente.
- c. Liderazgo y coherencia con los objetivos: desplegar un liderazgo con capacidad de visión que sirva de iluminación a los demás y que, además, sea coherente en toda la empresa.

- d. Dirección por procesos y hechos: agenciar la organización mediante un conjunto de sistemas, procesos y datos, interdependientes e interrelacionados.
- e. Desarrollo e implicación del personal: maximizar la contribución de los empleados a través de su desarrollo e implicación.
- f. Aprendizaje, innovación y mejora continua: desafiar el statu quo y hacer realidad el cambio aprovechando el aprendizaje para crear innovación y oportunidades de mejora.
- g. Desarrollo de alianzas y asociaciones: desarrollar y mantener alianzas que añaden valor.
- h. Responsabilidad social: exceder el marco legal mínimo en el que opera la organización y esforzarse por comprender y dar respuesta a las expectativas que tienen sus grupos de interés en la sociedad.

2.2.17. Insumos

Para INSUMOS (2015), especifica que los insumos son la parte esencial de todo proceso productivo y no contar con ellos es una de las principales razones por las cuales una industria se puede ver parada. Las principales causas de falta de insumos puede ser la escasez de los mismos en determinadas regiones (lo cual hace que conseguirlos en otras partes sea extremadamente caro), la elevación de los precios, la presencia de factores externos que pueden contribuir a su escasez, etc.

En muchos ambientes productivos la mano de obra también es considerada un insumo de vital importancia ya que es la responsable de encadenar todos los procesos productivos entre el producto primario y el producto finalizado. Al mismo tiempo, la mano de obra puede presentar los mismos problemas que el resto de los insumos materiales en lo que hace a su acceso, a su mantenimiento, etc.

El insumo es todo aquello disponible para el uso y el desarrollo de la vida humana, desde lo que encontramos en la naturaleza, hasta lo que creamos nosotros mismos, es decir la materia prima de una cosa.

En general los insumos pierden sus propiedades y características para transformarse y formar parte del producto final.

Para el caso de servicios de salud a los recursos de entrada al proceso cuyo flujo de salida es el servicio entregado.

Es el material inicial (materia prima, subproducto) que se incorpora al proceso para satisfacer necesidades como comer, correr y hacer necesidades.

2.2.17.1. Tipos de insumos

Básicamente a los insumos los podemos dividir en dos tipos: 'Trabajo' (o mano de obra) y 'capital', este capital es el que se conoce como capital "físico o productivo" (maquinaria, equipo, instalaciones, tecnología en general), que es distinto al capital "financiero" (líquido).

Por lo general los insumos se miden en "flujos", en lugar de "niveles" (stocks). Los insumos para su análisis pueden ser considerados también como insumos fijos o insumos variables. Si el insumo trabajo es fijo entonces se considerará variable el capital, y si se considera el insumo capital como fijo, entonces el trabajo sería el insumo variable.

Existen insumos genéricos y originales.

2.2.18. Insumos agrícolas

Son productos y materiales de uso agropecuario (agrícola y ganadero) destinados a la sanidad y alimentación de los cultivos y los animales como plaguicidas, fertilizantes, abonos, semillas, material de propagación vegetal, agentes y productos para el control de plagas y productos de uso veterinario.

Pueden estar laborados elaborados con ingredientes naturales pero también con productos químicos de síntesis

Las semillas y los medicamentos veterinarios pueden contener ingredientes producido mediante manipulación genética (OGM), técnica mediante la cual se modifican o incorporan nuevos genes a un organismo que puede ser de una especie distinta.

Pueden dar lugar a residuos de plaguicidas y fármacos veterinarios en carne, leche, huevos y otros productos animales y crear graves problemas de salud pública y medioambiental.

El abuso o la mala gestión de los fertilizantes químicos de alta solubilidad pueden dar lugar a contaminación de las aguas.

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. Localización.

Este proyecto de investigación se lo realizó en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, la empresa se encuentra ubicada en el km. 1.5 vía Santo Domingo de los Tsáchilas, tendrá una duración de 3 meses según el cronograma de trabajo para su desarrollo.

3.2. Tipos de Investigación.

3.2.1. Bibliográfica.

Utilizada para recabar información primaria en la elaboración del presente trabajo, entender como una introducción a cualquiera de las otras investigaciones, constituye una de las primeras etapas de todas ellas, entrega información a las ya existentes como las teóricas, resultados, instrumentos y técnicas usadas se busca en textos, tratados, monografías, revistas y anunciados. (SALAZAR, 2009)

Este tipo de investigación, sirvió para la realización de la fundamentación teórica ya que se tomó lo más importante de cada libro.

3.2.2. Exploratoria.

Este tipo de investigación permitió aumentar el grado de familiaridad con la gestión de procesos desconocidos, así como obtener información y la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre propuestas para la mejora de la gestión administrativa de la empresa unidad de almacenamiento-EP del Cantón Quevedo en estudio por medio del sistema de gestión de procesos en la comercialización.

Se lo utilizó específicamente en la recolección de información a varios factores que influyen externamente (económicos, sociales, legales, políticos, competencia y proveedores).

3.2.3. Aplicada.

Se aplicó este tipo de investigación por medio de encuestas a los directivos, clientes potenciales y reales que se proveen de este producto de insumos agrícolas por medio de la unidad de almacenamiento-EP, con el propósito de identificar el grado de satisfacción en la comercialización y servicio competitivo.

3.3. Métodos de Investigación.

3.3.1. Deductivo

Este método se lo aplico directamente en la recolección de información, es decir va de particular a lo general y permite analizar las informaciones pertinentes de la investigación.

3.3.2. Inductivo

Este método motivó a razonar cada decisión que fuera aplicada en la investigación de la empresa unidad nacional de almacenamiento-EP, para ser estudiada de manera separada y finalmente unificada, permitió establecer los puntos de análisis para estimar su influencia en la evaluación de la empresa en la gestión de procesos para la comercialización de insumos agrícolas.

3.3.3. Analítico

Este método permitió realizar el análisis en función del objeto de estudio, partiendo de sus partes para poder constituir el todo, logrando así conocer y comprender las causas y efectos del mismo en el proyecto de investigación.

3.4. Fuentes de recopilación de información.

Para la investigación se utilizó las siguientes fuentes de recopilación de información:

3.4.1. Primarias.

Para desarrollar la fuente primaria en la presente investigación se realizó encuestas a los clientes de la unidad nacional de almacenamiento-EP, con el fin de recabar información pertinente a la investigación sobre el servicio que ofrece en la comercialización de insumos agrícolas. También se aplicó una entrevista a los colaboradores de la entidad en estudio, así mismo a su representante legal con la finalidad de obtener información respectiva al estudio.

3.4.2. Secundarias.

Según DROSKIN, (2005), son hechos, cifras e información que alguien ha reunido para otros fines, y pueden ser datos existente en la organización o externos a ella. Recurrir a fuentes secundarias es una forma de obtener información más fácil. Se usó este tipo de fuente, en la que se reunió información de libros, tesis, folletos, de los cuales se tomó lo más relevante para la culminación de este trabajo.

3.5. Diseño de la Investigación.

Esta investigación es cuali-cuantitativa, su ejecución permitió levantar información primaria basada en las encuestas dirigidas a los clientes reales y potenciales de la unidad nacional de almacenamiento-EP, del Cantón Quevedo, las preguntas elaboradas y luego aplicadas para su tabulación e interpretación de los resultados, así mismo una entrevista al directivo de la entidad pública con el fin de identificar los puntos fuertes y débiles del organismo, lo manifestado tiene vinculación directa con el problema central, su sistematización, así como los objetivos del proyecto de investigación, con la aplicación de los métodos permitió deducir las conclusiones generales de la investigación.

3.6. Instrumentos de Investigación.

3.6.1. Observación.

Ayudó a distinguir los problemas que existen en los Procesos de la Empresa para llevar a cabo el análisis comercial y de esta manera encontrar los problemas de la comercialización de la Unidad Nacional de Almacenamiento.

3.6.2. Encuesta.

La encuesta se realizó a los clientes reales y potenciales que requieren de este servicio que brinda la empresa pública y específicamente los agricultores de la zona que se beneficien de la comercialización de la empresa.

3.6.3. Entrevista.

Se realizó una entrevista al ejecutivo de la unidad nacional de almacenamiento-Ep del Cantón Quevedo, para conocer el criterio del funcionario sobre el grado de importancia que tiene contar con un sistema de gestión de procesos en la comercialización de los insumos agrícolas y su incidencia en la eficacia administrativa, por lo que es una herramienta esencial para la obtención de los datos inherentes al problema.

3.7. Tratamiento de los Datos.

Una vez aplicada la encuesta y entrevista a quienes corresponda respectivamente, se procedió al registro y tabulación de los datos obtenidos en las mismas, para lo cual se utilizó como herramienta principal el programa de EXCEL, el cual a su vez proporciona las gráficas necesarias de los mismos datos, para una mayor comprensión de los éstos.

3.8. Recursos Humanos y Materiales.

3.8.1. Humanos.

La presente investigación colaboraron activamente los directivos de la unidad nacional de almacenamiento-EP, del Cantón Quevedo, los clientes potenciales y reales, el director del trabajo Lcdo. Luis Villota Guevara, que de manera profesional y personal contribuye en la culminación del documento, en la parte operativa amigos, compañeros de trabajo y Ángela Avilés Pérez quien es la ejecutora de esta investigación.

3.8.2. Materiales.

Para esta investigación se utilizó los siguientes materiales: Computadora, impresora, copias, pendrive, internet, libros, hojas A4 tamaño oficio, carpetas, esferos, etc.

3.9. Población y muestra.

3.9.1. Población.

Para la investigación se consideró como universo a los 5385 clientes que constan en la base de datos de la unidad nacional de almacenamiento-EP, del Cantón Quevedo. Según información proporcionados por la empresa pública. Y de la misma manera a 32 colaboradores de la empresa se les aplico una encuesta con preguntas elaboradas para el efecto.

3.9.2. Muestra.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1) + Z^2 pq}$$

Simbología:

n= muestra

N = Población objetivo 5385

Z = Nivel de confianza 1,96%

e = Margen de error 0,05%

p= Probabilidad de ocurrencia del evento 0,50%

q = Probabilidad de no ocurrencia 0,50%

Aplicación de la muestra matemática

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 5385}{0,05^2 (5385 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,50 \times 0,50 \times 5385}{0,0025(5384) + 3,8416 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 1.346,25}{13,46 + 0,9604}$$

$$n = \frac{5,171.754}{14,4240}$$

$$n = 359$$

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION DE LA INVESTIGACION

4.1. Resultados.

4.1.1. Resultados de la encuesta aplicada a los empleados de la UAN.EP. Cantón Quevedo

1. ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la empresa?

Cuadro 1. Tiempo en la empresa

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Menos de 1 año | 0 | 0 |
| De 1 a 2 | 3 | 9 |
| De 2 a 3 | 5 | 16 |
| De 3 en adelante | 24 | 75 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

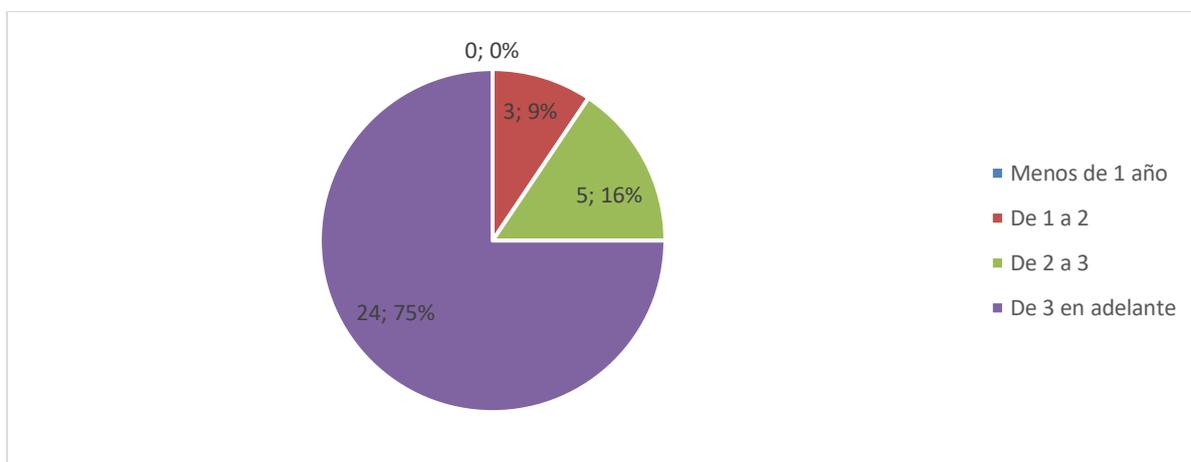


Gráfico 1. Tiempo en la empresa

Análisis: En esta grafica se puede apreciar que el 75% de los encuestados laboran de 3 años en adelante, con el 16% tienen un rango de 2 a 3 años, y de menor proporción de 1 a 2 años con el 9% de los trabajadores de la empresa

2. ¿Qué cargo ocupa usted en la empresa?

Cuadro 2. Cargo que ocupa en la empresa

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| Administrativo | 7 | 22 |
| Cajera/o | 1 | 3 |
| Servicio al cliente | 2 | 6 |
| Bodeguero | 4 | 13 |
| Operativos | 18 | 56 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

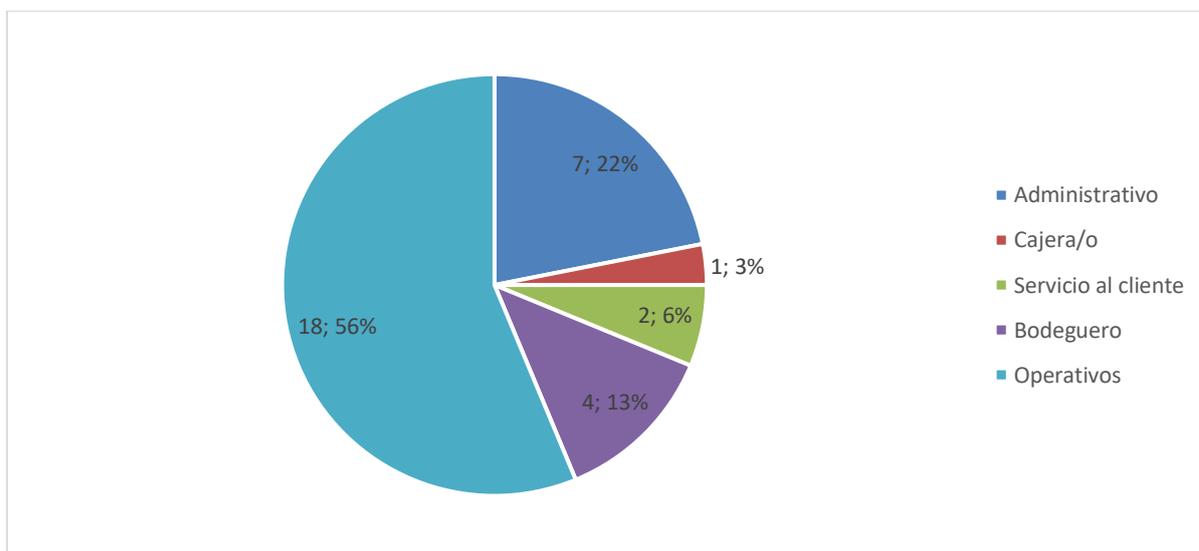


Gráfico 2. Cargo que ocupa en la empresa

Análisis: Según la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa se puede apreciar que el 56% cumplen actividades operativas, 22% son del área administrativa, con 13% laboran en la bodega de la empresa, el 6% se dedican al servicio al cliente mientras que el 3% cumplen funciones de cajeras o cajeros

3. ¿Tiene conocimiento de la estructura orgánica con que funciona la empresa?

Cuadro 3. Conocimiento de la estructura orgánica de la empresa

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 10 | 31 |
| NO | 22 | 69 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

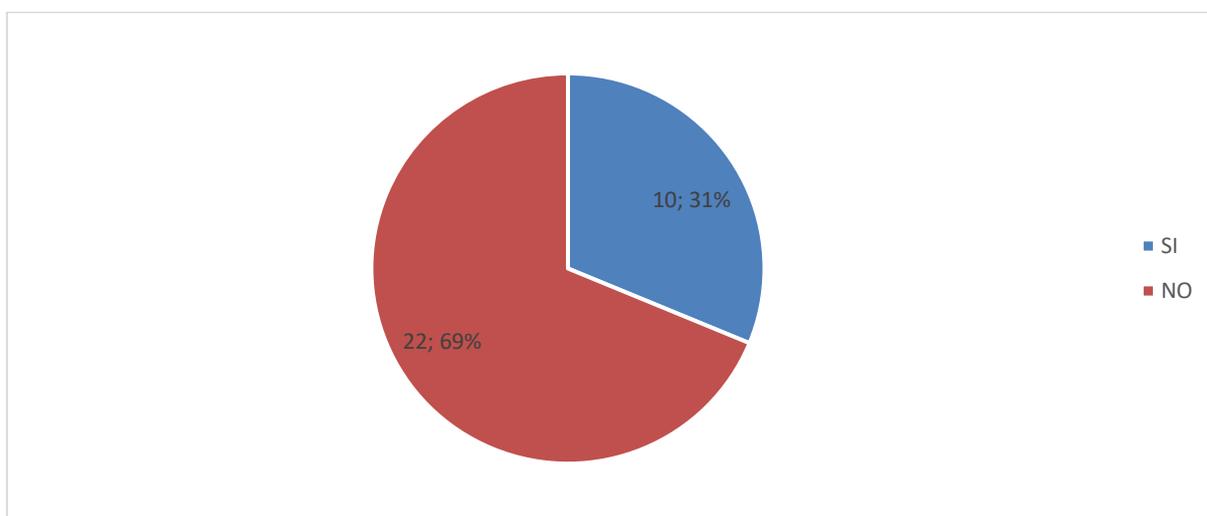


Gráfico 3. Conocimiento de la estructura orgánica de la empresa

Análisis: Se puede apreciar que el 69% de los encuestados manifestaron que no tienen conocimiento de la estructura orgánica con la que se desenvuelve la empresa y con el 31% manifestaron que si conocen la estructura funcional de la empresa.

4. ¿Desearía conocer los niveles jerárquicos que tiene la empresa?

Cuadro 4. Conocer los niveles jerárquicos de la empresa

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 32 | 100 |
| NO | 0 | 0 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

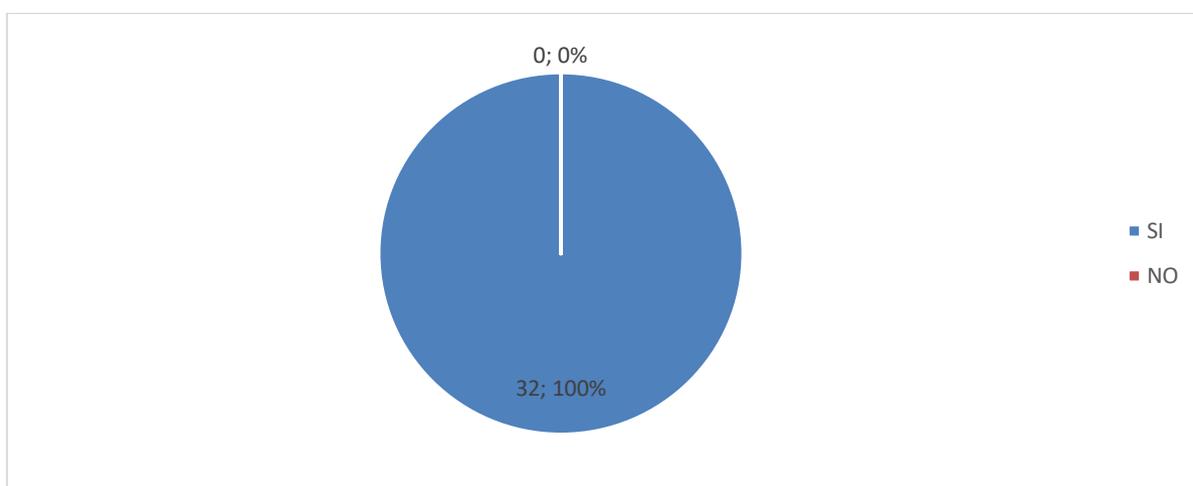


Gráfico 4. Conocer los niveles jerárquicos de la empresa

Análisis: Se puede determinar que según las encuestas aplicadas a los colaboradores de la empresa el 100% respondieron que si desean conocer los niveles jerárquicos con que se desarrolla el sistema de la gestión empresarial.

5. ¿Cómo califica la comunicación interna de la empresa?

Cuadro 5. Calificación de la comunicación

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Muy buena | 5 | 16 |
| Buena | 24 | 75 |
| Regular | 3 | 9 |
| Mala | 0 | 0 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

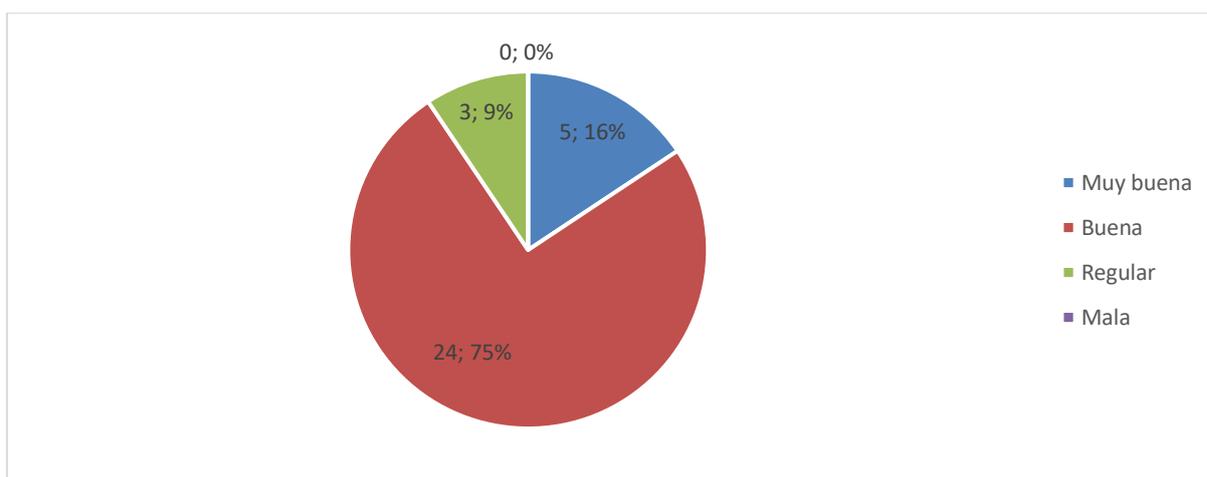


Gráfico 5. Calificación de la comunicación

Análisis: En esta grafica podemos apreciar que el 75% la califica de buena a la comunicación interna en la empresa mientras que el 16% afirmaron que es muy buena mientras que regular supo manifestar que es regular el sistema de interno de vías de comunicación.

6. ¿Cómo califica el liderazgo de los directivos de la empresa?

Cuadro 6. Calificación del liderazgo

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Muy buena | 8 | 25 |
| Buena | 17 | 53 |
| Regular | 7 | 22 |
| Mala | 0 | 0 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

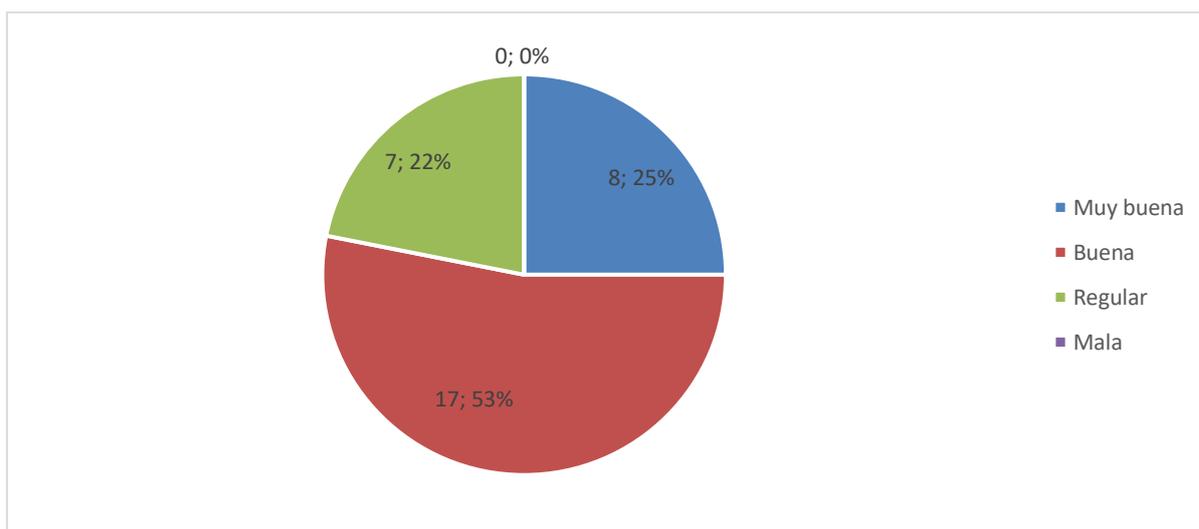


Gráfico 6. Calificación del liderazgo

Análisis: En esta grafica se puede apreciar que el 53% de los encuestados dijeron que el liderazgo es bueno, con el 25% lo califican de muy bueno mientras que el 22% determinaron que es regular el indicador de liderazgo por los directivos en la empresa.

7. ¿Conoce usted la misión de la empresa?

Cuadro 7. Conoce la misión de la empresa

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 14 | 44 |
| NO | 18 | 56 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

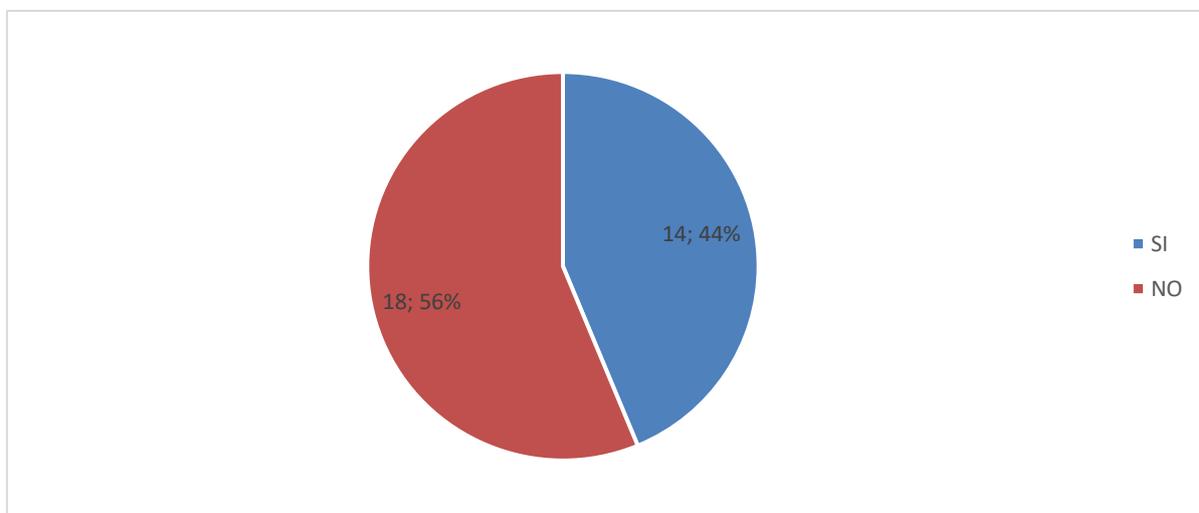


Gráfico 7. Conoce la misión de la empresa

Análisis: En esta grafica sobre el conocimiento de la misión de la empresa los encuestados se manifestaron con el 56% que no tienen conocimiento de este indicador pero con el 44% dijeron que si tienen conocimiento, lo que implica que los directivos deben planificar un sistema de difusión colectiva sobre los ejes estratégicos de la empresa, con el fin de que se empoderen sobre las actividades que realiza y recursos que utilizan con el fin de gestionar la eficiencia y eficacia en el desarrollo empresarial.

8. ¿Existe por escrito las funciones que desempeña en su puesto de trabajo?

Cuadro 8. Existe por escrito las funciones que realiza

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 15 | 47 |
| NO | 17 | 53 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

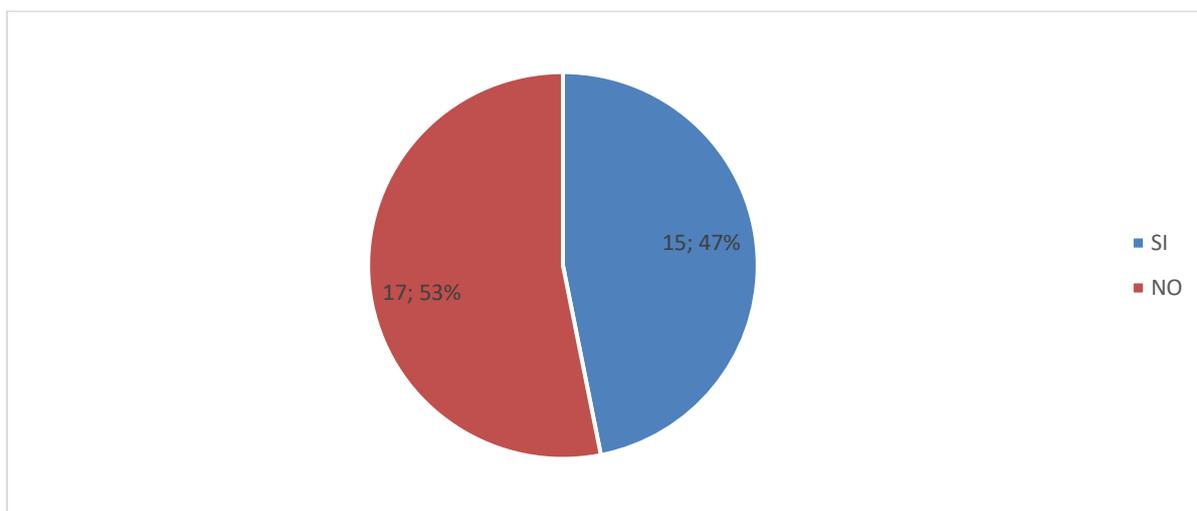


Gráfico 8. Existe por escrito las funciones que realiza

Análisis: En esta grafica se aprecia que el 53% de los encuestados manifestaron que sus funciones no están derivadas por algún instructivo laboral pero el 47% se manifestó que si tienen claro las actividades que desarrollan en la empresa, por lo que es importante que los administradores promuevan un instrumento que deriven las actividades de sus colaboradores con el fin de mejorar la gestión en los procesos de comercialización del producto que ofertan en el mercado.

9. ¿Recibe algún tipo de capacitación relacionada al servicio al cliente y calidad?

Cuadro 9. Recibe capacitación

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 12 | 37 |
| NO | 20 | 63 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

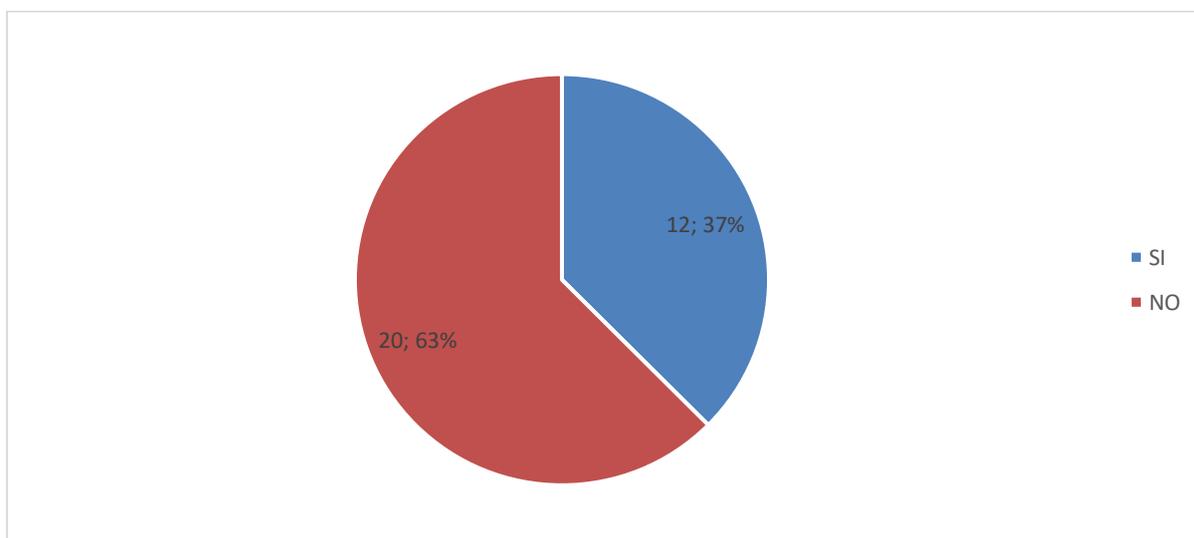


Gráfico 9. Recibe capacitación

Análisis: Se puede apreciar que el 63% de los encuestados manifestaron que no han tenido algún tipo de capacitación que les permita desarrollarse como personas y profesionalmente pero el 37% dijeron que si son capacitados, por lo que es trascendental que los administradores consideren este resultado para planificar un programa de capacitación continua a los colaboradores con el propósito de incrementar la gestión de procesos en la comercialización de los productos ofertados en el mercado, y por consiguiente brindar un clima laboral de calidez y servicio eficiente hacia el mercado.

10. ¿De los rangos citados como califica el servicio que brinda la empresa?

Cuadro 10. Como califica el servicio

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Muy buena | 8 | 25 |
| Buena | 20 | 62 |
| Regular | 4 | 13 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

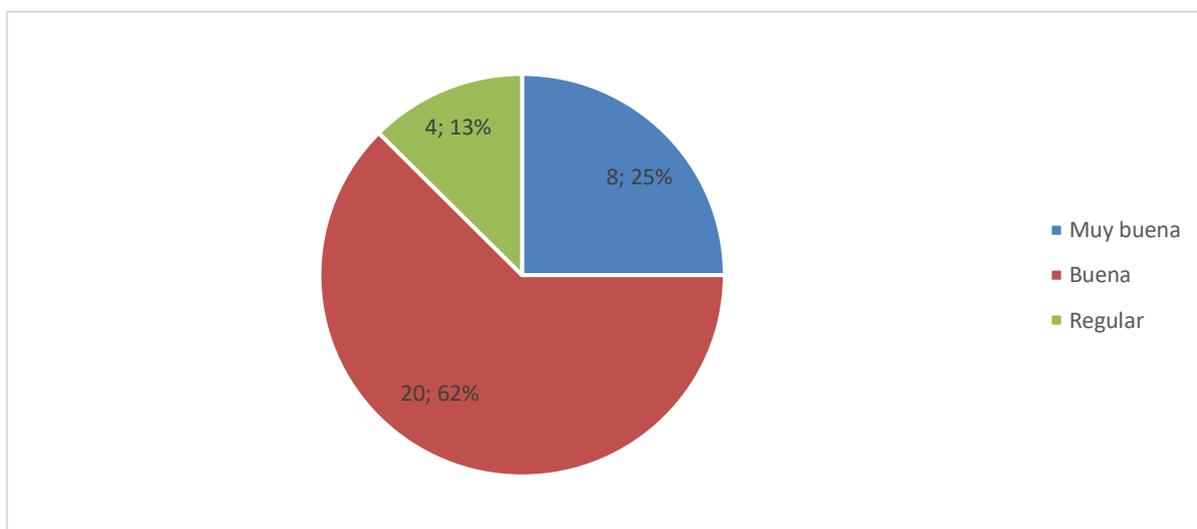


Gráfico 10. Como califica el servicio

Análisis: En esta grafica se aprecia que el 62% de los encuestados califica el servicio al cliente como buena, con el 25% de muy bueno, pero el 13% manifestaron que es regular, lo que permite a que los administradores promuevan un proceso continuo en capacitación en el área de servicio al cliente, con el propósito de inferir en la mejora continua, y contribuya al crecimiento económico en la comercialización de sus producto con calidad y eficiencia

11. ¿Qué tipo de reclamos o sugerencias tienen los clientes al solicitar los servicios de insumos?

Cuadro 11. Tipos de reclamos

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Mala atención | 12 | 37 |
| Poca agilidad en la entrega del producto | 8 | 25 |
| Calidad | 4 | 13 |
| Precio | 0 | 0 |
| Demasiado tramite | 8 | 25 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

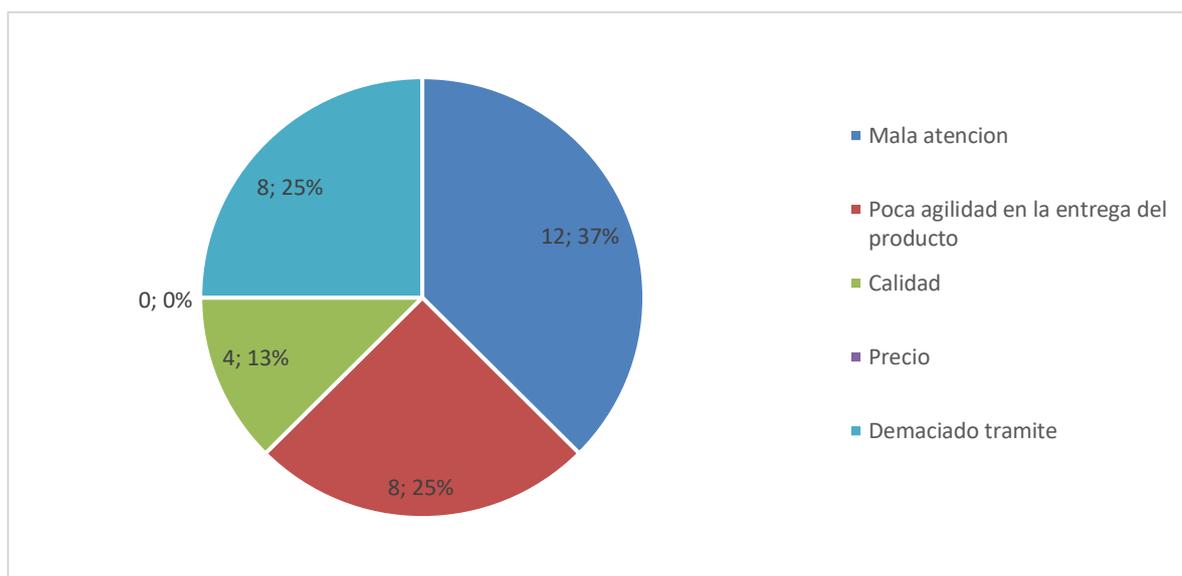


Gráfico 11. Tipos de reclamos

Análisis: Según las encuestas realizadas a los colaboradores sobre las causas de los reclamos que se generan los clientes en el servicio de comercialización de los insumos, se manifestaron con el 37% son por la mala atención, con el 25% por poca agilidad en la entrega del producto y por demasiado tramite en la adquisición de los insumos, y el 13% se manifestó que es por la calidad del producto que se oferta en la empresa.

12. ¿Los directivos brindaron solución de forma inmediata?

Cuadro 12. Brindan solución inmediata

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 18 | 56 |
| NO | 14 | 44 |
| TOTAL | 32 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

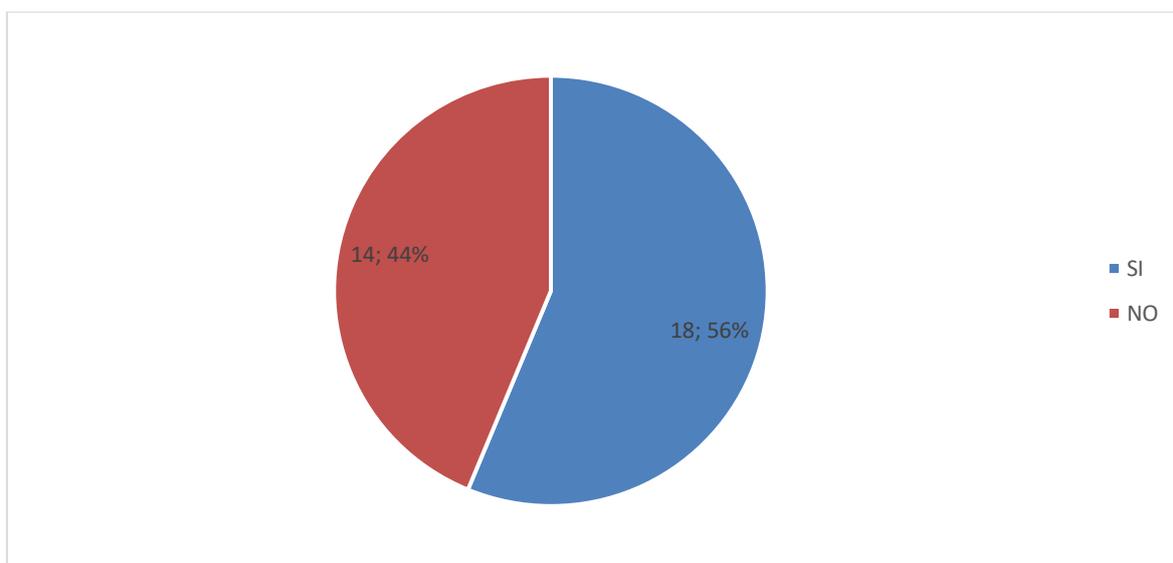


Gráfico 12. Brindan solución inmediata

Análisis: En esta grafica el 56% de los encuestados manifestaron que los directivos dan solución inmediata sobre algún tipo de problema que se genera en la empresa, pero con el 44% dijeron que no se da tramitación a los percances que se ocasionan en las diferentes áreas de la comercialización de los insumos, lo que permitirá a los administradores de la empresa fomentar con mayor fuerza las actividades administrativas que le permitan optimizar las decisiones de manera eficiente, encaminadas a la mejora continua del sistema de proceso administrativo en la gestión empresarial.

4.1.1.2. Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa unidad de almacenamiento EP del Cantón Quevedo.

1. ¿Por qué prefiere usted comprar en la UNA EP?

Cuadro 13. Por qué prefiere la UNA EP

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Precio | 185 | 51 |
| Calidad | 125 | 35 |
| Servicio | 49 | 14 |
| TOTAL | 359 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

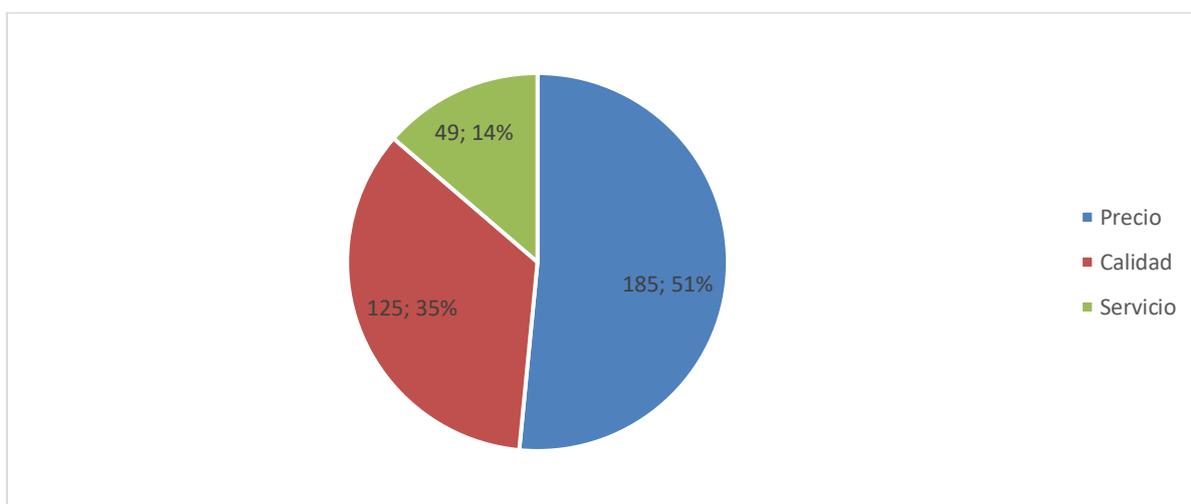


Gráfico 13. Por qué prefiere la UNA

Análisis: En esta grafica se observa que el 51% de los encuestados manifestaron que por el precio, mientras que el 35% por la calidad de los insumos ya que son subsidiados y con el 14% lo califica por el servicio brindado

2. ¿Cuál es la frecuencia de compra que usted utiliza?

Cuadro 14. Frecuencia de compra

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Semanal | 80 | 22 |
| Mensual | 175 | 49 |
| Trimestral | 85 | 24 |
| Semestral | 19 | 5 |
| TOTAL | 359 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

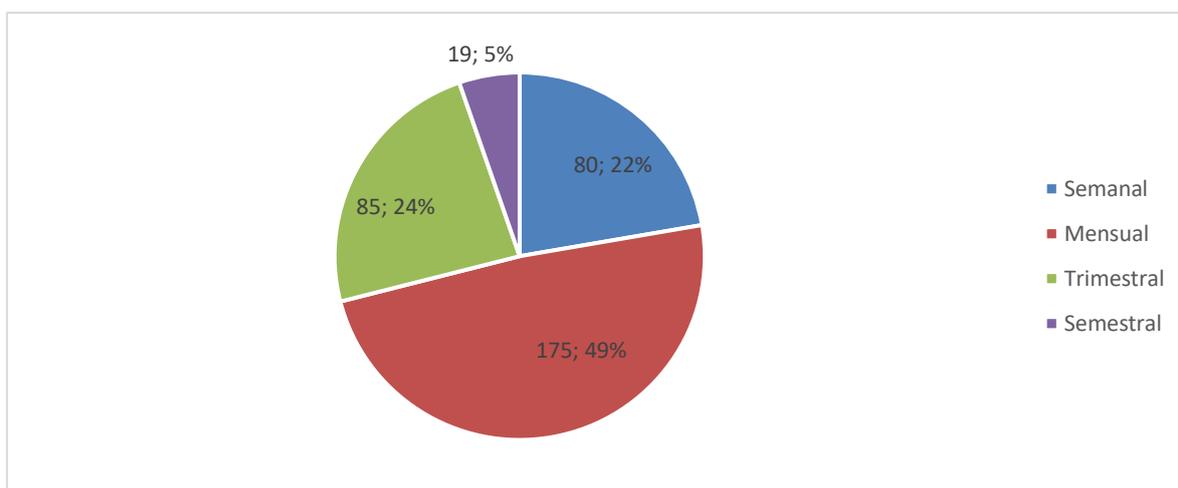


Grafico 14. Frecuencia de compra

Análisis: En esta grafica se aprecia que la frecuencia de compra de los insumos es de 49% de los encuestados respondieron que realizan mensualmente, con el 24% trimestral, 22% manifestaron que lo hacen semanalmente mientras que el 5% es semestral, determinando los niveles de compra de los insumos, y permite a los administradores realizar una planificación con el fin de potenciar la cultura de compra de los productos ofertados por la empresa

3. ¿Cómo califica usted los productos que oferta la empresa?

Cuadro 15. Como califica los productos

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Muy bueno | 165 | 46 |
| Bueno | 194 | 54 |
| Malo | 0 | 0 |
| TOTAL | 359 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

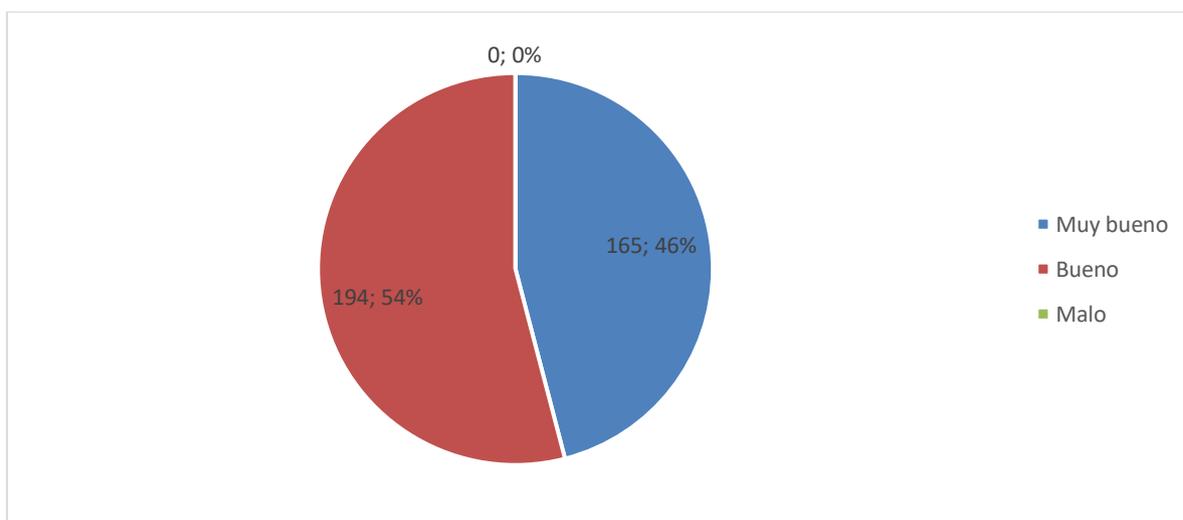


Gráfico 15. Como califica los productos

Análisis: Los encuestados respondieron que los productos ofertados por la empresa son de buena calidad, con el 46% lo califica de muy bueno, generando esto un indicador potencial para que los directivos promocionen con mayor fuerza sus productos al mercado en virtud de la satisfacción del cliente

4. ¿Cómo califica los precios que tiene la empresa con los del mercado?

Cuadro 16. Como califica los precios

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|------------|
| Elevados | 0 | 0 |
| Similares a la competencia | 0 | 0 |
| Módicos | 84 | 23 |
| Bajos | 275 | 77 |
| TOTAL | 359 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

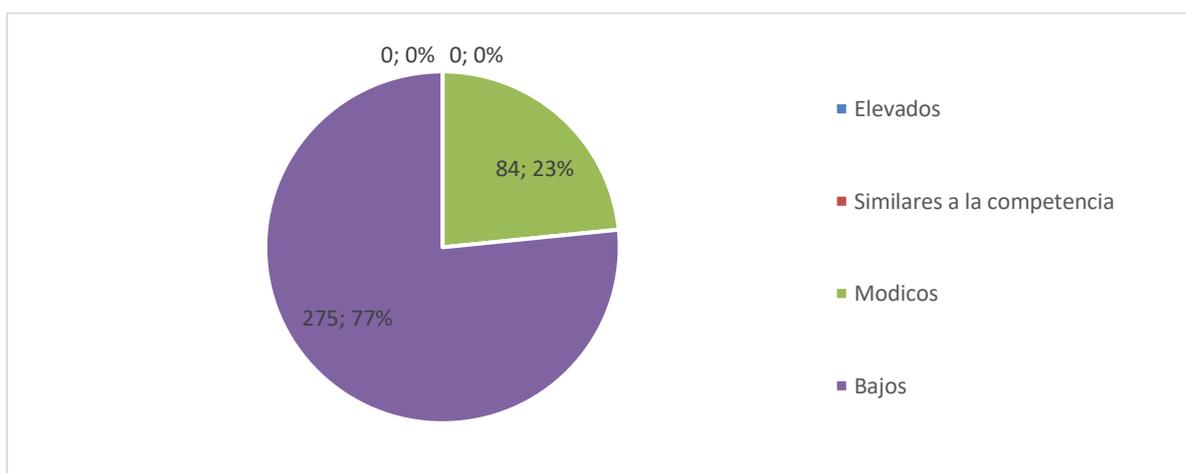


Gráfico 16. Como califica los precios

Análisis: En esta gráfico se puede observar que el 77% manifestaron que los precios en relación con la competencia son bajos por el hecho de ser subsidiados, mientras que el 23% dijeron que son módicos acorde a sus economías, permitiendo esto una ventaja competitiva en el mercado de la venta de insumos agrícolas por parte de la empresa pública

5. ¿Conoce usted si la empresa tiene algún tipo de publicidad en el mercado?

Cuadro 17. Conoce sobre la publicidad de la empresa

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 85 | 24 |
| NO | 274 | 76 |
| TOTAL | 359 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

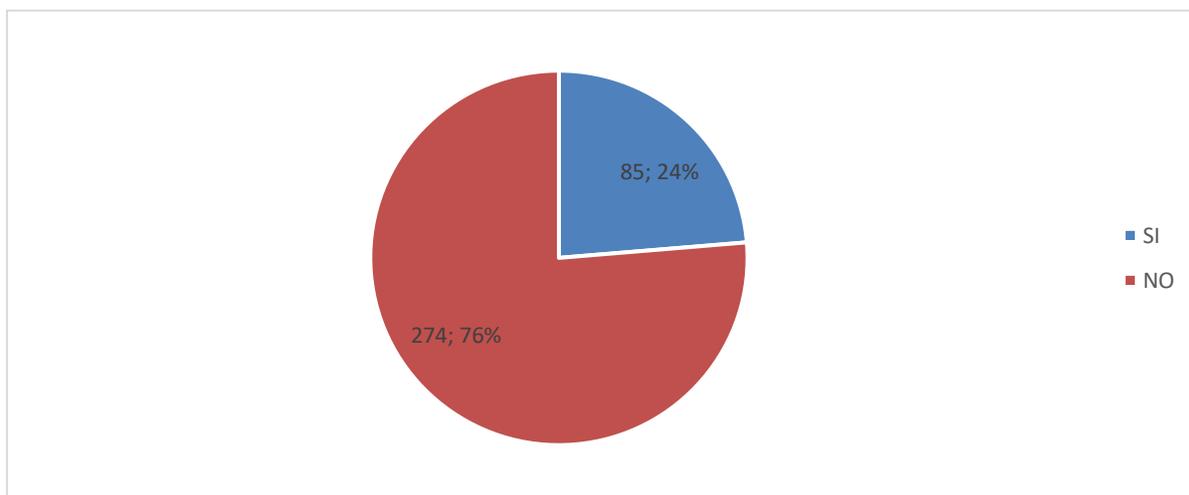


Gráfico 17. Conoce sobre la publicidad de la empresa

Análisis: Según la encuesta aplicada a los clientes supieron manifestar que no tiene conocimiento de algún tipo de publicidad que realice la empresa pública para ofertar sus productos agrícolas, pero el 24% aseguran que si tiene conocimiento de esta estrategia comercial, lo que implica que los administradores para incrementar las ventas de estos productos deben realizar un plan de publicidad que les permita aumentar sus ingresos en función del servicio y producto hacia el mercado objetivo

6. ¿la empresa le ha brindado algún tipo de promoción por la adquisición de sus productos?

Cuadro 18. Le ha brindado algún tipo de promoción

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| SI | 0 | 0 |
| NO | 359 | 100 |
| TOTAL | 359 | 100 |

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora



Gráfico 18. Le ha brindado algún tipo de promoción

Análisis: En esta grafica se determina que la empresa no tiene un plan promocional en virtud que el 100% respondieron que no se ha beneficiado de promociones en función de la compra de insumos agrícolas, lo que indica que los responsables de la empresa deben realizar un plan promocional que le permita fortalecer sus ventas e incursionar como empresa competitiva con calidad y calidez en pro del cliente potencial

7. ¿Cómo califica el servicio que brinda la empresa?

Cuadro 19. Calificación sobre el servicio.

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Muy bueno | 39 | 11 |
| Bueno | 200 | 56 |
| Regular | 75 | 21 |
| Malo | 45 | 12 |
| TOTAL | 359 | 100 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

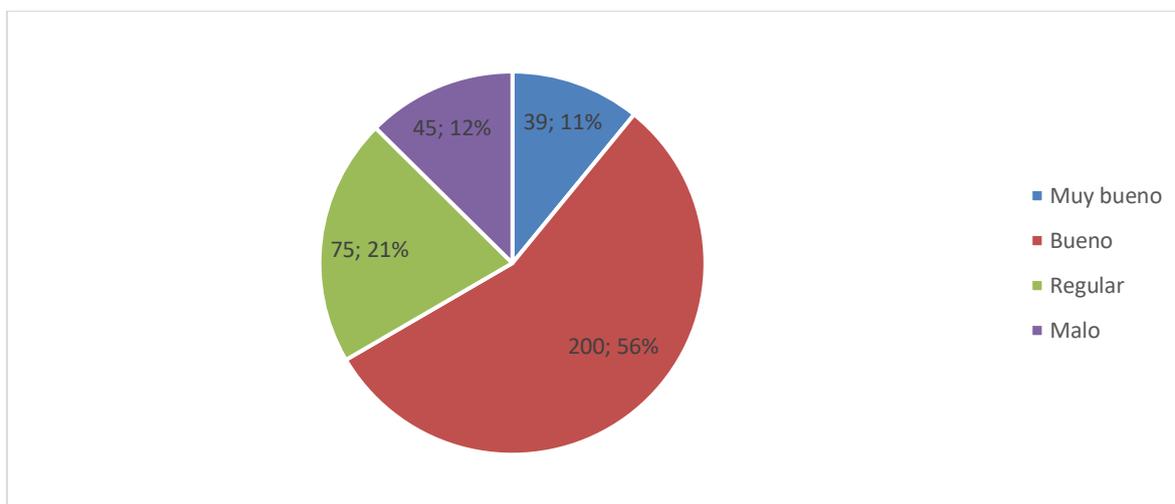


Gráfico 19. Calificación sobre el servicio.

Análisis: Según los encuestados el 56% califican el servicio de bueno, 21% de regular, 12% como malo y con el 11% de muy bueno el servicio brindado, permitiendo a los ejecutivos fortalecer el área de servicio al cliente brindando un plan de capacitación continua a sus colaboradores lo que contribuirá a incrementar su portafolio de clientes, permitiendo esto satisfacer a sus clientes con un servicio diferenciado con el de la competencia, y por consiguiente generar un clima comercial cálido.

4.1.2. Entrevista aplicada al administrador de la Unidad Nacional de Almacenamiento EP. Del Cantón Quevedo.

1. ¿Cómo califica usted su gestión de proceso administrativa en la empresa?

Bueno, estoy consciente que se ha generado procesos adecuados para la dirección de la empresa.

2. ¿Las actividades de comercialización son planificadas en la empresa?

Son en su mayoría planificadas en virtud de cumplir normas institucionales.

3. ¿El sistema de comunicación interna en la empresa para usted es?

La califico de buena.

4. ¿Existe algún sistema promocional de los productos ofertados por la empresa?

En la empresa no utilizamos ningún sistema promocional.

5. ¿Qué tipo de publicidad genera la empresa para llegar al mercado?

En la realidad la empresa se basa solo con la publicidad otorgada por los funcionarios respectivos de la entidad pública es decir la que realiza el gobierno.

6. ¿Existe algún documento donde se deriven las actividades de los colaboradores?

Cada colaborador conoce sus actividades pero no están delineadas por ningún manual que especifique que deben realizar lo que es realmente una falencia institucional.

7. ¿Tiene la empresa algún plan de capacitación para los colaboradores?

Solamente las capacitaciones emitidas por los organismos de control, es decir la dirección nacional.

8. ¿Cada qué tiempo los capacitan en sus áreas a los empleados?

Según lo que manifesté anteriormente, las que brinda la dirección nacional.

9. ¿Cuál es el tipo de control que tiene la empresa en función a sus actividades?

Bueno, se monitorea las actividades que se han planificado con el fin de realizar correctivos pertinentes.

10. ¿De qué manera se toma decisiones en la empresa?

Se las toma según lo que se planifico, es decir que estén acordes a mi función como administrador, y con cada jefe de las áreas que tiene la empresa pública.

11. ¿Quiénes conforman su equipo directivo?

Aquí en la ciudad de Quevedo a decir soy el funcionario a cargo, y a veces mantenemos reuniones con las áreas que tiene la entidad.

12. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes en la empresa?

Frecuentemente existe en el área de servicio y facturación, por la demora en los trámites que establece la normativa, además en lo que es bodega en virtud que no llega a tiempo los insumos para satisfacer la demanda.

13. ¿En su administración utilizo la administración estratégica?

En cierta forma se aplica el plan estratégico ya que es una norma conceptual de las funciones de todo directivo.

14. ¿Los objetivos planteados se cumplieron a cabalidad?

No se alcanza las metas establecidas por razones como la competencia, y los informales que degeneran la comercialización de insumos

4.1.2.1. Análisis de la entrevista realizada al administrador de la Unidad Nacional de Almacenamiento EP cantón Quevedo.

En la entrevista realizada al administrador de la unidad nacional de almacenamiento nos indica que está consciente que se ha generado procesos adecuados para la dirección de la empresa, cumpliendo con planificaciones y las normas institucionales que el gobierno exige; por tal motivo, las publicidades las realiza el gobierno.

De esta manera los colaboradores conocen las actividades pero no están delineadas por ningún manual que especifique que deben realizar lo que es realmente una falencia institucional. Brindando capacitaciones emitidas por los organismos de control, es decir la dirección nacional. Y monitorea las actividades que se han planificado con el fin de realizar correctivos pertinentes.

Y por último logran cumplir las planificaciones con cada jefe de las áreas que tiene la empresa pública en la ciudad de Quevedo satisfaciendo las necesidades de los servicios que brinda la entidad, con relación a las facturaciones se debe a que se realizan por las normas establecidas de los superiores y se busca satisfacer la entrega de los insumos agrícolas a los beneficiarios de la zona.

4.1.3. Análisis de la situación actual de la empresa unidad de almacenamiento-EP, del Cantón Quevedo

4.1.3.1. Misión

La (UNA. EP, 2015) Indica que es una empresa pública ecuatoriana, que contribuye al efectivo funcionamiento del mercado agropecuario, a través de actividades económicas de almacenamiento, administración, comercialización y distribución; aportando a la soberanía alimentaria, al cambio de la Matriz Productiva y al Buen Vivir del país.

4.1.3.2. Visión.

Para el 2018, ser una empresa referente en el sector agropecuario a nivel nacional y reconocido a nivel internacional, como generadores de valor agregado y diversificación de la oferta exportable con beneficio social; impulsando el desarrollo del Ecuador.

4.1.3.3. Valores.

Cuadro 20. Valores corporativos de la empresa UAN-EP, Cantón Quevedo

| | |
|-------------------|--|
| Compromiso social | Trabajamos con una actitud propositiva y de compromiso comunitario, aportando al Buen Vivir de la sociedad ecuatoriana. |
| integridad | Actuamos dentro de los más rigurosos principios éticos y legales. |
| responsabilidad | Cumplimos nuestros compromisos con nuestra gente y con el sector agropecuario. |
| Pro actividad | Monitoreamos permanentemente el entorno en pro de realizar mejora continua. |
| Trabajo en equipo | Compartimos nuestros conocimientos y experiencias aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de un objetivo común. |

Fuente: Empresa

Elaborado por: Autora

Cuadro 21. Matriz FODA de la empresa UAN-EP, del Cantón Quevedo

| Factores internos | |
|---|--|
| Fortalezas-Strength | Debilidades-Weakness |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrador de la sucursal con experiencia en el negocio de la comercialización de insumos agrícolas ✓ Trabajo en equipo ✓ Emplazamiento empresarial estratégico ✓ Stock de insumos oportuno a los consumidores ✓ Personal técnico en sus áreas ✓ Infraestructura adecuada ✓ Buen espacio para descargar y estacionar vehículos ✓ Buenos sueldos en comparación con la competencia | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poca agilidad en las ventas ✓ Desconocimiento de los valores corporativos de la empresa ✓ Poca liderazgo administrador-colaboradores-cliente ✓ Bajo clima laboral ✓ Ausencia de capacitación constante al personal ✓ Escaza publicidad ✓ Poca gentileza con los clientes ✓ Lento procedimiento de facturación y entrega de los productos ✓ Escaza participación de grupos ✓ No cuenta con un plan estratégico |
| Factores externos | |
| Oportunidades-Opportunity | Amenazas-Threat |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementación de un sistema de gestión en procesos de comercialización de insumos ✓ Ejecución de un plan promocional para incrementar el portafolio de clientes ✓ Zona altamente productiva ✓ Clientes insatisfechos ✓ Segmentación para favorecer a los clientes ✓ Contar con información técnica por parte del gobierno y proveedores ✓ Diseño de nuevas estrategias de promoción y descuentos ✓ Incremento del portafolio de clientes en función a la calidad del servicio-producto y experiencia ✓ Ejecución de islas en sitios estratégicos con el fin de potenciar la comercialización | <ul style="list-style-type: none"> ✓ La competencia ✓ Inestabilidad económica social ✓ Escaza facilidad de otorgar créditos a los clientes por parte de la casas financieras ✓ Competidores informales ✓ Escaza seguridad en la empresa ✓ Sistema climático ✓ Ventas desleales en calidad y efectividad |

Fuente: Empresa

Elaborado por: Autora

4.1.3.4. Gestión de proceso y su relación con la comercialización de insumos agrícolas.

4.1.3.4.1. Introducción.

Base fundamental del trabajo investigativo, en función que en la empresa UNA EP del Cantón Quevedo el sistema de gestión en los procesos de comercialización de productos los realiza sin seguir los lineamientos teóricos de las funciones administrativas, por lo que es importante allanarse a esta conceptualización para que le permita potenciar sus ventas y por consiguiente incrementar su portafolio de clientes en el mercado como una ventaja diferenciada con la competencia.

Por lo expuesto se debe generar los siguientes criterios de gestión aplicados al sistema administrativo de la empresa UNA, del Cantón Quevedo: Clientes, Colaboradores, proceso administrativo y liderazgo.

4.1.3.4.2. Clientes.

Es importante considerar que los clientes son la razón de las empresas, por lo que es necesario interpretar, identificar, satisfacer y atender sus expectativas. Conociendo el vínculo que tiene la empresa con el consumidor final permitirá generar un ambiente de relación comercial ecuánime, y permitirá posicionar la empresa en el mercado lo que potenciara la fidelidad por el servicio diferenciado.

4.1.3.4.3. Colaboradores.

El talento humano es considerado como el eje motriz de las empresas, es por ello que son un recurso fundamental para la empresa UNA EP del Cantón Quevedo, ya que con la adecuada aplicación de la gestión administrativa en los procesos de comercialización de insumos agrícolas utilizada por los administrativos de la empresa potencializan un clima laboral de calidad y calidez; es así con son los entes directos de comunicación con los clientes, convirtiéndose en elementos claves que potencialicen las relaciones con la empresa en función del servicio y/ producto ofertado en el mercado.

4.1.3.4.4. Proceso administrativo y liderazgo.

Tiene que ser un ente representativo capaz de cumplir con indicadores que se establecen en la empresa como las funciones administrativas y propender a un liderazgo honesto, motivador, visionario que le permitan influir en las personas por medio de habilidades de dirección estratégica hacia el convivir empresarial, así mismo debe ser integrador en el ámbito colaborativo del trabajo que le permitan alcanzar las metas establecidas en el desarrollo del colectivo humano, empresa y personal.

Por lo que para este trabajo de gestión en los procesos administrativos se alineara a las siguientes puntuaciones:

- ✓ Proyecto
- ✓ Razón-problema a atacar
- ✓ Beneficios
- ✓ Recursos necesarios para la aplicación
- ✓ Descripción

Cuadro 22. Matriz de programas y proyectos para la empresa unidad de almacenamiento nacional. EP, del Cantón Quevedo

| Área | Proyecto | Problema a atacar | Ventajas | Recursos | Descripción |
|---|---|--|---|--|---|
| Cientes | Satisfacción al cliente | Desconocimiento del servicio y confianza de los clientes de la empresa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer la relación cliente-empresa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuestas con preguntas elaboradas ✓ Entrevistas ✓ Correos electrónico ✓ Redes sociales ✓ Buzón de quejas | Los datos proporcionados por los clientes a través de los recursos se realizara al momento de la compra o servicio y su aplicación al finalizar la entrega, se lo realizará cada mes, si la información es desfavorable se harán los correctivos pertinentes |
| Colaboradores | Implementación de un plan de capacitación | Escaza motivación laboral impide el crecimiento de la empresa y por eso es necesario un plan de capacitación continua orientado a sus áreas de trabajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación del personal con la empresa ✓ Mejora del clima laboral ✓ Satisfacción personal ✓ Predispuestos al trabajo ✓ Mejora de la productividad y servicio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Programa de capacitación ✓ Evaluación de desempeño | Con los programas de capacitación se disminuye los errores y potencializa el conocimiento de cada uno en función a su desarrollo laboral, donde este programa inicia con un problema de simulacro, luego dan solución al problema y discuten él porque es adecuado esa solución, esto con el fin de que sean participativos a los problemas que se generan en el ámbito laboral |
| Proceso administrativo y Liderazgo | Programa de capacitación en alta gerencia y motivación | El talento humano se ve afectado por la falta de motivación de los líderes quienes fungen actividades administrativas, lo que implica poco crecimiento al desarrollo de la empresa; afectando directamente a la satisfacción del cliente y por consiguiente la disminución del mercado consumidor. Por el escaso conocimiento de las funciones administrativas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad en su área a fin ✓ Visión futurista ✓ Activo a los cambios que se genera en el mercado ✓ Participativo en las actividades de la organización ✓ Creador de herramientas que promuevan cambios sustanciales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establece metas ✓ Planifica el trabajo que sea eficiente y eficaz ✓ Organizador de las actividades ✓ Motivación a sus colaboradores a que cumplan a cabalidad sus funciones ✓ Monitorea todas las actividades que se generan en la empresa | Estará predispuesto a los cambios organizacionales, promoviendo el interés, confianza, empatía y comprensión al talento humano como ser; estos parámetros son claves para la comunicación abierta que le permita fomentar el mejoramiento continuo, la visión y misión así como sus objetivos que tiene la empresa, y lo caracteriza como un líder de fuerza y voluntad ante las adversidades de la gestión empresarial |

Elaborado por: La autora

4.1.4. Discusión.

La unidad nacional de almacenamiento-EP, del Cantón Quevedo, es una empresa pública que se debe al servicio eficiente, por lo que debería cumplir actividades de servicio y comercialización de insumos agrícolas con el fin de beneficiar a los clientes potenciales que concurren a esta institución gubernamental, con la función específica de satisfacer y no de beneficiarse lucrativamente, contribuyendo con lo manifestado por MUNCH, (2010), este tipo de empresa tiene como fin satisfacer una necesidad de carácter general o social, con la que puede obtener o no beneficios. La empresa pública podrá trabajar obteniendo beneficios, pero puede ocurrir también que se haya planeado aun con base en pérdidas, porque el fin del Estado como empresario no puede ser obtener lucros, sino satisfacer necesidades.

Considerando el sistema de gestión administrativa la empresa UAN-EP, cumple esporádicamente la gestión administrativa en el ámbito de la planeación, organización, dirección y control, ya que según las encuestas aplicadas a los colaboradores manifestaron que el liderazgo del administrador es buena con el 53%, además no conocen a plenitud sus funciones laborales en un 53% es decir no tiene tipificada las actividades de sus colaboradores, y con el 44% de los colaboradores manifestaron que sus directivos no brindan solución inmediata a los problemas suscitados en las diferentes áreas de la empresa, lo que contrapone con los preceptos establecidos por GITMAN, (2011), manifiesta que en lo que respecta a la funcionalidad laboral se construyeron indicadores que permiten analizar: ambiente de trabajo, aplicación de sistemas y procesos informáticos en la gestión institucional y establecimiento de mecanismos de comunicación interna.

Así mismo, los encuestados manifiestan que no reciben capacitación continua en sus áreas de trabajo con el 63%, esto con el fin de ser eficientes y eficaces, para contribuir al desarrollo de la gestión administrativa de los procesos en la comercialización de los productos ofertados por la empresa, lo que difiere con BRAVO CARRASCO, (2011), que menciona que la gestión de procesos es una disciplina de gestión, que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar diseñar, formalizar, controlar, generar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente.

La empresa unidad nacional de almacenamiento EP, del Cantón Quevedo no tiene definido un sistema de gestión de procesos administrativo y comercial, lo que empantanado como empresa pública al servicio de los clientes y por consiguiente al desarrollo organizacional, esto se deriva de la entrevista al administrador de la empresa, que manifiesta que se utiliza los preceptos administrativos pero no de manera estratégica como debería ser, lo que difiere con TOBAR, (2012), que un modelo de gestión es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública.

Y, según entrevista al administrador de la empresa pública quien manifiesta que es poca la planificación estratégica utilizada por la empresa, y como no se tiene un modelo de gestión en los procesos de comercialización de los insumos agrícolas, ha permitido un deficiente crecimiento empresarial al servicio de los agricultores de las zonas de influencia en el Cantón Quevedo, lo que distingue GÁLVEZ (2011). La implantación de un sistema de calidad en el proceso permanente de mejora de los productos y/o servicios ha adquirido tal importancia que se ha convertido en un sinónimo de seguridad para todas las partes relacionadas con la empresa, pues establece un enfoque objetivo, riguroso y estructurado para alcanzar la excelencia. De esta forma, los modelos favorecen el diagnóstico de la organización, permitiendo disponer de un marco conceptual definido, proporcionando objetivos, determinando líneas de mejora y posibilitando la medición acorde a unos criterios.

Por lo que la empresa pública debe actuar con el sistema de gestión que indica DEMINNG, que se basa en un sistema de liderazgo, planificación estratégica y enfoque tanto al cliente como al mercado, por lo que se fundamenta en el liderazgo hacia el cliente, en el apoyo a la organización, en la medición de índices y parámetros como forma de mantener la ventaja competitiva de la organización en el mercado.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

- ✓ De acuerdo con las encuestas aplicadas a los colaboradores de la empresa pública UNA-EP del Cantón Quevedo, se concluye que el 69% de los encuestados no conocen la estructura orgánica de la entidad gubernamental, además la comunicación se enmarca en un 75% en el interior de la empresa, y en cuanto al liderazgo empresarial emitido por los directivos es calificada en 53% como buena y con 22% como mala lo que es un indicador preocupante para la gestión organizacional en los procesos de comercialización de la institución, que permitan generar un mejoramiento continuo, como una ventaja competitiva en el mercado.

- ✓ Los procesos de gestión en la comercialización de insumos de la empresa pública, lo realizan de manera limitada por su sistema administrativo, por lo que se concluye que los colaboradores no conocen la misión institucional con el 56%, además las funciones o actividades que deben realizar los trabajadores no están por escrito con el 53%; y finalmente el 63% aseguran que no le dan capacitación continua, que tribute al mejoramiento de los procesos de comercialización y servicio diferenciado del producto ofertado; contribuyendo esto al desarrollo personal y profesional que beneficie a la organización. Y, que la planificación estratégica es precaria dentro de los niveles directivos, esto según lo manifestado por los administradores, lo que implica, que impide su desarrollo organizacional al servicio de calidad y calidez, que satisfaga al mercado.

- ✓ La empresa, y según dialogo con el administrador y trabajadores, no tiene un sistema de gestión en los procesos de comercialización y administración; ya que las funciones administrativas las llevan de manera esporádica, por no contar con un modelo estratégico en sus funciones administrativas para que le permita ser una entidad pública diferenciada con la competencia.

5.2. Recomendaciones.

- ✓ Se induce a los directivos realizar un programa de difusión de la estructura orgánica de la entidad, para generar un clima de cultura en cuanto a las líneas jerárquicas existentes, y los colaboradores sepan bien los niveles de dirección que tiene la empresa pública; y por consiguiente propender a la generación de un clima organizacional ecuánime y satisfactorio para el colectivo humano de la empresa.

- ✓ Que los directivos promuevan un sistema integral de procesos en la gestión y comercialización de insumos agrícolas por medio de una administración eficiente y eficaz contribuyendo a que los colaboradores se empoderen de los valores corporativos, su visión, misión, como parte sistémica de la administración de la empresa pública, que le permita visualizar de manera proactiva los resultados que se esperan; en el que se deriven los sistemas de capacitación continua, en cada área de las actividades administrativa-operativa, con el firme propósito de cultivar un servicio eficiente, eficaz al consumidor con una cultura de calidad y calidez, que tributen en beneficiar a los consumidores de sus productos con una ventaja diferenciada en el mercadeo de productos e insumos agrícolas.

- ✓ Se recomienda a los directivos considerar la aplicación de este sistema de gestión de procesos administrativos y comercialización de insumos agrícolas, que le direccionen al desarrollo organizacional de sus funciones administrativas en beneficio de la institución; y, brinde satisfacción al momento de ofertar sus productos, enmarcados en la diferenciación del servicio como una ventaja competitiva, que lo apuntalara como una empresa de excelencia al servicio de sus clientes

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFIA

6.1. Literatura citada.

ALBERTO, O. (2010). Gerencia financiera y diagnostico estratégico. Edición segunda. Editorial McGraw-Hill. Bogotá.

AMARU MAXIMILIANO, A. (2010). Fundamentos de administración, teoría general y proceso administrativo. Primera edición. Editorial Pearson Educación. México.

AMARU, A, C. Fundamentos de administración Editorial Pearson Educación. México.

BERGHE ROMERO, E. (2010). Gestión y Gerencia Empresariales. Bogota: Ecoe Ediciones.

BERNAL, C. (2010). Metodología de la investigación. Editorial Pearson. México.

BONTA, P., & FARBER, M, (2012). Pregunta sobre marketing y publicidad del grupo editorial norma.

BRAVO CARRASCO, J. (2011). Gestión de procesos (alineados con la estrategia). Edición cuarta. Editorial Evolución S.A. Santiago de Chile.

BRIGHAM, E. Y. (2013). Fundamentos de administración financiera. Editorial McGraw-Hill.

CASANUEVA, J. G. (2010). Fundamento de la gestión empresarial. Editorial Pirámide. España.

CHIAVENATO, I. (2010). Planificación estratégica fundamentos y aplicaciones. Editorial Mac-Graw-Hill. México.

CORDOVA, M. (2013). Formulación y evaluación de proyectos. Edición eco ediciones. Colombia.

FANTOVA FERNANDO, (2013). Manual para la Gestión de la Intervención Social. Editorial CCS. Madrid.

GÁLVEZ, PABLO. (2011). Cuestionario para evaluar la calidad de servicios deportivos: estudio inicial de las propiedades psicométricas, Universidad de Málaga, tesis doctoral, España.

GITMAN, L. J. (2011). Principios de administración financiera. Edición Decima. Editorial Pearson Educación. México.

GRIFFIN, R., & MOORHEAD, G. (2010). Comportamiento organizacional. México: Cengage Learning Editores.

HERNANDO, M, N. (2011). Gerencia de procesos. Editorial Alfa omega. Bogotá.

JAIME, B. MIGUEL, C. C., RIVAS, M. % TEJEDOR, F. (2011). Guía para una gestión basada en procesos instituto andaluz de tecnología. Editorial Mac-Graw-Hill. México.

MIRANDA, J, (2012). Gestión de proyectos. Séptima edición. Editorial MM. Bogotá.

MUNCH, L. (2010). Administración. Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos. Edición primera. Editorial Pearson Educación. México.

MUÑOZ HEREDIA, C. (2012). Administración básica. Primera edición. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Quevedo- Ecuador-

PEREZ FERNANDEZ JOSE ANTONIO. (2012). Gestión por procesos. ESIC. España.

PRIETO HERRERA, J. (2011). Gestión Estratégica Organizacional. Bogotá: Ecoe Ediciones.

ROBBINS, S., & COULTER, M. (2010). Administración. México: Pearson Educación.

SALAZAR, HERNAN (2009). Investigación Bibliográfica.

VASQUEZ, B.B, (2010). Empresa y administración. Edición Paraninfo. España.

VELASCO, J. A. (2010). Gestión por procesos. ESIC. España.

6.2. LINKOGRAFIA.

GUÍA DE EMPRESAS DE ESPAÑA, Gestión comercial, definición y conceptos, (en línea) disponible en <http://www.guiaempresaxxi.com>, consultado en junio del 2012.

HUERGO, DOCUMENTO. Los procesos de gestión, (en línea) disponible en <http://api.ning.com/>, consultado en agosto. 2010.

INSUMOS AGRICOLA, (en línea) disponible en <http://www.significados.com/insumos-agrícola>, consultado en diciembre 22 del 2015.

GESTION DE PROCESOS, (en línea) disponible en http://www.excelencia-empresarial.com/Gestion_procesos.

MATOS, Gestión administrativa de una empresa comercial, (en línea) disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos25/>, consultado en febrero del 2011

MEJIA, Los valores corporativos, Documentos Planning, (en línea) disponible en www.planning.com.co, consultado en agosto del 2012.

PROCESOS EMPRESARIAL, (en línea) disponible en <http://www.buenastareas.com/ensayos/Procesos-mpresariales>.

TOBAR, Modelos de gestión, (en línea) disponible en <http://medicina.uncoma.edu.ar/>, disponible en agosto del 2012.

UNA EP, La empresa, (en línea) disponible en <http://www.una.gob.ec/>, Consultado en agosto del 2015.

CAPITULO VII

ANEXOS



ANEXO 1

Encuesta aplicada a los empleados de la empresa unidad de almacenamiento nacional-EP, del Cantón Quevedo

1. ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la empresa?

Menos de un año
De 1 a 2
De 2 a 3
De 3 en adelante

2. ¿Qué cargo ocupa usted en la empresa?

Administrativo
Cajera/o
Servicio al cliente
Bodeguero
Operativo

3. ¿Tiene conocimiento de la estructura orgánica con que funciona la empresa?

SI
NO

4. ¿Desearía conocer los niveles jerárquicos que tiene la empresa?

SI
NO

5. ¿Cómo califica la comunicación interna de la empresa?

Muy buena
Buena
Regular
Mala

6. ¿Cómo califica el liderazgo de los directivos de la empresa?

Muy bueno
Bueno
Regular
Malo

7. ¿Conoce usted la misión de la empresa?

SI
NO

8. ¿Existe por escrito las funciones que desempeña en su puesto de trabajo?

SI
NO

9. ¿Recibe algún tipo de capacitación relacionada al servicio al cliente y calidad?

SI
NO

10. ¿De los rangos citados como califica el servicio que brinda la empresa?

Muy bueno
Bueno
Regular

11. ¿Qué tipo de reclamos o sugerencias tienen los clientes al solicitar los servicios de insumos?

Mala atención
Poca agilidad en la entrega del producto
Calidad
Precio
Demasiado trámite

12. ¿Los directivos brindaron solución de forma inmediata?

SI
NO



ANEXO 2.

Encuesta aplicada a los clientes de la empresa unidad nacional de almacenamiento EP, del Cantón Quevedo

1. ¿Por qué prefiere usted comprar en la UNA?

Precio

Calidad

Servicio

2. ¿Cuál es la frecuencia de compra que usted utiliza?

Semanalmente

Mensualmente

Trimestral

Semestral

3. ¿Cómo califica usted los productos que oferta la empresa?

Muy bueno

Bueno

Malo

4. ¿Cómo califica los precios que tiene la empresa con los del mercado?

Elevados

Similares a la competencia

Módicos

Bajos

5. ¿Conoce usted si la empresa tiene algún tipo de publicidad en el mercado?

Si

No

6. ¿la empresa le ha brindado algún tipo de promoción por la adquisición de sus productos?

Si

No

7. ¿Cómo califica el servicio que brinda la empresa?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo



ANEXO 3.

Entrevista aplicada al gerente de la empresa unidad nacional de almacenamiento EP. Del Cantón Quevedo

15. ¿Cómo califica usted su gestión de proceso administrativa en la empresa?

Bueno, estoy consciente que se ha generado procesos adecuados para la dirección de la empresa.

16. ¿Las actividades de comercialización son planificadas en la empresa?

Son en su mayoría planificadas en virtud de cumplir normas institucionales.

17. ¿El sistema de comunicación interna en la empresa para usted es?

La califico de buena.

18. ¿Existe algún sistema promocional de los productos ofertados por la empresa?

En la empresa no utilizamos ningún sistema promocional.

19. ¿Qué tipo de publicidad genera la empresa para llegar al mercado?

En la realidad la empresa se basa solo con la publicidad otorgada por los funcionarios respectivos de la entidad pública es decir la que realiza el gobierno.

20. ¿Existe algún documento donde se deriven las actividades de los colaboradores?

Cada colaborador conoce sus actividades pero no están delineadas por ningún manual que especifique que deben realizar lo que es realmente una falencia institucional.

21. ¿Tiene la empresa algún plan de capacitación para los colaboradores?

Solamente las capacitaciones emitidas por los organismos de control, es decir la dirección nacional.

22. ¿Cada qué tiempo los capacitan en sus áreas a los empleados?

Según lo que manifesté anteriormente, las que brinda la dirección nacional.

23. ¿Cuál es el tipo de control que tiene la empresa en función a sus actividades?

Bueno, se monitorea las actividades que se han planificado con el fin de realizar correctivos pertinentes.

24. ¿De qué manera se toma decisiones en la empresa?

Se las toma según lo que se planifico, es decir que estén acordes a mi función como administrador, y con cada jefe de las áreas que tiene la empresa pública.

25. ¿Quiénes conforman su equipo directivo?

Aquí en la ciudad de Quevedo a decir soy el funcionario a cargo, y a veces mantenemos reuniones con las áreas que tiene la entidad.

26. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes en la empresa?

Frecuentemente existe en el área de servicio y facturación, por la demora en los trámites que establece la normativa, además en lo que es bodega en virtud que no llega a tiempo los insumos para satisfacer la demanda.

27. ¿En su administración utilizo la administración estratégica?

En cierta forma se aplica el plan estratégico ya que es una norma conceptual de las funciones de todo directivo.

28. ¿Los objetivos planteados se cumplieron a cabalidad?

No se alcanza las metas establecidas por razones como la competencia, y los informales que degeneran la comercialización de insumos