



UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TESINA DE GRADO

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL

TÍTULO DE:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS
MICROEMPRESAS DEL MANÍ Y SUS DERIVADOS PARA
EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIAL EN EL
CANTÓN SANTA ANA, PERIODO 2012.**

AUTORA:

Tania Cristina Gómez Loor

TUTOR:

Econ. Carlos Zea Barahona Mg. DUIE

**JIPIJAPA – MANABÍ – ECUADOR
-2012-**

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, a mis padres, a mi hijo y a mi esposo, a mi tío Publio.

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar,

A mis padres, a mi hijo y a mi esposo, a mi tío Publio quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida y a todas aquellas personas que siempre estuvieron ahí para darme una voz de aliento cada vez que lo necesité.

Eternamente agradecida

Tania Cristina Gómez Loor

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis primordialmente a Dios, a mis padres a mi hijo, a mi esposo, a mi tío Publio ya que sin ellas no hubiese podido llegar hasta este paso muy importante debido que es una meta y sueño más que se me cumple gracias al apoyo de ellos.

Tania Cristina Gómez Loor

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TESINA

Ec. Carlos Zea BarahonaMg. DUIE. Profesor de la Universidad Estatal del Sur de Manabí “UNESUM” en calidad de Tutor de la Tesina de Grado, titulada: **“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS MICROEMPRESAS DEL MANI Y SUS DERIVADOS PARA EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIAL EN EL CANTÓN SANTA ANA, PERIODO 2012.”**.

CERTIFICA

Que el mencionado trabajo ha sido realizado bajo mi tutoría, con vigilancia periódica en su desarrollo y elaborado con entera responsabilidad por la Estudiante de la Carrera de Ingeniería Comercial especialidad Comercio Exterior: **Tania Cristina Gómez Loor**, con el fin de obtener el título de Ingeniera Comercial, especialidad Comercio Exterior, de conformidad con las disposiciones reglamentarias, establecidas para el efecto.

Jipijapa, Septiembre del 2012

Ec. Carlos Zea BarahonaMg. DUIE.

Tutor de Tesina

APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Sometida a consideración del Honorable Tribunal de Sustentación de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, para su evaluación final.

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal.

Tutor Principal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Los conceptos, ideas y planteamientos que se ponen en el presente trabajo de investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora. El patrimonio de la misma es de propiedad de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

Tania Cristina Gómez Loor

ÍNDICE

Contenido

AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TESIS.....	iv
APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUTENTACIÓN	v
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	vi
TEMA	1
I. INTRODUCCIÓN	2
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
3.1. Formulación del problema	5
3.2. Delimitación del problema.....	5
IV. OBJETIVOS	6
4.1. Objetivo General	6
4.2. Objetivos Específicos.....	6
V. MARCO TEÓRICO	7
5.1. Gestión Administrativa: concepto.....	7
5.2.- Origen y Evolución de la Gestión Administrativa.....	7
5.3. Importancia de la Gestión Administrativa.	9
5.4. La gestión administrativa y su importancia en el ámbito organizacional	10
5.5. Precursores de la Gestión Administrativa	10
5.6. Necesidades y aspectos de la Gestión Administrativa.	11
5.7. Características de la Gestión Administrativa	12
5.7.1. Universalidad.	13
5.7.2. Su especificidad.	13
5.7.3. Su unidad temporal.	13
5.7.4. Su unidad jerárquica.....	13
5.7.5. Valor instrumental.....	13
5.7.6. Amplitud de ejercicio.....	13
5.7.7. Interdisciplinariedad.....	14
5.7.8. Flexibilidad.	14
5.8. La Gestión Administrativa Moderna.....	14
5.9. Importancia de la Gestión Administrativa de Calidad en la empresa moderna.....	15
5.10. Producción Comercial: concepto	16

5.11. La cartera de productos	17
5.12. Política comercial de una empresa agropecuaria	18
5.13. El sector agrícola ecuatoriano	19
5.14. La producción agrícola y su importancia de crecer.	19
5.15. Descripción de las principales modalidades en que opera el sistema de comercialización en Ecuador.	20
5.16. Generalidades del Cultivo de Maní.....	21
5.16.1. Distribución Geográfica de la producción de maní.....	21
5.16.2. Mercado mundial del maní.....	22
5.16.3. Oferta mundial de maní.....	22
5.16.4. Demanda internacional del maní.....	23
5.16.5. Principales países productores de maní.....	23
5.16.6. Países consumidores del maní.....	23
5.16.7. Comportamiento de los precios internacionales Del maní.....	23
5.17. Canales de Comercialización del maní en Santa Ana.....	24
5.18. Sistemas de comercialización del maní.....	24
5.18.1. Comercialización en vainas.....	24
5.18.2. Comercialización del maní pilado.....	24
5.18.3. Comercialización de maní procesado.....	25
VI. DISEÑO METODOLÓGICO.....	26
6.1. Hipótesis General	26
6.2. Tipo de estudio.....	26
6.3. Métodos y técnicas	26
6.3.1. Métodos.....	26
6.3.2. Técnicas e instrumentos	27
6.4. Variables e indicadores	27
6.4.1. Variable independiente	27
6.4.2. Variable dependiente.....	27
Producción comercial.....	27
6.5. Indicadores	27
6.6. Ubicación geográfica	27
6.7. Población y muestra	28
6.7.1. Población.....	28
6.7.2. Muestra.....	28
6.8. Recursos Utilizados.....	29
6.8.1. Humanos	29

6.8.2.	Materiales.....	29
6.8.3.	Financieros.....	29
VII.	ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	30
	ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN SANTA ANA	30
VIII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
	8.1. Conclusiones	40
	8.2. Recomendaciones.....	41
IX.	CRONOGRAMA.....	42
X.	BIBLIOGRAFIA.....	43
XI.	ANEXOS	45



UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ

Creada el 7 de Febrero del año 2001, según Registro Oficial Nº 261

PROGRAMA DE TITULACION MODALIDAD SEMINARIO DE FIN DE CARRERA

ACTA/218 DE SUSTENTACION POR EL SISTEMA DE SEMINARIO DE FIN DE CARRERA, PREVIA LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL MENCION COMERCIO EXTERIOR DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS.

En la ciudad de Jipijapa, Provincia de Manabí, a los diez y nueve días del mes de Septiembre del año dos mil doce, siendo las 16H30, en el Salón Auditorium de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, ubicado en el edificio Central Calle Santistevan entre Mejía y Alejo Lascano, se constituye el Tribunal de sustentación presidido por: Ing. Jorge Climaco Cañarte Murillo, Mg. Sc. Rector de la Universidad, Ec. Wilkins Álvarez Pincay, Mg. Sc. Director del Programa de Titulación, e integrado por los siguientes miembros: Econ. Carlos Zea Barahona, Miembro del Tribunal de Sustentación, Econ. Hernán Delgado Solís, Miembro del Tribunal de Sustentación, para receptor la sustentación del trabajo de tesina de la egresada: **GOMEZ LOOR TANIA CRISTINA**. Quien ha cumplido con todo el proceso académico de rigor, como requisito prescrito en la Ley de Educación Superior y los Estatutos de la Universidad, se ha matriculado y aprobado todos los semestres y ha elaborado su trabajo de tesina sobre el tema **"ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS MICROEMPRESAS DEL MANI Y SUS DERIVADOS PARA EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIAL EN EL CANTÓN SANTA ANA, PERÍODO 2012"** que ha sido aprobado.

Luego de la sustentación rendida ante este tribunal, se recogió la evaluación que dio como resultado **9,00 (NUEVE)**.

Acto seguido, el presidente del Tribunal procedió a declararlos aptos para conferirles el Título de Ingeniera Comercial Mención Comercio Exterior, todo en presencia del Secretario General – Procurador de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, que certifica.-

Ing. Climaco Cañarte Murillo, Mg. Sc.
RECTOR


DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. Carlos Zea Barahona
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Econ. Hernán Delgado Solís
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dr. Antonio González-Vásquez
SECRETARIO GENERAL PROCURADOR



TEMA

ANALISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS MICROEMPRESAS DEL MANÍ Y SUS DERIVADOS PARA EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIAL EN EL CANTÓN SANTA ANA, PERIODO 2012.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, a nivel mundial, las organizaciones mantienen una constante búsqueda de la excelencia y la vanguardia, que las ayude a ser competitivas y a sostenerse firmes en un mercado globalizado.

La Gestión Administración en la Edad Moderna, al inicio de ésta época surge en Prusia y Austria un movimiento administrativo conocido como cameralitas los cuales se dicen don pioneros en el estudio científico de la administración pública. A mediados del siglo XVIII tuvo su inicio la revolución Industrial Inglesa, la cual preciso de una nueva generación de administradores.

La Administración en la Sociedad Moderna es una disciplina relativamente nueva, su desarrollo fue muy rápido. La propia historia del pensamiento administrativo proporciona una perspectiva de las contribuciones y de los problemas y situaciones con que se enfrentó en los últimos setenta años en el mundo industrial. La administración es un fenómeno universal en el mundo moderno, cada organización, cada empresa requieren toma de decisiones, coordinación de múltiples actividades, dirección de personas, evaluación del desempeño con base en objetivo previamente determinados, consecución y ubicación de varios recursos, aplicado por los Estados Unidos, los países Europeos y los Asiático.

En Ecuador los entes públicos y privados en los últimos años han aplicado en sus procesos organizacionales, normativas de gestión administrativa, a fin de satisfacer las necesidades y contribuir al desarrollo de las actividades de todas las dependencias administrativas y operativas de la institución. La gestión administrativa requiere de ciertos parámetros de exigencia legal ineludible que su titular debe saber, o cuando menos tener una buena asesoría jurídica.

La Ley Orgánica del Servidor Público en el Ecuador exige en el artículo 51 literal c) faculta a la Función Ejecutiva a través del Ministerio de Relaciones Laborales

realizar inspecciones, verificaciones, supervisiones o evaluación de gestión administrativa, orientados a vigilar el estricto cumplimiento de la Ley.

A nivel del cantón de Santa Ana, el funcionamiento de las diferentes microempresas no diferencia mucho de las organizaciones a nivel nacional, pues los directivos realizan múltiples funciones en razón de que no existe una clara definición de lo que es gestión administrativa, ni tampoco existe una asignación de responsabilidades de acuerdo a las capacidades, sino más bien se encuentran personas que por sus varios años de experiencia al frente de las diferentes organizaciones económicas sin buscar nuevos esquemas administrativos, para con esta herramienta fomentar el desarrollo que toda institución necesita.

II. JUSTIFICACIÓN

El dinamismo al que se enfrentan las organizaciones hoy en día, las ha llevado a mantener una constante lucha por mejorar todos los procesos operativos, que influyen directa o indirectamente en la obtención de las metas y objetivos organizacionales. Es por ello que los administradores y gerentes, asumen la responsabilidad de las acciones, dando la oportunidad al resto del personal, de contribuir o aportar conocimientos y habilidades que coadyuven en el cumplimiento de una mejor gestión administrativa, que genere beneficios a la empresa.

El Análisis de Gestión Administrativa es una herramienta de desarrollo empresarial, que permite evaluar el grado de eficiencia y eficacia con el cual, los recursos humanos están cumpliendo la planificación, la organización, la dirección, la coordinación, la ejecución y el control de los objetivos trazados en la organización, este antecedente visualiza la importancia social de esta investigación.

El presente proyecto justifica su beneficio a los productores básicamente por el impacto socioeconómico que obtendrá a través del desarrollo del mismo lo cual lo convierte en un trabajo de mucha importancia que relaciona los conocimientos con una vinculación con la comunidad.

Se justifica la factibilidad el presente trabajo por la potencial inversión que se pueden generar y realizar trabajos conjuntos a nivel cantonal logrando la decisión de emprendimiento directo para posibilitar mejores condiciones a nuestro productor.

Académicamente se justifica el presente proyecto en cumplimiento a las disposiciones de la Ley Orgánica de Educación Superior y de los Reglamentos que en materia de titulación están vigentes en la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) poseen una distinción que las caracteriza con respecto a su tamaño, organización y flexibilidad para adaptarse a los cambios, entre otros, lo cual les permite hacer frente a una serie de factores políticos, económicos, sociales y culturales, que se imponen hoy en día debido a un proceso globalizador que las obliga, bien sean de países desarrollados o no, a cumplir con las exigencias de los consumidores, la especialización de los mercados y al desarrollo tecnológico, para poder mantenerse y superar a sus principales competidores. Es por ello, que todas las organizaciones deben estudiar su funcionamiento para determinar si realmente están cumpliendo con la razón de su creación y objetivos, de no ser así es necesario encontrar la causa del problema; lo cual se logra a través de un Análisis de Gestión Administrativa.

Frente a estos problemas se ha propuesto realizar el siguiente trabajo de investigación que ayude al agricultor con nuevos esquemas de gestión de procesos administrativos, que junto a la tecnología la producción del cultivo de maní de Santa Ana, serán mejores.

3.1. Formulación del problema

¿De qué manera el análisis de la Gestión Administrativa de las microempresas del maní y sus derivados fomenta la Producción Comercial en el cantón Santa Ana, periodo 2012?

3.2. Delimitación del problema.

Contenido: La Gestión Administrativa

Clasificación: Producción Comercial

Espacio: Cantón Santa Ana

Tiempo: 2012

IV. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Analizar si la Gestión Administrativa de las microempresas del maní y sus derivados fomenta la Producción Comercial en el cantón Santa Ana, periodo 2012.

4.2. Objetivos Específicos

- Identificar los niveles de producción de maní en el cantón Santa Ana.

- Establecer el número de empresas y sus actividades relacionadas al maní.

- Determinar los tipos de gestión administrativa que emplean los productores de maní en el cantón Santa Ana.

V. MARCO TEÓRICO

5.1. Gestión Administrativa: concepto

Se define a la Gestión Administrativa, como *“el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar”*¹.

La Gestión Administrativa *“es la acción y efecto de gestionar o de administrar, es ganar, es hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera. En otra concepción gestión es definida como el conjunto de actividades de dirección y administración de una empresa”*².

5.2.- Origen y Evolución de la Gestión Administrativa

La práctica de administración ha existido desde los tiempos más remoto, los relatos Judío – Cristianos de Noé, Abraham y sus descendientes, indican el manejo de grandes numero de personas y recursos para alcanzar una variedad de objetivos, desde la construcción de alcas a gobernar ciudades y ganar guerra, muchos textos administrativos citan a Jetro el suegro de Moisés como el primer consultor administrativo, él enseñó a Moisés los conceptos de delegación, la administración por excepción y el alcance del control.

Las antiguas civilizaciones de Mesopotamia, Grecia, Roma mostraron los resultados maravillosos de una buena práctica administrativa en la producción de asuntos políticos, el advenimiento de frederick, W. Taylor y la escuela de administración científica, iniciaron el estudio general de administración como disciplina.

¹ILLANES F. Pablo. (2003). “El Sistema Empresa: Un enfoque integral de la Administración”. Ediciones: Impresos Manepa, 7ma edición.

²KOONTZ, Harold – WEHRICH, Heinz. (2002). “Administración: una perspectiva global”. Editorial Mc Graw Hill, 11ª Edición.

La administración como disciplina “*es relativamente nuevo la historia del pensamiento administrativo es muy antigua ya que esta nace con el hombre pues en todos los tiempos ha habido la necesidad de coordinar actividades. Tomar decisiones y de ejecutar: de ahí que en la administración antigua se encuentran muchos de los fundamentos administrativos de la antigüedad y que pueden observarse en el código de Hamurahi, en el nuevo testamento, así como en la forma de conducir los asuntos en la Antigua Grecia, Egipto, Roma y China, en donde se encuentran vestigios del proceso administrativo*”³.

En Egipto existía un sistema administrativo amplio con una economía planificada y un gobierno central de gran poder, basado en la fuerza y la compulsión, aquí se creó el primer sistema de servicio civil. La administración del Imperio Romano se caracterizó por la descentralización.

En el proceso administrativo de la edad media, hay signos evidentes de nacionalización administrativa y dirección; los dominios reales a las provincias eclesiásticas y la jurisprudencia feudales tuvieron que ser manejada de alguna manera, algunos tratados revelan las direcciones de propiedades y las obligaciones funcionales administrativas. Durante los últimos años del Imperio Romano el centralismo administrativo se fue debilitando considerablemente y la autoridad real pasó al terrateniente, alrededor del cual se agrupaban muchas personas abriendo las puertas al surgimiento de la Edad Media, hubo una descentralización del gobierno, con lo que se diferenció de las formas administrativas que habían existido anteriormente. Hubo una notable evolución de las ideas administrativas y se consideraron instituciones como la Iglesia Católica. En ésta época la Administración recibe un gran impulso cuando surgen en Italia los fundamentos de la contabilidad moderna y las transacciones comerciales.

³AMARO GUZMÁN Raymundo. (2003). Administración de Empresas I Editora Tiempo S. A. Colombia.

En cuanto al desarrollo del pensamiento administrativo. F. W Taylor, Henry Fayol, los esposos Gilbreth y Helton Mayo. Históricamente la Administración ha adoptado todo lo que a parecido bueno de la ingeniería desde el principio del siglo hasta aproximadamente la década de los años 20 después de la Primera Guerra Mundial. Cuando la ciencia del hombre como la psicología y la sociología, entre otros, comenzaron a tener aceptación y a proveer instrumentos de aplicación, la administración absorbe los aportes que en esa área del saber humano se producen en el siglo XX.

5.3. Importancia de la Gestión Administrativa.

“La tarea de construir una sociedad económicamente mejor; normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna”⁴.

La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador. En situaciones complejas, donde se requiera un gran acopio de recursos materiales y humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos.

Este hecho acontece en la administración pública ya que dado su importante papel en el desarrollo económico y social de un país y cada vez más acentuada de actividades que anteriormente estaban relegadas al sector privado, las maquinarias administrativas públicas se han constituido en la empresa más importante de un país. En la esfera del esfuerzo colectivo donde la administración adquiere su significación más precisa y fundamental ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización depende de la administración para llevar a cabo sus fines.

⁴**F. STONER** James A. (2001). Administración de Empresas Editara Pretina – may Hispanoamericana S. A. 6ta. Edición. Argentina.

5.4. La gestión administrativa y su importancia en el ámbito organizacional

La gestión administrativa es necesaria en toda organización sin importar el tamaño (pequeña o grande), el tipo (pública, privada o sin fines de lucro) la ubicación (ámbito nacional o extranjero) ni el nivel o área de trabajo (manufacturera, sistemas de información, recursos humanos, contabilidad, entre otros). La administración se practica en las organizaciones de manera distinta, es decir el proceso administrativo difiere entre una organización u otra por la filosofía que adopta.

Los gerentes de todo el mundo planean, organizan, dirigen y controlan, aunque lo hacen de manera diferente. Existe en el gerente una preocupación constante por lograr que las organizaciones estén bien administradas, crezcan y prosperen, es precisamente este el objetivo principal del estudio de la administración, reconocer la buena administración, estudiarla minuciosamente y apoyarla.

5.5. Precursores de la Gestión Administrativa

Para que la administración sea lo que es hoy día, hubo personajes destacados que con sus aportes colaboraron para el desarrollo de la misma. Entre ellos se encuentran: Confucio: Filósofo, proporcionó una serie de reglas para la Administración pública recomendando: *“Que las personas que ocupan posiciones públicas deben conocer bien el país para así estar en condiciones de resolver sus problemas. Excluir de la selección del personal el favoritismo y el partidismo. Que los funcionarios seleccionados deberían ser personas honradas desinteresadas y capaces”*⁵.

Adam Smith: *“enunció el principio de la división del trabajo considerándolo necesario para la especialización y para el aumento de la producción”*⁶.

⁵LYNN y WILDAVSKY. “Administración Pública, El estado actual de la disciplina”, FCE 1999.

⁶SMITH Adam. (1776). Una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones. Editorial: Tecnos. Edición 2009.

Woodrow Wilson: Hizo una separación entre política y Administración y le dio el calificativo de ciencia a la administración propugnando su enseñanza nivel universitario.

Frederick W. Taylor: se le considera padre de la administración científica; Taylor trabajo entre los años 1880 y 1915 en una serie de empresas, realizando varios experimentos y aplicando sus propias ideas en busca del mejoramiento de la administración descubriendo que existen fallos o deficiencias que eran imputables del factor humano, ya que según criterio, los trabajadores "En lugar de emplear todo su esfuerzo a producir la mayor cantidad posible de trabajo, en la mayoría de los casos hacen deliberadamente los menos que pueden", además promovió que las fuentes de empleo aumentarían la paga a los trabajadores más productivos.

5.6. Necesidades y aspectos de la Gestión Administrativa.

La administración es necesaria siempre que varias personas trabajen juntas en una organización. Las funciones gerenciales deben ser desempeñadas por el responsable de la actividad organizada, funciones que son requeridas para todo nivel de organización, independientemente del tamaño o tipo de ésta.

“Los servicios administrativos, que son necesarios en las actividades de todas las organizaciones, tienen las características siguientes”⁷:

- ❖ La administración tiene un propósito: realizar actividades con otras personas por medio de ellas mediante el uso adecuado de los recursos disponibles.
- ❖ La administración se refiere a ideas, cosas y personas: se orienta hacia metas y se enfoca en la acción para alcanzar los resultados planeados.
- ❖ La administración es un proceso social: las acciones administrativas se refieren principalmente a las relaciones entre personas.

⁷ WERTHER William B., DAVIS Keith Jr. (199). Administración de personal y recursos humanos. Editorial: Mac Graw – Hill. Edición: Quinta. México.

- ❖ La administración es una fuerza coordinada: en sus programas, la organización coordina los esfuerzos de los empleados que tiene, cada uno, sus propios valores y aspiraciones.
- ❖ La administración está relacionada con los esfuerzos de equipo: alcanzar ciertos objetivos es más fácil por medio de un equipo que mediante un individuo que trabaja solo.
- ❖ La administración es una actividad: que exige del discernimiento para distinguir los conocimientos y las habilidades que requiere su desempeño.
- ❖ La administración *“es un proceso compuesto: es decir está conformada por funciones (planear, organizar, dirigir y controlar) que no pueden ser desarrolladas en forma independiente, el desempeño de cada una de ellas influye sobre las demás”*⁸.
- ❖ La administración actúa como fuerza creativa y vigorizante de la organización: el resultado de la actividad, en algunas situaciones, es mayor que la suma total de los esfuerzos realizados por el grupo; en suma, la sinergia imprime vida a la organización.
- ❖ La administración es una disciplina dinámica: las funciones administrativas, debido a que no son pasivas, están orientadas hacia el crecimiento de la organización, más que al comportamiento que se ajusta y adapta a sus necesidades de desarrollo.
- ❖ La administración es intangible: es una fuerza invisible, cuya presencia queda evidenciada en los resultados de sus esfuerzos, como son, por ejemplo, el orden, el producto adecuado del trabajo, el clima laboral satisfactorio, la satisfacción personal de los empleados, etc.

5.7. Características de la Gestión Administrativa

Las principales características de la gestión administrativas son las siguientes:
“Universalidad, Su especificidad, Su unidad temporal, Su unidad jerárquica,

⁸**BURNETT** John. (2000). Promoción, Conceptos y Estrategias. Editorial: Mc Graw Hill. Colombia.

*Valor instrumental, Amplitud de ejercicio, Interdisciplinariedad y Flexibilidad*⁹.

5.7.1. Universalidad.

El fenómeno administrativo se da donde quiera que existe un organismo social. Se puede decir que la administración es universal porque esta se puede aplicar en todo tipo de organismo social y en todos los sistemas políticos existentes.

5.7.2. Su especificidad.

Aunque la administración va siempre acompañada de otros fenómenos de índole distinta, el fenómeno administrativo es específico y distinto a los que acompaña. La administración tiene características específicas que no nos permite confundirla con otra ciencia o técnica.

5.7.3. Su unidad temporal.

Aunque se distingan etapas, fases y elementos del fenómeno administrativo, éste es único y, por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos. Así, al hacer los planes, no por eso se deja de mandar, de controlar, de organizar, etc.

5.7.4. Su unidad jerárquica.

Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social, participan en distintos grados y modalidades, de la misma administración.

5.7.5. Valor instrumental.

La administración es un medio para alcanzar un fin, es decir, se utiliza en los organismos sociales para lograr en forma eficiente los objetivos establecidos.

5.7.6. Amplitud de ejercicio.

Se aplica en todos los niveles de un organismo formal, por ejemplo, presidentes, gerentes, supervisores, amas de casa etc.

⁹QUINTEROS Juan Gabriel. (2003). Dirección de administración y tratados comerciales. Editorial: Ministerio de Economía.

5.7.7. Interdisciplinariedad.

La administración hace uso de los principios, procesos, procedimientos y métodos de otras ciencias que están relacionadas con la eficiencia en el trabajo.

5.7.8. Flexibilidad.

Los principios y técnicas administrativas se pueden adaptar a las diferentes necesidades de la empresa o grupo social.

5.8. La Gestión Administrativa Moderna

La gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio debido a que del ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa.

Se puede decir que la gestión administrativa moderna *“es la acción de confeccionar una sociedad que sea económicamente estable cumpliendo con una mejora en cuanto a las normas sociales y con un gobierno que sea mucho más eficaz”*¹⁰.

Pero si nos referimos a la gestión administrativa de una empresa entonces debemos tener en claro que *“la misma funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en la competencia que posea el administrador”*¹¹.

En los casos donde se presentan situaciones algo más complejas para las que se necesitara la acumulación de los recursos materiales en una empresa, la gestión administrativa ocupa un lugar importantísimo para el cumplimiento de los objetivos.

Este es uno de los factores que más influyen en cuanto a la gestión administrativa, debido a que es fundamental en el crecimiento y desarrollo tanto en el ámbito social como en el económico de un país.

¹⁰LAMBIN, J.J. (1991). “Marketing Estratégico”. Editorial Mc Graw Hill. Madrid-España.

¹¹ATIPENRobbina. (1997). Administración de empresas. Editorial: Mac. Graw Hill. 5ª Edición.

5.9. Importancia de la Gestión Administrativa de Calidad en la empresa moderna

Hace algunos años las empresas solían emplear una mezcla de diferentes procesos que incluían revisiones finales y ajustes luego de terminar el proceso de producción, sin embargo la calidad no era considerada una obligación, entonces las empresas separaban este proceso de otros como la planificación, el diseño la producción y la distribución.

En la actualidad el suministro de productos y servicios de alta calidad, se ha convertido en la clave de éxito para competir en los mercados nacionales e internacionales. El nivel de calidad esperado por muchos de los consumidores sigue aumentando a medida que los competidores principales elevan su estándar de calidad. Es así como la calidad se ha convertido en un elemento clave de la competencia en el mercado.

Fue a mediados de los años cincuenta, que nació el concepto de la administración de la calidad total en las empresas como planteamiento especializado, utilizado por varias empresas japonesas, en reconstrucción tras la devastación de la posguerra, estas adoptaron un método innovador e integrado para lograr la calidad liderado por varios expertos en cuestiones de calidad y estadística, en especial los doctores.

W. Edwards Deming y Joseph M. Juran, introdujeron los principios de administración de la calidad en la industria japonesa. La Unión de Científicos e Ingenieros Japoneses, asociación privada integrada por ingenieros e investigadores, sirvió de foro para la divulgación en gran escala de las técnicas estadísticas para el control de la calidad. En 1951, esa asociación estableció el Premio Deming, con la intención de mejorar la calidad de la industria japonesa.

Muchas de las técnicas de administración elaboradas desde entonces constituyen los principios de la Gestión Administrativa de la Calidad Total que se están generalizando ahora en muchos países donde muchas empresas están adoptando

estas nuevas prácticas y surgen conceptos como sistemas de gestión de la calidad, ISO 9000, certificación, auditorías, términos cada vez más frecuentes dentro de las empresas.

Un sistema de Gestión Administrativa de la Calidad *“es la forma en la que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad estas se ven reglamentadas por las normas y certificaciones de la ISO (organismo internacional de organización). Este sistema está conformado por cinco partes: la Estructura organizativa, la planificación de la calidad, Los procesos de la organización, los Recursos que la organización aplica a la calidad”*¹².

5.10. Producción Comercial: concepto

La expresión producción comercial ofrece tanto consideraciones de índole técnica como económica. Según la primera *“se entendería como un proceso físico de transformación de los factores (entradas o inputs) en un conjunto de elementos producidos (salidas o outputs). Y en cuanto a la segunda se considera como el proceso encaminado a la obtención de unos bienes y servicios aptos para satisfacer necesidades humanas; por tanto, esta transformación producirá determinado incremento de valor planificado y controlado según los objetivos planteados”*¹³.

Dentro del sistema global que es la empresa, el desarrollo de la producción comercial en sentido específico corresponde al llamado subsistema de producción. Éste, de mayor carácter técnico, está compuesto por un conjunto de elementos y procesos que interactúan con la finalidad y función específica de transformar factores en productos. Es en sí un verdadero sistema que se compone de elementos, como pueden ser explotaciones, procesos, talleres, secciones de trabajo, máquinas y herramientas, y que también participa de la actividad de otros

¹²**FERNANDEZ HATRE** Alfonso. (2003). Indicadores de Gestión y cuadro de Mando Integral. IDEPA.

¹³**KOTLER**, P. Mercadotecnia. (1992). Ediciones Prentice-Hall, México.

subsistemas de la empresa como los de aprovisionamiento, personal, comercial, financiero y administrativo.

5.11. La cartera de productos

La cartera de productos es la gama o conjunto de productos que vende la empresa. Puede estar integrada por una o varias líneas de productos. Una línea de productos es un conjunto de productos homogéneos (arroz, azúcar, aceite, etc.) Constituye un grupo de productos dentro de la misma categoría. Frecuentemente, todos los productos de una misma línea se identifican con el mismo nombre (productos de consumo básico).

La amplitud de una cartera de productos se mide por el número de líneas distintas que la integran. La profundidad, por el número de modelos, tamaños y variantes que se ofrecen dentro de cada línea de productos. La longitud es el número total de productos fabricados o vendidos. Es la suma de todas las referencias en cada una de las líneas ofrecidas o el resultado de multiplicar la amplitud por la profundidad.

“Una cartera de productos que tenga una gran amplitud y profundidad permite adaptarse mejor a las necesidades de segmentos específicos del mercado. Las diferentes ventajas que aportan los productos deben ser percibidas por los consumidores para evitar la canibalización (las ventas de un producto se comen a las de otro)”¹⁴.

La extensión de la línea de productos consiste en el lanzamiento de una nueva variedad de un producto básico dentro de la misma categoría de producto y con la misma marca. Como ventajas de lo anterior, nos encontramos con los bajos costos de lanzamiento y la posibilidad de satisfacer mejor las necesidades de distintos segmentos de mercado. Pero las extensiones rara vez incrementan la demanda total de la correspondiente categoría de producto.

¹⁴BORELLO, N. (2000) “Plan de Negocios”. Editorial Mc Graw Hill. Madrid-España.

La excesiva proliferación de productos y los resultados obtenidos pueden aconsejar la reducción de líneas o de productos dentro de una línea. La eliminación del producto es el proceso de retirar o abandonar un producto de la gama o cartera ofrecida (puede ser una nueva, uno que ha fracasado, uno que lleve mucho tiempo, etc.)

A la hora de tomar decisiones sobre la introducción, modificación o eliminación de productos, hay que atender a las interrelaciones de los productos con las distintas áreas de la empresa y con las fuerzas externas.

5.12. Política comercial de una empresa agropecuaria

La comercialización de los productos e insumos agropecuarios en los países latinoamericanos, ha sufrido una gran evolución en las últimas décadas. *“El concepto de marketing pasó a ser una variable fundamental para el desarrollo, en el largo plazo, de las empresas agropecuarias. La empresa debe definir, dirigir y controlar la función comercial”*¹⁵.

En ese concepto está implícita la actitud que ubica al consumidor en el centro de las actividades de una empresa que orienta sus negocios siguiendo las indicaciones del mercado, antes que la de sus propias posibilidades de producción.

Desde este punto de vista, es importante diferenciar el concepto de marketing al de comercialización, ya que mientras el segundo busca la mejor forma de vender un bien o servicio que no se ha generado para satisfacer una demanda específica del mercado, el marketing comprende el acto de producir y vender sólo lo que el mercado ha señalado estar dispuesto a comprar.

Una pregunta interesante es la de porqué ocuparnos del marketing en el agro. La respuesta puede hallarse al constatar que es un instrumento instalado en el

¹⁵ **MARTÍNEZ PÉREZ** Canto, F. (1995). Comercialización de productos agropecuarios. Universidad Católica de Chile.

mercado agropecuario, y por lo tanto el hecho de no utilizarlo nos lleva a estar a un paso atrás de nuestros competidores.

En este escenario de estabilidad, apertura y competitividad, debemos acostumbrarnos a lograr ventajas competitivas en lugar de las tradicionales ventajas comparativas. La apertura económica nos obliga competir con productos y tecnologías de todas partes, fruto de la globalización, muchas de ellas basadas en subsidios y protecciones arancelarias- para arancelarias.

5.13. El sector agrícola ecuatoriano

El sector agrícola catalogado como primario dentro de la economía del Ecuador, posee una amplia diversidad en frutas, animales, vegetales, hortalizas, etc., lo que permite acceder a nuevos mercados y cubrir la demanda insatisfecha en otros países.

Los productos de mayor producción en el país, por regiones, son: banano, cacao, café, mariscos, arroz, maní, caña de azúcar, tabaco, ganado vacuno, ovino, porcino, y caballar, en la región costa. En la región sierra maíz, trigo, cebada, papas, legumbres, tomate, ganado vacuno, ovino, porcino, caballar. En la región del oriente piña, sandía, naranjilla, té, caña de azúcar, ganado vacuno, ovino, porcino y caballar.

En la canasta de productos agrícolas nacionales existe una gran variedad de frutas no tradicionales, una de ellas es la tuna, fruta que posee varias cualidades pero que lastimosamente no son aprovechadas por el consumidor por falta de conocimiento.

5.14. La producción agrícola y su importancia de crecer.

La producción agrícola debe incrementarse en un 60% en los próximos 40 años para satisfacer la creciente demanda de alimentos a nivel mundial, conteniendo los precios de los productos y reduciendo la inseguridad alimentaria, pero para lograrlo hay que avanzar hacia un sistema productivo más sostenible.

Esta es una de las conclusiones del informe “Perspectivas agrícolas 2012-2021”, elaborado de forma conjunta por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

Pese a que los precios de los alimentos han caído significativamente desde el pico registrado en 2008, se prevé que estos se mantengan en una media más elevada que a principios del milenio, debido a una demanda creciente y a una desaceleración de la producción mundial.

Según datos de la FAO, señalan que *“la seguridad alimentaria sigue siendo una de las mayores preocupaciones y lo seguirá siendo en los próximos decenios”*¹⁶.

Sobre la incidencia que tiene el incremento del precio de los alimentos sobre las personas que viven en situaciones de pobreza se indica que “es necesario duplicar los esfuerzos” para reducir el número de hambrientos, que actualmente se sitúa en torno a los mil millones de personas.

El informe dice que el crecimiento de la producción agrícola pasará del 2% anual que ha registrado en las últimas décadas a un 1,7% en los próximos 10 años.

5.15. Descripción de las principales modalidades en que opera el sistema de comercialización en Ecuador.

*“La distancia hasta el mercado, las áreas de producción pequeñas, baja capacidad financiera, la falta de medios de transporte, y sistema de almacenamiento obliga al productor Ecuatoriano a entregar su producto dentro de poco tiempo y del sitio de la producción”*¹⁷.

Esta característica justifica la presencia de intermediarios: entre el 76 % y 86 % de los agricultores con predios menores a las 5 hectáreas entrega su producción a los

¹⁶ GUERRERO, Carolina. (2001). Administración de Alimentos a Colectividades y Servicios de Salud”. Editorial Mc Graw Hill, 1ª Edición.

¹⁷ AGUIRRE SADABA, A. (1992). Fundamentos de economía y administración de la empresa, Pirámide, Madrid-España.

intermediarios. La función de los intermediarios en la diferente cadena es acopiar la producción y distribuirla. Es decir, cuando los predios son dispersos y pequeños, los intermediarios se encargan del transporte del producto.

Los intermediarios reducen los costos de transacción para sus clientes (mercado mayoristas, supermercados, agroindustriales y exportadores). Más aun, la utilidad del intermediario está en los márgenes de comercialización; por lo tanto, el intermediario busca manejar volúmenes y tener siempre provisto a su cliente. Por ese motivo, algunos intermediarios entregan a los agricultores insumos y crédito para asegurarse volúmenes de producción. Entre el 6% y el 10% del crédito recibido por agricultores con terrenos entre 1 y 5 hectáreas proviene de los intermediarios.

La falta de liquidez, la distancia entre los mercados, los espacios pequeños de producción, la poca información e infraestructura de almacenamiento y la inelasticidad de la oferta hacen que los intermediarios ostenten una estructura oligopólica y por lo tanto sus márgenes de comercialización son mayores que los que existirían si los mercados agrícolas no fueran imperfectos.

5.16. Generalidades del Cultivo de Maní

Es una leguminosa cuyos granos almacena importantes fuentes alimenticios, por sus altos contenidos de aceite (48%), proteína (30%), vitaminas y minerales. La producción se destina principalmente al consumo directo, para la industria de aceites comestible y confites; es cultivado tradicionalmente por pequeños y medianos productores. Alvarado, N. y Macías, M. (2003).

5.16.1. Distribución Geográfica de la producción de maní

“La producción de maní en Ecuador se concentra en las provincias de Manabí y Loja, las mismas que en el año 1999 totalizaban el 70% del total de la superficie

*sembrada, mientras que en el año 2000 sumaban 88% del total nacional. (Manabí 47% y Loja 41%)*¹⁸.

En cuanto a la producción en toneladas, las dos provincias aportaban en 2005 el 96% de la producción nacional. (Manabí 65% y Loja 31%), mientras que para el año 2006 las dos provincias sumaban el 89% de la producción nacional (Manabí 54% y Loja 35%), durante los 3 últimos años (2008, 2009 y 2010) se triplicó su producción pasando de 7 mil a 14 mil toneladas, mientras que Loja duplicó de 3 mil a 9 mil toneladas; en el año 2011 la producción de maní en la provincia de Manabí alcanzó alrededor de 13.800 toneladas métricas.

Hay muchos tipos de maní, con semillas grandes y pequeñas, que se cultivan mucho en los países cálidos de América, la India, China, Estados Unidos, Senegal y Nigeria. Las semillas se usan tostadas como fruto seco y en confitería en las variedades de semilla grande mientras que las de semilla pequeña se prefieren para la fabricación de manteca y aceite. Después de recolectar el maní, el resto de la planta se usa como forraje para el ganado.

5.16.2. Mercado mundial del maní.

Es un mercado reducido, concentrado en cinco países, los cuales producen el 79% de la producción mundial (Estados Unidos, México, Canadá, Inglaterra, y Australia). El 80% del comercio del maní es descascarado. (

5.16.3. Oferta mundial de maní.

Esta actividad tiene un comportamiento inestable debido a los problemas climáticos en los principales países productores del grano. Los principales países exportadores son China, Estados Unidos y Argentina. China disminuyó sus exportaciones en los años noventa debido a un incremento en la demanda interna. Las exportaciones de Estados Unidos (21% del total) y Argentina (10% del total) crecieron a una tasa promedio anual de 1.2% y 2.4% respectivamente.

¹⁸ **ORDOÑEZ ITURRALDE**, Darwin. (2011). Ecuador: Comercio Exterior y Coeficiente de Apertura de la Economía: 2004-2011. Imprenta de la Universidad Rocafuerte. Guayaquil-Ecuador.

5.16.4. Demanda internacional del maní.

“Europa es el mayor importador de maní a nivel mundial, con precios por encima de los precios promedios. Este mercado resulta atractivo para los países exportadores de maní que ofrecen calidad y maní sin presencia de aflatoxina3”¹⁹.

La aflatoxina3 es una de las limitaciones a la expansión del comercio del maní y cada país importador señala los límites de tolerancia permisibles.

5.16.5. Principales países productores de maní.

Se produce principalmente en países de Asia y en los Estados Unidos de Norteamérica, y juntos producen aproximadamente el 75% de la producción mundial. En el continente asiático los principales países productores son la China e India.

5.16.6. Países consumidores del maní.

Los principales países consumidores de Maní a nivel mundial son los países Europeos con el 44% de las importaciones mundiales. Sus principales abastecedores son China, Estados Unidos y Argentina. Los países asiáticos compran el 31% de las importaciones mundiales.

5.16.7. Comportamiento de los precios internacionales Del maní.

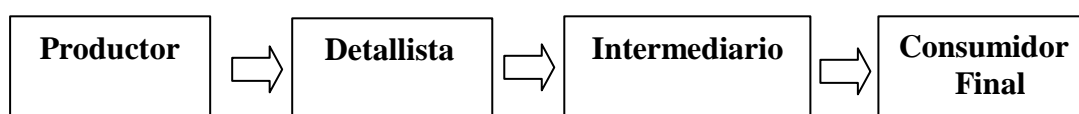
Los precios internacionales dependen de la producción de los grandes países productores y exportadores, la variedad y el tamaño del grano. Los precios internacionales del maní, se rigen por aspectos como la calidad uniforme, libre de aflatoxina3 y los volúmenes de producción, que dependen del clima favorable o desfavorable en los principales países productores del mundo.

Los precios internacionales son más altos cuando se reducen los volúmenes de producción por causa de sequías o por exceso de lluvias. Cuando se aumentan los volúmenes de producción los precios se reducen.

¹⁹**MARTÍNEZ SÁNCHEZ** Manuel. (2011). Acerca de las teorías del Comercio Internacional: Comercialización de productos agrícolas en Europa. Editorial: Universidad de Madrid. Madrid-España.

5.17. Canales de Comercialización del maní en Santa Ana.

La comercialización es el proceso mediante el cuál los bienes y servicios llegan al consumidor. El proceso de comercialización incluye una serie de fases que en las sociedades organizadas son muy complejas: la investigación de mercado a fin de descubrir los deseos o las necesidades de los consumidores; las pruebas de comercialización para averiguar si el producto ha satisfecho al futuro cliente, con el objetivo de dar a conocer el producto y convencer de sus cualidades, finalmente; la venta al por mayor y al por menor, El canal de distribución que más se emplea en la compra-venta del maní en el cantón Santa Ana es:



Dentro de este canal de comercialización los más beneficiados son los intermediarios, debido a los precios que rigen en el mercado son en la mayoría impuestos por ellos, y hay comercializadoras que perjudican en el peso.

5.18. Sistemas de comercialización del maní

Se consideran tres formas básicas de comercialización del maní. Tales son:

5.18.1. Comercialización en vainas

En ella el maní cosechado, se somete algunas veces a un lavado y siempre a un secado en vaina y se pone a la venta.

El Maní se comercializa, a nivel de agricultor, en vainas y las mismas que se almacenan en sacos de yute con boca de red de pescar, los sacos son especiales por el tamaño y tienen capacidad de 50 a 60 kg en cáscara.

5.18.2. Comercialización del maní pilado.

Existen dos modalidades pilado sin clasificar y clasificado, la primera modalidad más se da en Ecuador y la segunda en Perú.

Al vender el maní descascarado sin clasificar se obtiene menor precio, ya que el comercializador lo castiga por su mala calidad. Para la venta de maní en Santa Ana,

Portoviejo, Chone, Santo Domingo y Quevedo el maní debe estar bien clasificado (maní grande, color bien rojo, sin maníes honguedos, sin impurezas, bien seco, con buena cobertura de cáscara y sin maníes partidos).

Muchos comerciantes de Santa Ana compran el maní desgranado en cáscara sin clasificar o previo una ligera clasificación para someterlo a una clasificación rigurosa y poder ser comercializado en otras ciudades, los precios de Santa Ana pueden ser muchas veces buenos y halagadores pero el comprador siempre inclina la balanza a su favor tal es así existen testimonios de agricultores que llevaron ejemplo 20 quintales desde Santa Ana a Portoviejo solo pesaron 18.

5.18.3. Comercialización de maní procesado

Gracias a las capacitaciones de procesos de transformación del maní en maní confitado (garrapiñado) que es la primera experiencia de los agricultores en Ecuador, especialmente en Manabí, sacaron en algún momento a la venta a los colegios y tiendas locales el maní confitado en pequeñas fundas transparentes con la etiqueta de la zona.

El mercado de este maní es muy poco y habría que pensar en buscar mercados mayoristas y tecnificar la presentación de este tipo de maní. De estas tres formas, los agricultores prefieren comercializar maní en grano descascarado, clasificado y limpio pues este es el que más precio tiene en el mercado bajo esta forma de comercialización y por ser esta la forma donde pueden colocar la mayor parte de su producto.

VI. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. Hipótesis General

El análisis de la Gestión Administrativa de las microempresas del maní y sus derivados fomentará la Producción Comercial en el cantón Santa Ana, Periodo 2012.

6.2. Tipo de estudio

El presente trabajo contempla estudio de campo al momento de realizar las encuestas, un estudio bibliográfico al momento de realizar el proyecto y fundamentar la investigación, así también es un estudio descriptivo.

6.3. Métodos y técnicas

6.3.1. Métodos

Método inductivo-deductivo: Por análisis se procederá a la deducción de la problemática establecida y a la inducción de nuestra hipótesis con la finalidad de comprobar su validez, es decir la influencia de la gestión administrativa en la producción comercial.

Método analítico-sintético: al realizar un correcto análisis de los datos obtenidos y toda la información relevante al tema de investigación en lo referente a sus dos variables y la relación entre ambas, se puede mencionar que es un método analítico, y al momento de establecer las conclusiones y resumir los resultados se puede mencionar que estamos hablando de un método sintético.

Método estadístico: sirvió de análisis de los resultados establecimiento de gráficos y cuadros estadísticos, por medio del uso del Excel.

6.3.2. Técnicas e instrumentos

Se aplicaron lo que es **la Observación** durante el trabajo de campo y que nos ayudo a realizar con éxito la investigación.

La Encuesta misma que fue aplicada a una muestra de la población del cantón Santa Ana.

Para el desarrollo de las técnicas aplicadas se utilizó el instrumento básico como es **el Cuestionario**.

6.4. Variables e indicadores

6.4.1. Variable independiente

Gestión administrativa.

6.4.2. Variable dependiente

Producción comercial.

6.5. Indicadores Empresas de
Santa Ana Productores de maní
del cantón
Mercado del maní
Generación de empleo
Indicadores socioeconómicos

6.6. Ubicación geográfica

El presente trabajo se lo desarrollará en la cabecera cantonal del cantón Santa Ana de la provincia de Manabí ubicado a 20 Km. al este de la capital provincial. Dentro de la Latitud: -1.2166667 y Longitud: -80.3833333.

El cantón Santa Ana está dividido en dos parroquias urbanas: Santa Ana y Lodana, y cuatro rurales (Ayacucho, Honorato Vásquez, La Unión y San Pablo de Pueblo Nuevo).

6.7. Población y muestra

6.7.1. Población

La población que se consideró en el presente proyecto fue la del sector rural del Cantón Santa Ana de acuerdo al último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el 2010 que es de 47.385.

Para la presente investigación, se estableció un grado de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

6.7.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \cdot \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = tamaño de la muestra

N = números de elementos de la población 47.385.

E^2 = Error máximo admisible, 5%.

PQ = Constante de la varianza poblacional (0,25)

K^2 = Coeficiente de corrección del error (2)

$$\begin{aligned} n &= \frac{0,25 \times 47.385}{(47.385 - 1) \cdot \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25} = \frac{11.846,25}{47.384 \times \frac{0,0025}{4} + 0,25} = \frac{11.846,25}{29.6156 + 0,25} \\ &= \frac{11.846,25}{29,8656} = 396,65 \end{aligned}$$

La muestra para realizar la encuesta, es de 397 habitantes de la población total del cantón Santa Ana.

6.8. Recursos Utilizados

6.8.1. Humanos

Tutor

Investigadora

Clientes

Empresas

6.8.2. Materiales

Cámara

Impresora

Computadora

Internet

6.8.3. Financieros

CONCEPTOS	VALORES
Copias de encuestas	38,00
Materiales de impresión (Internet)	42,00
Útiles de oficina	50,00
Transporte	80,00
Trabajos en computadora (primera presentación)	80,00
Hojas. Trabajo original y copias	120,00
Anillados y copias	45,00
Imprevistos	150,00
TOTAL	605,00

Son \$ 605,00. (Seiscientos cinco 00/100 dólares) mismos que fueron autofinanciados por la autorade la presente investigación.

VII. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN SANTA ANA

1.- ¿Cuál es su nivel de educación?

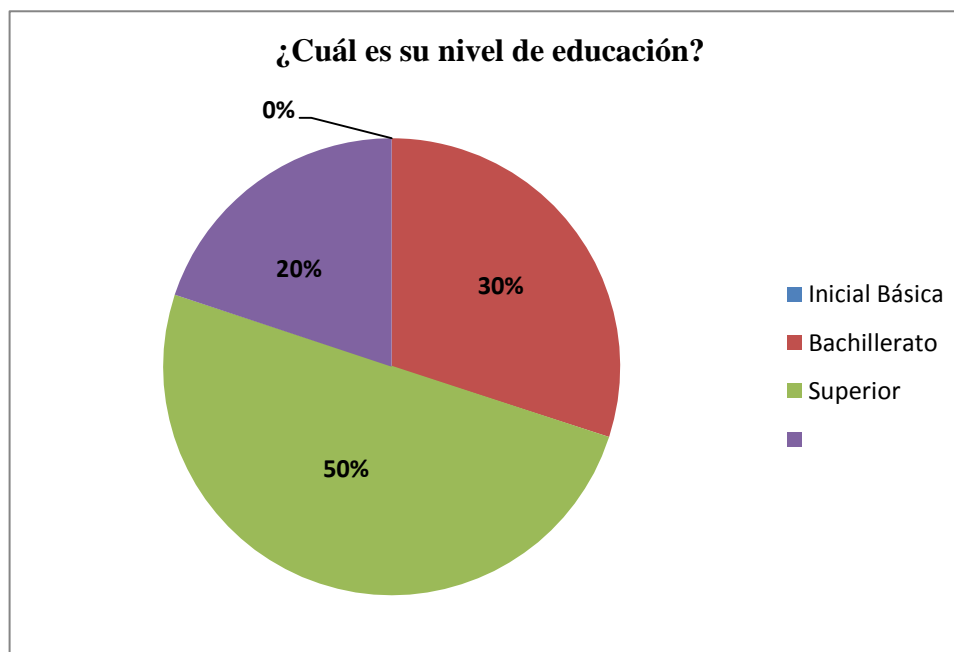
Cuadro N° 1

Alternativa	f	%
Inicial	0	0%
Básica	119	30%
Bachillerato	199	50%
Superior	79	20%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1



Al consultar a los encuestados sobre su nivel de educación el 50% manifestó que **Bachillerato**, un 30% que formación **Básica**, mientras que el 20% restante respondió que **Superior**.

2.- ¿Conoce usted lo que es gestión administrativa?

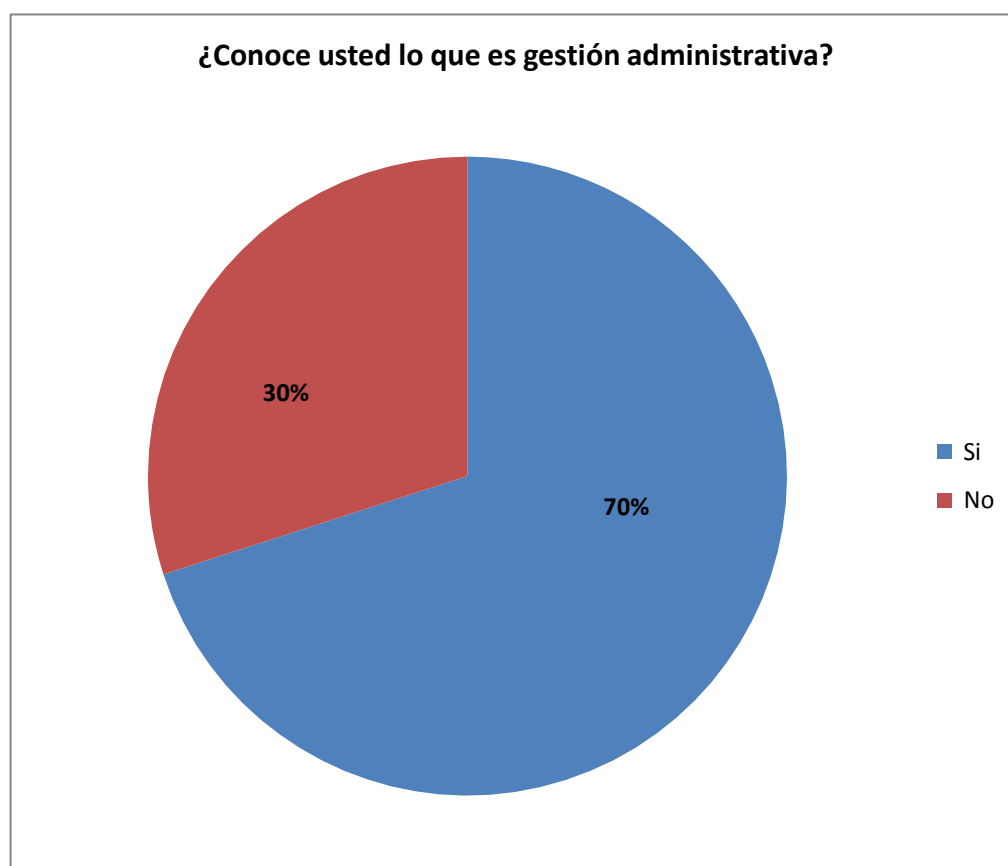
Cuadro N° 2

Alternativa	f	%
Si	278	70%
No	119	30%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



Al consultar a los encuestados referente a si conocen lo que es gestión administrativa, el 70% manifestó que **Si**, mientras que el 30% respondió que **No**.

3.- ¿Cree usted que una correcta aplicación de la gestión administrativa permite mejorar los procesos de comercialización del maní?

Cuadro N° 3

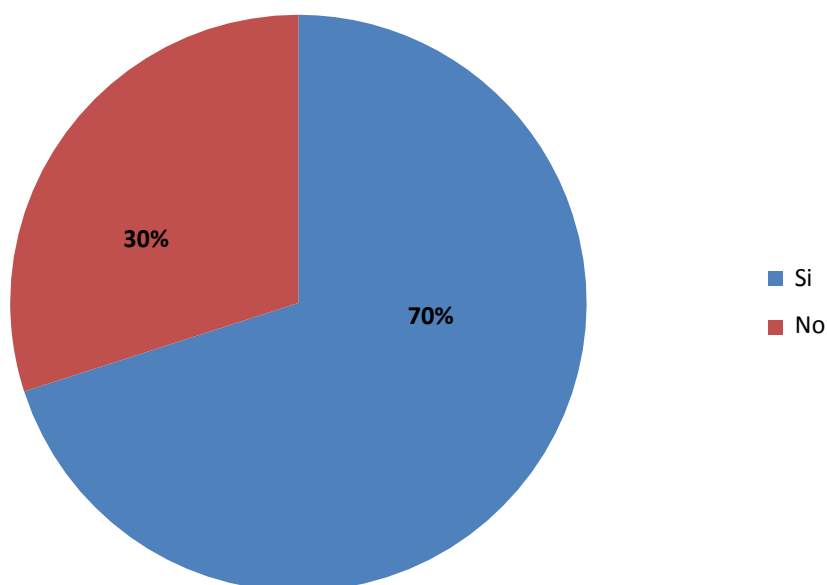
Alternativa	f	%
Si	278	70%
No	119	30%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3

¿Cree usted que una correcta aplicación de la gestión administrativa permite mejorar los procesos de comercialización del maní?



En lo concerniente a si la gestión administrativa, permite mejorar el proceso de comercialización del maní el 70% manifestó que **Si**, en cambio el 30% respondió que **No**.

4.- ¿Consume usted el maní?

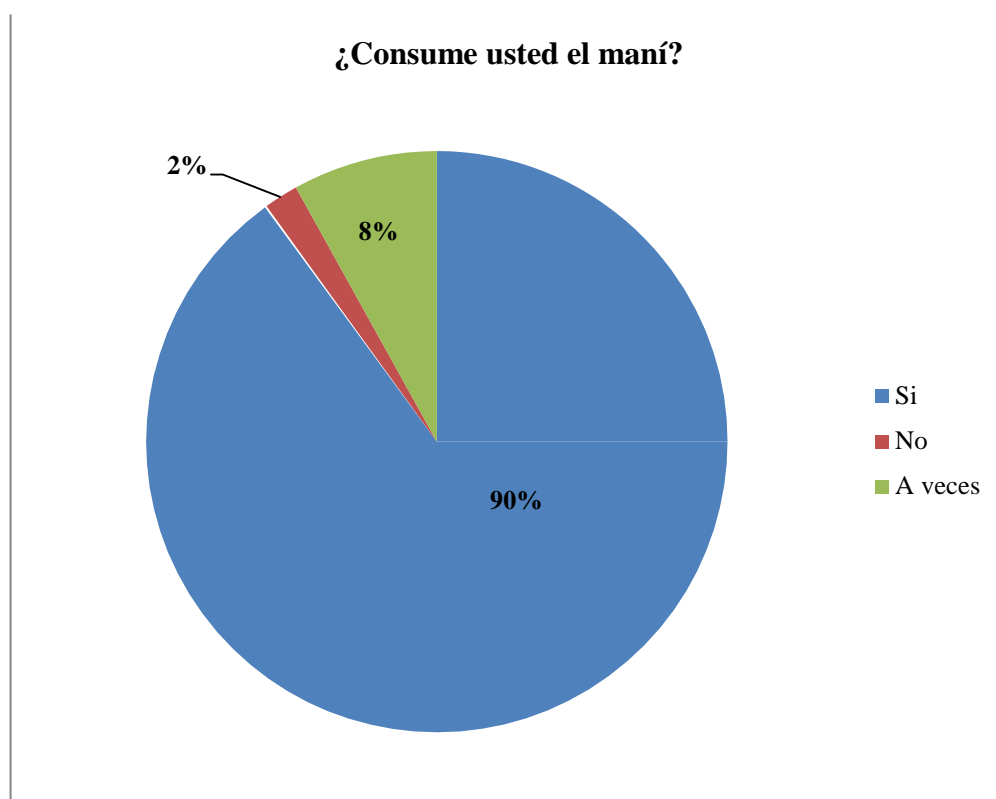
Cuadro N° 4

Alternativa	f	%
Si	357	90%
No	8	2%
A veces	32	3%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Al consultarle a los encuestados si consumen maní, el 90% respondió que **Si**, un 8% manifestó que **A veces** y un 2% expresó que **No** consume.

5.- ¿De qué manera compra el maní?

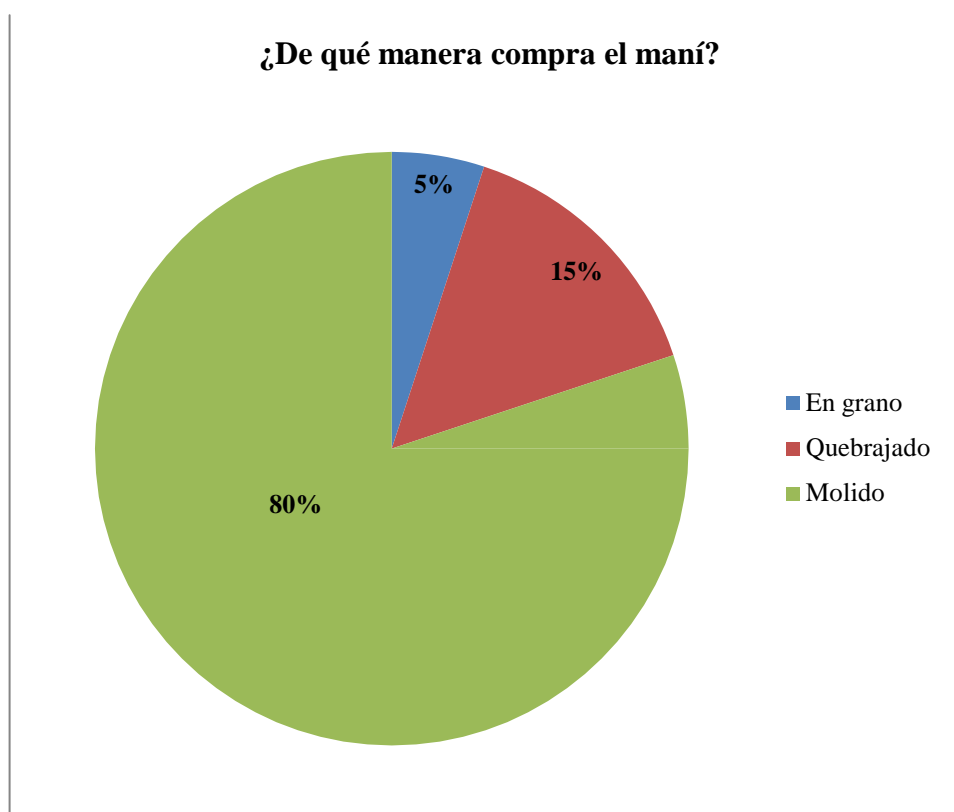
Cuadro N° 5

Alternativa	f	%
En grano	20	5%
Quebrajado	59	15%
Molido	318	80%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 5



8 de cada diez personas encuestadas manifestaron preferir el maní **Molido**, es decir que aproximadamente el 80% del mercado potencial se lo puede considerar como el Mercado que tiene disponibilidad para adquirir maní en esa presentación. Mientras que el 15% lo prefiere **Quebrajado** y el 5% lo compra **En Grano**.

6.- ¿Con qué frecuencia consume el maní?

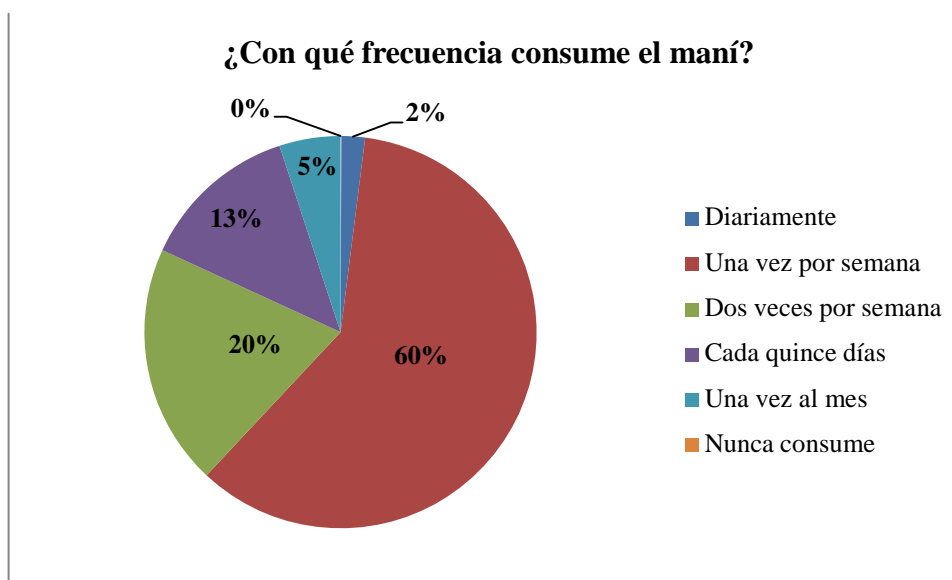
Cuadro N° 6

Alternativa	f	%
Diariamente	8	2%
Una vez por semana	238	60%
Dos veces por semana	79	20%
Cada quince días	52	13%
Una vez al mes	20	5%
Nunca consume	0	0%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6



El 60% de los encuestados, consume o utiliza el maní **Una vez por semana**, el 20% lo hacen **Dos veces por semana**, un 13% lo compran **Cada quince días**, el 5% lo compra **Una vez al mes** y el 2% restante lo hace **Diariamente**.

7.- ¿En qué lugares suele comprar el maní?

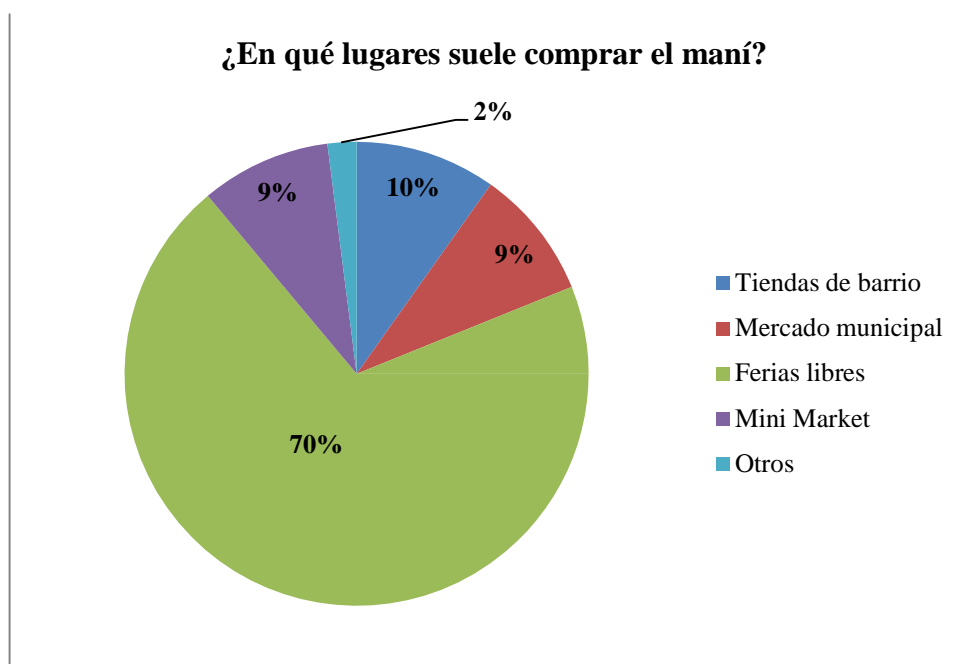
Cuadro N° 7

Alternativa	f	%
Tiendas de barrio	39	10%
Mercado municipal	36	9%
Ferias libres	278	70%
Mini Market	36	9%
Otros	8	2%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7



El 70% de los encuestados, acude a comprar el maní en la **Ferias libres**, mientras que el 10% lo compra en **Tiendas de barrio**; el 9% que lo compra en el **Mercado municipal**, otro 9% lo hace en **MiniMarket**, y el 2% lo hace en **Otros** lugares.

8.- ¿Usted en la actividad comercial del maní es?

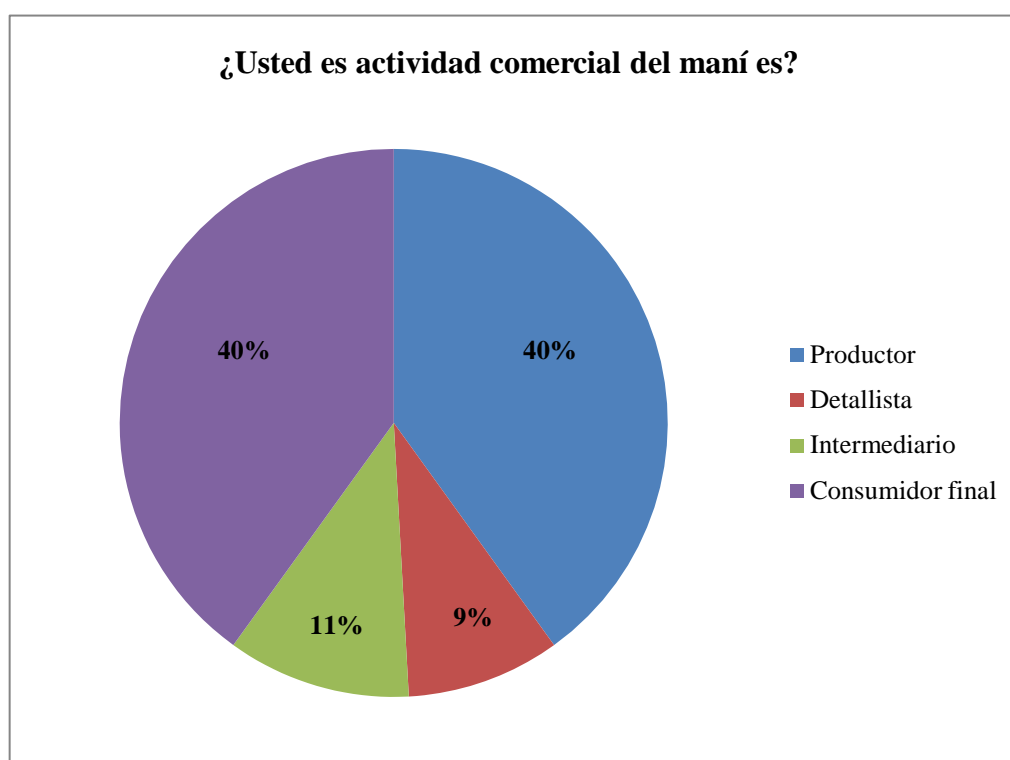
Cuadro N° 8

Alternativa	f	%
Productor	159	40%
Detallista	36	9%
Intermediario	43	11%
Consumidor final	159	40%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



Referente a esta interrogante el 40% de los encuestados, es **Productor**, mientras que otro 40% es **Consumidor**; el 11% es **Intermediario**, y el 9% es **Detallista**.

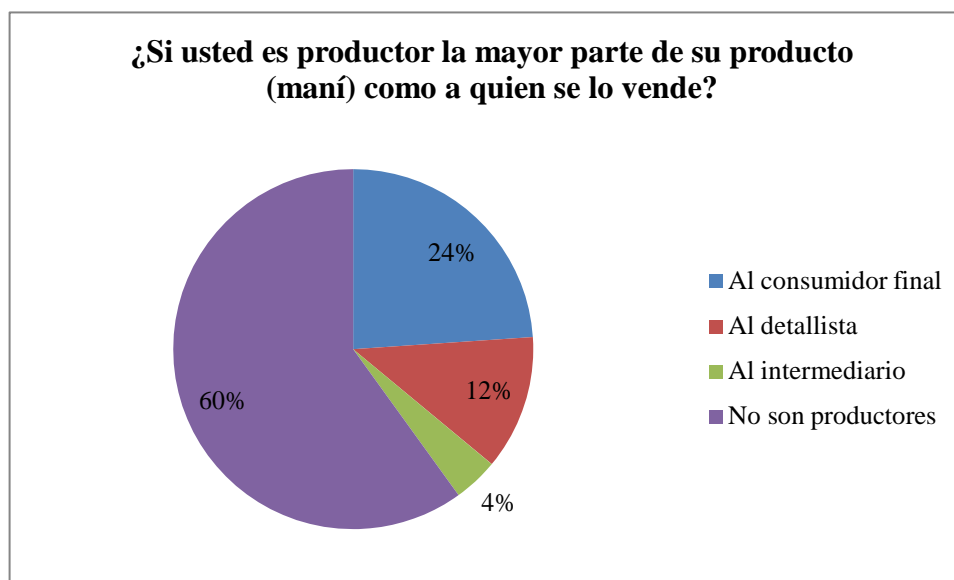
9.- ¿Si usted es productor la mayor parte de su producto (maní) como a quien se lo vende?

Cuadro N° 9

Alternativa	f	%
Al consumidor final	95	24%
Al detallista	48	12%
Al intermediario	16	4%
No son productores	238	60%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9



De los productores que es el 40% del total, el 24% (60% del total) de los encuestados que lo venden **Al consumidor final**, mientras que un 12% (30% del total) que los venden **al Detallista**, un 4% lo venden **Al Intermediario** y el 60% **No son productores**.

10.- ¿Cómo usted califica a la gestión administrativa en el proceso de comercialización del maní para desarrollar la producción comercial del cantón Santa Ana?

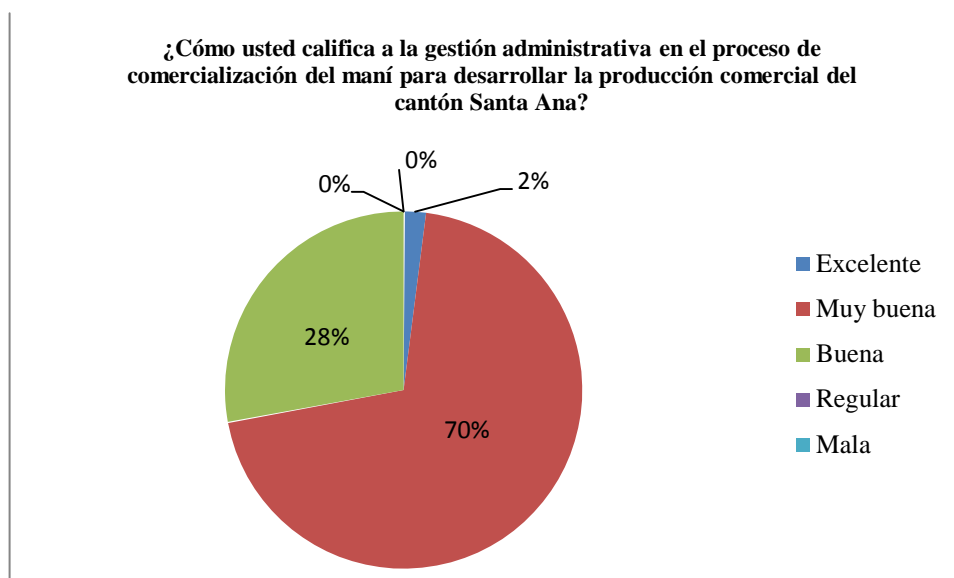
Cuadro N° 10

Alternativa	f	%
Excelente	8	2%
Muy buena	278	70%
Buena	111	28%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
TOTAL	397	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Ana

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10



El 70% de los encuestados dice que la gestión administrativa fomenta la producción comercial de manera **Muy buena**, mientras que un 28% expresó que **Buena** y un 2% que es **Excelente**.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

- ✚ Existe un gran porcentaje de las personas que tienen conocimiento de lo que es gestión administrativa, así mismo creen que las acciones que se realicen por esta herramienta desarrollara la producción comercial del cantón Santa Ana, pero que actualmente no se están aplicando.

- ✚ La mayor forma de adquirir el maní en el mercado local es de manera molida, y el mercado consultado consume el producto semanalmente, identificándose un mercado meta muy importante para esta actividad productiva.

- ✚ El canal de distribución más utilizado es a través de las ferias libres, lo que muestra que gran cantidad del producto es adquirido directamente del productor al consumidor.

- ✚ A nivel de cadena de comercialización los productores comercializan sus productos en un 60% a los consumidores finales, pero un gran porcentaje lo hacen a los intermediarios y detallistas

8.2. Recomendaciones

- ✚ Se debe fomentar a través de convenios con la Universidad Estatal de Sur de Manabí, para que sus profesionales en formación brinden asistencia técnica empresarial en el desarrollo de capacitaciones y se apliquen en los entes económicos la gestión administrativa en sus procesos de comercialización.
- ✚ La permanencia del maní en el mercado depende de la satisfacción que encuentren los clientes en el producto. Las personas vinculadas a esta actividad deben asignar valor agregado a sus productos especialmente el maní molido que es el que mayor aceptación tiene en el mercado y es de excelente calidad para así tener siempre a los clientes satisfechos.
- ✚ La mayoría de las personas expenden el producto en las ferias libres y de manera independiente, este es un sector de producción muy importante en el cantón Santa Ana, y de gran representatividad en Manabí, que el segundo productor a nivel nacional, sería muy fundamental e importante para las personas que realizan sus actividades con esta producción que se agrupen y formen organizaciones para poder obtener mejores resultados y esto sirva para mejorar sus niveles de vida.

IX. CRONOGRAMA

N°	TIEMPO ACTIVIDADES	MESES																							
		ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
						1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Selección del tema	■	■																						
2	Recolección de información			■	■	■																			
3	Planteamiento del problema					■	■																		
4	Formulación del problema preguntas y directrices.							■																	
5	Objetivos generales , específicos y justificación								■	■															
6	Marco teórico									■	■	■	■												
7	Análisis de resultados											■	■												
8	Metodología													■											
9	Recursos														■										
10	Conclusiones y Recomendaciones															■									
11	Presentación y Revisión del proyecto																■	■	■						
12	Sugerencias y arreglos																	■	■	■					
13	Defensa del proyecto																					■	■	■	

X. BIBLIOGRAFIA

AGUIRRE SADABA, A. (1992). Fundamentos de economía y administración de la empresa, Pirámide, Madrid-España.

AMARO GUZMÁN Raymundo. (2003). Administración de Empresas I Editora Tiempo S. A. Colombia.

ATIPENRobbine. (1997). Administración de empresas. Editorial: Mac. Graw Hill. 5ª Edición

BORELLO, N. (2000) “Plan de Negocios”. Editorial Mc Graw Hill. Madrid-España.

BURNETT John. (2000). Promoción, Conceptos y Estrategias. Editorial: McGraw Hill. Colombia.

F. STONER James A. (2001). Administración de Empresas Editara Pretina – may Hispanoamericana S. A. 6ta. Edición. Argentina.

FERNANDEZHATRE Alfonso. (2003). Indicadores de Gestión y cuadro de Mando Integral. IDEPA.

GUERRERO, Carolina. (2001). Administración de Alimentos a Colectividades y Servicios de Salud”. Editorial Mc Graw Hill, 1ª Edición.

ILLANES F. Pablo. (2003). “El Sistema Empresa: Un enfoque integral de la Administración”. Ediciones: Impresos Manepa, 7ma edición.

KOONTZ, Harold – WEIHRICH, Heinz. (2002). “Administración: una perspectiva global”. Editorial Mc Graw Hill, 11ª Edición.

KOTLER, P. Mercadotecnia. (1992). Ediciones Prentice-Hall, México.

LAMBIN, J.J. (1991). “Marketing Estratégico”. Editorial McGraw Hill. Madrid-España.

LYNN y WILDAVSKY. “Administración Pública, El estado actual de la disciplina”, FCE 1999.

MARTÍNEZ PÉREZ Canto, F. (1995). Comercialización de productos agropecuarios. Universidad Católica de Chile.

MARTÍNEZ SÁNCHEZ Manuel. (2011). Acerca de las teorías del Comercio Internacional: Comercialización de productos agrícolas en Europa. Editorial: Universidad de Madrid. Madrid-España.

ORDOÑEZ ITURRALDE, Darwin. (2011). Ecuador: Comercio Exterior y Coeficiente de Apertura de la Economía: 2004-2011. Imprenta de la Universidad Rocafuerte. Guayaquil-Ecuador.

QUINTEROS Juan Gabriel. (2003). Dirección de administración y tratados comerciales. Editorial: Ministerio de Economía.

SMITH Adam. (1776). Una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones. Editorial: Tecnos. Edición 2009.

WERTHER William B., **DAVIS** Keith Jr. (199). Administración de personal y recursos humanos. Editorial: Mac Graw – Hill. Edición: Quinta. México.

ANEXOS



Anexo N° 1

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

FORMULARIO DE ENCUESTAS
(Dirigida a los habitantes del cantón Santa Ana)

Tema:

“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS MICROEMPRESAS DEL MANÍ Y SUS DERIVADOS PARA EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIAL EN EL CANTÓN SANTA ANA, PERIODO 2012.

INVESTIGADORA: Tania Cristina Gómez Loor.

1.- ¿Cuál es su nivel de educación?

Inicial

Básica

Bachillerato

Superior

2.- ¿Conoce usted lo que es gestión administrativa?

Si

No

3.- ¿Cree usted que una correcta aplicación de la gestión administrativa permite mejorar los procesos de comercialización del maní?

Si

No

4.- ¿Consume usted el maní?

Si

No

A veces

5.- ¿De qué manera compra el maní?

En grano

Quebrajado

Molido

6.- ¿Con qué frecuencia consume el maní?

Diariamente

Una vez por semana

Dos veces por semana

Cada quince días

Una vez al mes

Nunca consume

7.- ¿En qué lugares suele comprar el maní?

Tiendas de barrio

Mercado municipal

Ferias libres

Mini Market

Otros

8.- ¿Usted en la actividad comercial del maní es?

Productor

Detallista

Intermediario

Consumidor final

9.- ¿Si usted es productor la mayor parte de su producto (maní) como a quien se lo vende?

Cuadro N° 9

Al consumidor final

Al detallista

Al intermediario

No son productores

10.- ¿Cómo usted califica a la gestión administrativa en el proceso de comercialización del maní para desarrollar la producción comercial del cantón Santa Ana?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

GRACIAS

Anexo N°2

MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN SANTA ANA

