



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL  
CACAO EN EL CENTRO DE ACOPIO MIRYAN, CANTÓN MONTALVO,  
PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2023”

**AUTOR:**

ALEXIS JOSUE PINO AHITON

**DIRECTOR**

ING. RAFAEL ALEJANDRO  
SÁNCHEZ MACIAS

**PARES ACADÉMICOS**

ECON. RENÉ MESÍAS VILLACRÉS

BORJA

ING. IVÁN YACCHIREMA TARAGUAY

**GUARANDA – ECUADOR  
2023**

**TEMA**

La Gestión Administrativa en la Comercialización del Cacao en el Centro de Acopio Miryan, Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos año 2023.

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por bendecirme y guiarme para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional. A mi director de tesis, Ingeniero Alejandro Sánchez por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación han logrado en mí que pueda fundamentar mi investigación con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, y en especial a mis profesores gracias por sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad.

De igual manera agradecer a los Ingenieros designados como pares académicos de Investigación y de Tesis de Grado, Economista. René Villacrés, e Ingeniero. Iván Yacchirema por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos y guías dentro de esta trayectoria ya que ayudan a formarme como persona e investigador.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Muchas gracias y que Dios los bendiga

**Alexis Josue Pino Ahiton**

## DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada:

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy. A mis padres Pedro Pino, Neida Ahiton quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mi hermano Neiser por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis seres queridos, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias, siempre los llevo en mi corazón.

**Alexis Josue Pino Ahiton**

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. "*Rene Villacrés Borja*" e Ing. "*Iván Yacchirema Taraguay*", e Ing. "*Rafael Sánchez Macías*" en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO EN EL CENTRO DE ACOPIO MIRYAN" CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2023" desarrollado por el señor Alexis Josue Pino Ahiton.

### CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Administración de Empresa, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 12 de Julio del 2023



Ing. Alejandro Sánchez Macías  
Director



Econ. Rene Villacrés Borja  
Par Académico

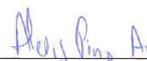


Ing. Iván Yacchirema Taraguay  
Par Académico

**DERECHOS DE AUTOR**

Yo, **Alexis Josue Pino Ahiton** portador de la Cédula de Identidad No. **1207984434** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO EN EL CENTRO DE ACOPIO MIRYAN, CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2023”** modalidad Trabajo de Integración Curricular, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Alexis Josue Pino Ahiton  
CI. 1207984434

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|  |            |
|--|------------|
| <b>TEMA.....</b>   | <b>i</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>                              | <b>ii</b>  |
| <b>DEDICATORIA .....</b>                                 | <b>iii</b> |
| <b>CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO .....</b>  | <b>iv</b>  |
| <b>ÍNDICE DE CONTENIDO .....</b>                         | <b>vi</b>  |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>                             | <b>ix</b>  |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES.....</b>          | <b>x</b>   |
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>                                 | <b>1</b>   |
| <b>RESUMEN.....</b>                                      | <b>2</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                    | <b>3</b>   |
| <b>CAPÍTULO I FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....</b> | <b>4</b>   |
| <b>1.1 Descripción del Problema.....</b>                 | <b>4</b>   |
| <b>1.2 Formulación del Problema .....</b>                | <b>7</b>   |
| <b>1.3 Preguntas de Investigación.....</b>               | <b>7</b>   |
| <b>1.4 Justificación .....</b>                           | <b>7</b>   |
| <b>1.5 Objetivos: General y Específicos .....</b>        | <b>9</b>   |
| General.....   | 9          |
| Específicos.....   | 9          |
| <b>1.6 Variables .....</b>                               | <b>9</b>   |
| <b>Variable Independiente .....</b>                      | <b>9</b>   |
| <b>Variable Dependiente.....</b>                         | <b>9</b>   |
| <b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO .....</b>                   | <b>14</b>  |
| <b>2.1 Antecedentes .....</b>                            | <b>14</b>  |
| <b>PROBLEMA.....</b>                                     | <b>14</b>  |
| <b>OBJETIVOS:.....</b>                                   | <b>14</b>  |
| <b>CONCLUSIONES: .....</b>                               | <b>14</b>  |
| <b>PROBLEMA.....</b>                                     | <b>16</b>  |
| <b>OBJETIVOS:.....</b>                                   | <b>16</b>  |
| <b>CONCLUSIONES: .....</b>                               | <b>17</b>  |
| <b>PROBLEMA.....</b>                                     | <b>18</b>  |
| <b>OBJETIVOS:.....</b>                                   | <b>18</b>  |
| <b>CONCLUSIONES: .....</b>                               | <b>19</b>  |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PROBLEMA.....</b>   | <b>20</b> |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>   | <b>21</b> |
| <b>PROBLEMA.....</b>   | <b>22</b> |
| <b>OBJETIVOS.....</b>  | <b>22</b> |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>   | <b>22</b> |
| <b>2.2 Científico .....</b>                                      | <b>24</b> |
| Modelo de la Gestión Administrativa .....                        | 24        |
| Importancia de la Gestión Administrativa .....                   | 25        |
| Etapas de un Modelo de Gestión Administrativa .....              | 26        |
| “Análisis de la estructura funcional .....                       | 26        |
| “Análisis de las relaciones con terceros .....                   | 26        |
| Identificación de los procesos de la institución .....           | 26        |
| Modelo de la Gestión Administrativa .....                        | 26        |
| El Modelo de objetivo racional: .....                            | 26        |
| <b>Diagnosticar El Problema: .....</b>                           | <b>27</b> |
| <b>Establecer Metas: .....</b>                                   | <b>27</b> |
| <b>Plantear Soluciones Alternativas:.....</b>                    | <b>27</b> |
| <b>Comparación Y Evaluación De Alternativas: .....</b>           | <b>27</b> |
| <b>Seleccionar Una Alternativa: .....</b>                        | <b>27</b> |
| <b>Implementación De La Decisión Tomada:.....</b>                | <b>28</b> |
| <b>Seguimiento Y Control: .....</b>                              | <b>28</b> |
| <b>Modelos Administrativos propuestos por Quinn Robert. ....</b> | <b>28</b> |
| <b>2.3 Conceptual .....</b>                                      | <b>29</b> |
| <b>Administración .....</b>                                      | <b>29</b> |
| <b>Administración De Recursos Humanos .....</b>                  | <b>30</b> |
| <b>Administración Del Personal .....</b>                         | <b>30</b> |
| <b>Competitividad .....</b>                                      | <b>30</b> |
| <b>Consumidor .....</b>  | <b>30</b> |
| <b>Cliente.....</b>  | <b>30</b> |
| <b>Estrategia De Precios .....</b>                               | <b>30</b> |
| <b>Habilidades .....</b>   | <b>31</b> |
| <b>Negociadores.....</b>   | <b>31</b> |
| <b>Objetivos .....</b>   | <b>31</b> |
| <b>Bien.....</b>   | <b>31</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Productividad .....</b>   | <b>32</b> |
| <b>2.4 Legal .....</b>   | <b>32</b> |
| Ley De Compañía.....   | 32        |
| SECCION VI .....   | 32        |
| De La Compañía Anónima .....   | 32        |
| <b>DE LA ADMINISTRACION Y DE LOS AGENTES DE LA COMPAÑIA .</b>  | <b>33</b> |
| <b>2.5 Georeferencial .....</b>  | <b>35</b> |
| <b>Mapa georeferencial del Centro de Acopio Miryan Cantón Montalvo,<br/>Provincia de Los Ríos.....</b> | <b>35</b> |
| <b>CAPITULO III. METODOLOGÍA .....</b>   | <b>36</b> |
| <b>3.1 Tipo de Investigación .....</b>   | <b>36</b> |
| Investigación descriptiva .....  | 36        |
| <b>CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>   | <b>41</b> |
| <b>4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados .....</b>                                    | <b>41</b> |
| <b>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL CENTRO DE ACOPIO<br/>MIRYAN.....</b>                           | <b>50</b> |
| <b>CAPITULO V.....</b>   | <b>57</b> |
| <b>PROPUESTA.....</b>  | <b>57</b> |
| <b>Datos institucionales.....</b>  | <b>58</b> |
| Misión .....   | 58        |
| Visión .....   | 58        |
| Políticas .....  | 58        |
| <b>Principios .....</b>  | <b>59</b> |
| <b>Análisis del microentorno y macroentorno.....</b>   | <b>60</b> |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>   | <b>73</b> |
| <b>RECOMENDACIONES.....</b>  | <b>74</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>   | <b>75</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>  | <b>80</b> |
| <b>ENCUESTA APLICADADA A LOS TRABAJADORES DEL CENTRO DE<br/>ACOPIO MIRYAN.....</b>                     | <b>83</b> |
| <b>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL CENTRO DE ACOPIO<br/>MIRYAN.....</b>                           | <b>85</b> |

**ÍNDICE DE TABLAS**

|  |    |
|--|----|
| TABLA 1 VARIABLES (OPERACIONALIZACIÓN).....  | 10 |
| TABLA 2 MATRIZ PESTEL.....   | 60 |
| TABLA 3 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....   | 62 |
| TABLA 4 CADENA DE VALOR.....   | 63 |
| TABLA 5 ACTIVIDADES DE APOYO .....   | 64 |
| TABLA 6 ANÁLISIS FODA DEL CENTRO DE ACOPIO MIRYAN. ....  | 66 |
| TABLA 7 MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA BASADO<br>PROPUESTO POR QUINN ROBERT PARA EL CENTRO DE ACOPIO<br>MIRYAN ..... | 71 |
| TABLA 8 CRONOGRAMA (GANTT) .....   | 80 |
| TABLA 9 PRESUPUESTO EJECUTADO.....   | 82 |

## ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| FIGURA 1.- GEORREFERENCIAL-----     | 35 |
| FIGURA 2.- MISIÓN VISIÓN-----       | 42 |
| FIGURA 3.- OBJETIVOS-----           | 43 |
| FIGURA 4.- VALORES-----             | 44 |
| FIGURA 5.- ESTRATEGIAS-----         | 45 |
| FIGURA 6.- EMPLEADOS-----           | 46 |
| FIGURA 10.- COMUNICACIÓN-----       | 47 |
| FIGURA 11.- INFRAESTRUCTURA-----    | 48 |
| FIGURA 12.- EQUIPOS-----            | 49 |
| FIGURA 14.-VENDER CACAO-----        | 50 |
| FIGURA 15.- FRECUENCIA-----         | 51 |
| FIGURA 16.- CLIENTE-----            | 52 |
| FIGURA 17.- PRECIO-----             | 53 |
| FIGURA 20.- FACILIDADES-----        | 54 |
| FIGURA 21.- SERVICIO ADICIONAL----- | 55 |
| FIGURA 22.- TRABAJADORES-----       | 56 |

## INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como meta analizar la Gestión Administrativa en la comercialización del Centro de Acopio Miryan dentro del Cantón Montalvo provincia de los Ríos durante el año 2023, lo cual indica que la comercialización del CACAO es una actividad de mucha importancia hacia el ámbito económico el cual últimamente se ha visto afectado por diferentes problemáticas que han generado retrasos en los procesos de ventas e incluso generando pérdidas.

En primer lugar, se pudo identificar que las actividades de comercialización se conllevan de manera tradicional únicamente basadas los conocimientos de los colaboradores de la empresa e incluso en la experiencia de cada uno de ellos, esta falta de formalidad ha generado retrasos en los procesos de venta ya que no se lo ha llevado de una manera exitosa porque el Centro de Acopio no cuenta con estrategias o técnicas de comercialización que sean de manera eficiente y sobre todo eficaces.

Con el pasar el tiempo asimismo se ha evidenciado la ausencia de lineamientos claros y específicos hacia las funciones de cada trabajador, el cual ha generado diversas dificultades de labores incluso en el desarrollo de sus funciones, generando como consecuencia el inadecuado uso de las herramientas disponibles y un cierto grado de ineficiencia operativa ya que muchas veces los perfiles estructurados dentro del Centro de Acopio no son los adecuados para realizar determinadas funciones lo que hace que el desempeño laboral no sea de manera efectiva hacia cualquier actividad que los mismos colaboradores desarrollen.

Por último se ha considerado que dentro del proceso de adquisición de la materia prima no se establecen mecanismos de control que ayuden a conocer la calidad de la misma, y muchas veces como consecuencia se determina que el cacao no se encuentra en los parámetros establecidos lo que he generado algunas veces pérdidas debido a la mala calidad por eso es indispensable identificar las áreas que necesitan mejorar y a su vez proponer estrategias efectivas donde nos permita superar los obstáculos actuales, para así poder alcanzar un mejor desempeño dentro del Centro de Acopio de Cacao Miryan.

## RESUMEN

El documento muestra la creación de un Modelo Administrativo para la Comercialización del cacao en el Centro de Acopio Miryan cantón Montalvo, provincia de Los Ríos, para el impacto, se realizará un estudio bibliográfico, con el propósito de recopilar información científica, demostrando la base teórica y variables para el objeto de investigación de la misma manera el diagnóstico de la situación existente para una empresa de producción y comercialización del cacao en la cual se analizarán las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que permitan examinar el estado actual de la organización y un modelo de gestión para el desarrollo de procesos Administración y Negocios con Énfasis en comercialización del Cacao y se puede utilizar como alternativa la determinación de un factor externo nuevos procesos de desarrollo que aumentan la prosperidad económica por lo cual se realizó una investigación de campo mediante la utilización se han realizado métodos de encuestas y entrevistas en el Centro de Acopio, además seleccioné los aspectos más relevantes de la organización de verificación y sistema administrativo, el personal encargado aplica para el logro de objetivos y metas., también se realizó una encuesta a las empresas manufactureras, con los resultados del estudio, se alcanzaron los objetivos de la presente tesis, lo cual conllevó a crear un Modelo Administrativo, acorde a las necesidades de la agroindustria, el mismo que optimizará el desarrollo de los procesos de comercialización del cacao.

**Palabras claves:** Modelo de gestión, administración, producción, procesos de comercialización y herramientas administrativas.

## ABSTRACT

The document shows the creation of an administrative model for the marketing of cocoa in the collection center Miryan canton Montalvo, province of Los Rios, for the impact, a bibliographic study will be conducted, with the purpose of collecting scientific information, demonstrating the theoretical basis and variables for the object of research in the same way the diagnosis of the existing situation for a production company and marketing of cocoa in which the strengths, weaknesses, opportunities and threats will be analyzed, allowing to examine the current state of the organization and a management model for the development of processes, opportunities and threats that allow to examine the current state of the organization and a management model for the development of processes Administration and Business with Emphasis on Cocoa marketing and can be used as an alternative the determination of an external factor new development processes that increase economic prosperity for which a field research was conducted by using methods have been conducted surveys and interviews in the collection center, also selected the most relevant aspects of verification organization and administrative system, the staff in charge applies for the achievement of objectives and goals. With the results of the study, the objectives of this thesis were achieved, which led to the creation of an administrative management model, according to the needs of the agribusiness, which will optimize the development of cocoa marketing processes.

**Key words:** Management model, administration, production, marketing processes and administrative tools.

## CAPÍTULO I

### FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

#### 1.1 Descripción del Problema

El Centro de Acopio Miryan del cantón Montalvo provincia de Los Ríos, desde su creación que fué en el año 2010, inició sus actividades con diez empleados, teniendo una infraestructura básica inicial en la cual empezó a desarrollar sus actividades con una romana pequeña, una máquina para el secado del cacao de 50 quintales, palas para remover el cacao y un pequeño patio de cincuenta metros cuadrados.

Se inicia con diez tanques de gas, pallets, una computadora de escritorio, una máquina de escribir, una impresora, un archivador pequeño y un camión marca HINO FC año 2006 con capacidad de carga de 1,5 toneladas para el debido traslado de la materia prima. Posterior a esto, desde su creación, el Centro de Acopio no ha generado una correcta Gestión Administrativa lo cual no ha permitido consolidar sus procesos de comercialización del Cacao.

La comercialización del cacao se empezó a realizar de manera constante hacia los diferentes mercados de la provincia de los Ríos y es ahí donde surgieron los primeros proveedores de cacao que tuvo el Centro de Acopio, encontrando que este cacao se caracteriza principalmente por mantener uno de los mejores procesos de secado que fue lo que realmente influye en la empresa a ser competente dentro del mercado.

El Centro de Acopio en sus primeras instancias se centró en identificar a cada uno de los clientes ya que a partir de ellos se enfocaría en la comercialización del cacao obteniendo como resultado una gran acogida dentro del mercado.

Las ventas de cacao del Centro de Acopio se producen a partir de un asesoramiento que brinda el mismo, en el cual los clientes llegan a conocer las disposiciones vigentes que se mantienen acerca del cacao y posterior a ello reconocer la calidad del mismo, además se dan a conocer los precios en finca según el tipo de secado del cacao, los mismos que van desde los 90 hasta los 115 dólares americanos.

El secado del cacao se lo puede realizar de forma natural puesto al sol o artificialmente con el uso de máquinas secadoras de cacao. Inicialmente el cacao tiene una humedad del 40-60%, se debe lograr que el cacao llegue a una humedad del 6% al 7% que generalmente es la humedad que se exige en el mercado para

tener un almacenamiento y transporte seguro, si el secado del cacao está por debajo del 6% se obtienen granos quebradizos y si está por encima de 8% se vuelve más propenso al ataque de hongos.

El Centro de Acopio cuenta con los siguientes trabajadores distribuidos de la siguiente manera:

La Sra. María Teresa se encarga del área financiera, es decir de mantener los registros y transacciones contables que se generan de manera diaria dentro del Centro de Acopio.

El Sr. Juan Guamán es el encargado de recibir y vender la materia prima, de revisar en qué estado y condiciones ingresa hacia el Centro de Acopio para a su vez realizar su debida valoración y comercialización.

La Sra. Verónica Mendoza es la encargada del área administrativa, debe conocer de manera interna y externa todas las actividades que se ejecutan dentro del Centro de Acopio.

La Señora Lucía Flores ocupa el cargo de secretaria de la empresa, mantiene los apuntes necesarios con los diferentes mercados, a su vez también se encarga de conocer a cada uno de los proveedores y clientes que el Centro de Acopio dispone.

La Lcda. Miryan Bósquez es la encargada de toda la gerencia del Centro de Acopio, comprometida de manera interna y externa con la misma conociendo a grandes rasgos los procesos e interacciones del Centro de Acopio en el mercado.

Los cinco trabajadores restantes Jesús, Marcelo, Edison, Pedro y Juan son los encargados del área de producción y operativa, cada uno ejerce el rol de secar el cacao y a su vez clasificarlo; una vez que se haya realizado este proceso, se encargan de llenar y pesar los quintales de cacao para su debida comercialización.

Cabe mencionar que existen diversos problemas dentro de la empresa en ciertas máquinas, las mismas que requieren una actualización imperiosa lo que ha conllevado a la dificultad de no cumplir con las ventas debidas.

Para el objeto de estudio se estableció que:

Actualmente la empresa no cuenta con una administración eficiente que puedan direccionar de una mejor manera al talento humano en todo el desarrollo de los procesos de comercialización, no está dividida por departamentos, lo cual influye en el desempeño laboral y en el desarrollo de las funciones asignadas.

El talento humano últimamente no ha tenido un proceso estable o que se estén cumpliendo perfiles adecuados ni jerarquías definidas, lo que ha generado inconvenientes en las técnicas de organización, control, planificación y dirección, repercutiendo en las actividades productivas y comerciales del cacao.

El inadecuado manejo en la administración en el Centro de Acopio y la carencia de mecanismos para potencializar el desarrollo de los procesos productivos influye en la toma de decisiones y limita a la empresa a expandirse en el mercado con nuevas alternativas de crecimiento.

Se evidencia omisión de instrucciones dadas por parte del personal hasta problemas de comunicación que afectan en ocasiones el pedido del cliente y la entrega del producto.

No tiene un plan de marketing establecido que pueda dar a conocer la imagen del Centro de Acopio y así permita conseguir mayores ventas y beneficios, que proporcione una clara información de confianza ante los clientes y los mercados locales de la provincia de Los Ríos; los Mercados son: la Ciudad de Babahoyo, el cantón Montalvo, Mocache y Buena Fe; esto provoca que el Centro de Acopio no tenga una visión clara de lo que pretende demostrar ante sus clientes; es por ello que mediante la Gestión Administrativa se pretende mejorar la participación activa dentro del mercado.

No se evidencia un adecuado control de calidad por lo cual, cuando el Centro de Acopio se ve en dificultades comercializan el cacao de una manera inadecuada, no se mide el secado del cacao, se mezcla el cacao sin que se complete el proceso (fermentación en cajas de madera, secado del cacao en cajas en el cual se reduce los niveles de humedad del 60% al 7%, el añejamiento y finalmente el almacenamiento hasta que el comprador lo recoja) que lo va a considerar como seco lo que afecta de gran manera la calidad del producto entregado al cliente.

No existe un control de procesos que direcciona a realizar el mantenimiento preventivo de la maquinaria o adquirir maquinarias nuevas en caso que amerite, lo cual conlleva a que haya desperdicio de tiempo debido a que se trabaja con máquinas más lentas afectando el cumplimiento de la entrega del cacao dentro de las fechas establecidas.

La administración deficiente del Centro de Acopio afecta en todos los campos de la misma incluyendo al área encargada de la comercialización pues encontramos que no se priorizan los clientes perdiendo así en varias ocasiones oportunidades de negocios.

No se evidencia información correcta y precisa lo cual genera con mucha frecuencia conflictos internos que afectan la toma de decisiones y la comunicación entre los trabajadores y el cliente conllevando a la disminución de la calidad del cacao e incluso afectando las ventas pues cuando se tienen datos oportunos y más aún confiables se pueden usar en beneficio de la empresa.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Cómo incide la Gestión Administrativa en la comercialización del Cacao en el Centro de Acopio Miryan, del cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos año 2023?

## **1.3 Preguntas de Investigación**

- ¿El Centro de Acopio Miryan no tiene definido las funciones de cada uno de los colaboradores?
- ¿El Centro de Acopio Miryan no cuenta con un Modelo de Gestión Administrativa?
- ¿Dentro del Centro de Acopio Miryan no se han establecido estrategias de comercialización?

## **1.4 Justificación**

Actualmente, a nivel mundial, las empresas se encuentran en una constante exploración de mejoras que les permita tener mayor competitividad para poder mantenerse en el mercado globalizado tratando siempre de llevar una buena Gestión Administrativa que contribuya a la organización a poseer una buena rentabilidad económica.

El trabajo de investigación se centra en buscar alternativas que sean favorables para el Centro de Acopio en relación a su comercialización y a su vez para que tenga una ventajosa Gestión Administrativa para que así se pueda cumplir con cada uno de sus objetivos planteados.

En este contexto se desea plantear alternativas que permitan precisar los trabajos en todas las áreas, sobre todo el de comercialización para incrementar las ventas con estrategias precisas en el cual se genere una buena rentabilidad dentro del Centro de Acopio y de esta manera obtener como resultado una visión más amplia de la gestión que se ha venido desarrollando dentro del mismo.

El trabajo es de gran importancia para el Centro de Acopio en relación a su comercialización ya que permite dar soluciones mediante la investigación que se desarrolla y la implementación de un Plan de Gestión Administrativa que contribuirá a resolver cada uno de los problemas descritos y formulados con la finalidad de mejorar los procesos de control, dirección, planeación y organización, que permitan optimizar el desarrollo de la comercialización del cacao; del mismo modo, se busca alternativas viables para establecer un adecuado mercado y así aprovechar las oportunidades que este ofrece.

Por lo tanto, mediante este trabajo, se logrará de cierta manera cubrir la demanda existente aplicando una buena Administración de ventas para así mantener activadas las áreas comercial y financiera dentro del Centro de Acopio, manteniendo una fidelización dentro del mismo lo que permitirá cumplir con cada uno de los objetivos planteados.

El presente trabajo es pertinente porque tenemos el conocimiento adquirido durante todo nuestro periodo académico lo cual ayuda a realizar su fundamentación de una mejor manera, teniendo en cuenta cada uno de los aspectos que el Centro de Acopio tiene con relación a su comercialización y a su vez como esta su Gestión Administrativa, de esta forma poder tratar de buscar soluciones que ayuden a cumplir con cada uno de los objetivos con los que cuenta.

Este trabajo nos permite realizar la investigación con mayor factibilidad ya que contamos con la colaboración de la dueña del Centro de Acopio ante cualquier información que solicitemos, por lo cual, los resultados de la investigación ofrecen alternativas de gran disponibilidad para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.

A su vez, para beneficiar el desarrollo de los procesos de la Gestión Administrativa y su comercialización en el Centro de Acopio, se realizará la implementación de adecuadas y eficaces herramientas que direccionarán el desarrollo de nuevas y

mejores acciones estratégicas, incidiendo positivamente en las actividades del Centro de Acopio de cacao Miryan.

Los beneficiarios de nuestro trabajo de investigación serán los propietarios, clientes y proveedores que tiene el Centro de Acopio Miryan, ya que de esta manera los procesos desde su compra como el secado y el clasificado del cacao, van a ser realizado de una mejor manera y su comercialización será más factible.

Con lo mencionado aspiramos de este modo, conseguir una adecuada Gestión Administrativa que permitirá al Centro de Acopio Miryan ser reconocida como uno de los mejores centros del mejor cacao en el cantón Montalvo, Provincia de los Ríos.

Por lo tanto, desde esta perspectiva, la investigación se justifica ya que en la actualidad las Organizaciones Productoras de Cacao en Ecuador se enfocan en diferenciarse y generar competitividad para poder satisfacer las demandas de los consumidores y generar una comercialización en mercados cada vez más complejos y globalizados.

### **1.5 Objetivos: General y Específicos**

#### **General**

Diseñar un Plan de Gestión Administrativa para el mejoramiento del proceso de comercialización de cacao en el Centro de Acopio Miryan.

#### **Específicos**

- Diagnosticar la situación actual del Centro de Acopio para una efectiva toma de decisiones.
- Determinar la estructura administrativa y los procesos de comercialización en el Centro de Acopio Miryan.
- Establecer estrategias de gestión y comercialización para el fortalecimiento de las ventas de cacao en el Centro de Acopio Miryan.

### **1.6 Variables**

**Variable Independiente:** La Gestión Administrativa

**Variable Dependiente:** Comercialización.

**Tabla 1 Variables (Operacionalización)**

| <b>Variable</b>                  | <b>Definición Conceptual</b>  | <b>Definición Operativa</b>   | <b>Dimensiones</b>       | <b>Subdimensiones</b> | <b>Indicadores</b>    | <b>Técnicas</b> | <b>Instrumentos</b> |
|----------------------------------|---|---|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|---------------------|
| <b>La Gestión Administrativa</b> | La Gestión Administrativa comprende el desarrollo del proceso administrativo, a partir de las funciones | Mediante una buena Gestión Administrativa permitirá desarrollar cada una de sus | Procesos Administrativos | Planificación         | Tareas Asignadas      | Encuesta        | Guía de encuesta    |
|                                  |   |   |                          |                       | Cliente               | Encuesta        | Guía de encuesta    |
|                                  |   |   |                          | Organización          | Experiencias          | Encuesta        | Guía de encuesta    |
|                                  |   |   |                          |                       | Preparación Académica | Encuesta        | Guía de encuesta    |

|  |  |  |  |                            |                            |                 |                         |
|--|--|--|--|----------------------------|----------------------------|-----------------|-------------------------|
|  | <p>esenciales comprendidas; en la planificación y organización de la estructura organizativa, así como la determinación de los cargos que integran la empresa, además la dirección y</p> | <p>actividades contado con todos los procesos (Edison Vinicio Calderon Moran (2017))</p> |  | <p>Dirección y Control</p> | <p>Competencias</p>        | <p>Encuesta</p> | <p>Guía de encuesta</p> |
|  |  |  |  |                            | <p>Talento Profesional</p> | <p>Encuesta</p> | <p>Encuesta</p>         |

|                              |   |  |                           |                  |          |              |              |
|------------------------------|---|--|---------------------------|------------------|----------|--------------|--------------|
|                              | control de cada actividad.<br><br>(Amador (2003))   |  |                           |                  |          |              |              |
|                              | La comercialización se define como la serie de actividades involucradas en el proceso de hacer que un producto esté disponible para | La comercialización se encarga de dar cumplimiento en relación de toda la materia prima que se va a distribuir a los clientes. | Cumplimiento a sus ventas | Comercialización | Ventas   | Encuesta     | Cuestionario |
| Publicidad                   |   |  |                           |                  | Encuesta | Cuestionario |              |
| Satisfacción de los clientes |   |  |                           | Nuevos Productos | Encuesta | Cuestionario |              |
|                              |   |  |                           | Promociones      | Encuesta | Cuestionario |              |
|                              |   |  |                           | Precio           | Encuesta | Cuestionario |              |

|  |   |  |  |                             |  |  |  |
|--|---|--|--|-----------------------------|--|--|--|
| <p><b>La Comercialización</b></p> <p>.</p> | <p>el consumo, como la compra, venta y distribución.</p> <p>(Kotler &amp; Armstrong (2012))</p> |  |  | <p>Calidad del producto</p> |  |  |  |
|--|---|--|--|-----------------------------|--|--|--|

**Elaborado por: Alexis Pino**

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

**Tema:** Plan De Comercialización Para El Centro De Acopio De La “Corprocaf” De Mata De Cacao. **Autor:** Evelyn Yusetty C7arriel Yépez (2016)

#### **PROBLEMA**

Menciona que dentro de la investigación se cita a Clark, el cual indica que un plan estratégico de comercialización es una herramienta clave para las empresas de cualquier índole, sea este un producto o servicio. Sin embargo, las empresas que no aplican plan de comercialización tienden a ser organizaciones reactivas ajustando sus esfuerzos de comercialización prácticamente al ambiente que las rodea. (Yépez, 2016)

Con un plan estratégico de comercialización, es posible mirar hacia adelante y desarrollar un plan preventivo para el producto o servicio. El proceso involucrado en el plan estratégico de comercialización puede dividirse en tres fases: planeamiento, implementación y post comercialización. (Yépez, 2016)

#### **OBJETIVOS:**

- Fundamentar científicamente todo lo referente a plan de comercialización y mejora de la rentabilidad mediante autores nacionales e internacionales.
- Diagnosticar la situación actual del Centro de Acopio “CORPROCAF”
- Elaborar un plan de comercialización que dé solución a las necesidades del Centro de Acopio “CORPROCAF”.
- Validar la propuesta mediante el criterio de expertos. (Yépez, 2016)

#### **CONCLUSIONES:**

Con esta investigación se ha comprobado que la rentabilidad del Centro de Acopio de CORPROCAF ha sido baja y decreciente en los últimos años debido a una falta de gestión y estrategias, lo cual impidió el crecimiento de las ventas.

Utilizando el plan de marketing propuesto, será posible aumentar las ventas de cacao y mejorar su posición en el mercado del cacao. Se espera que la encuesta realizada sea un punto de partida para la implementación de medidas de mejora a todos los niveles administrativos en los centros de acopio de CORPROCAF.

El programa es una herramienta de trabajo para los centros de acopio de la región avanza rápido 8 años, no un documento final, sino un documento perceptible mejorado debido a los constantes cambios en las instituciones. (Yépez, 2016)

**Tema:** Niveles De Rentabilidad En Los Procesos De Comercialización Y Exportación De Cacao En La Empresa Boncao S.A. **Autor:** Gabriela Fernanda Arroyo Zambrano, (2011)

### **PROBLEMA**

Que la empresa Boncao es una empresa joven en el mercado sus ventas son bajas a nivel nacional, a nivel internacional solo ha logrado alcanzar dos mercados, esto se ve reflejado en problemas de rentabilidad financiera; el mayor problema se refleja al momento de las exportaciones de cacao, ya que el pago de dichas exportaciones tarda en llegar y por ende la empresa se queda sin capital para seguir comprando materia prima y vendiendo localmente, la empresa se paraliza los días que tarda en retornar el dinero del exterior. (Zambrano, 2021)

Por ser una empresa joven, no es muy conocida en el mercado tiene pocos proveedores, esto es otro de los mayores problemas que presenta la empresa, ya que al momento de completar los lotes de exportación no se cumple en el plazo establecido por lo que hay que pedir más plazo y esto genera una multa por incumplimiento.

Otro de los grandes problemas existentes está dentro del capital humano ya que no trabajan siguiendo los lineamientos de la empresa y eso genera pérdida tanto monetaria como en tiempo y el proceso de comercialización se debe rediseñar ya que cuenta con un proceso deficiente, el proceso de comercialización inicia con la compra de materia prima que llega a la planta, luego se pesa, califica, e ingresa a las secadoras para llevarlo al 7% de humedad, de acuerdo a las exigencias del mercado, se almacena en los silos hasta que se vuelve a pesar y ensacar para la exportación. (Zambrano, 2021).

### **OBJETIVOS:**

- Determinar la estructura administrativa y los procesos de comercialización de la empresa Boncao S.A. en el cantón Quevedo año 2020.
- Analizar la rentabilidad de la empresa Boncao S.A. en el cantón Quevedo año 2020.

## CONCLUSIONES:

- Que se debe identificar un nuevo proceso de comercialización que le permita a la empresa incrementar las compras y ventas nacionales e internacionales, la cual es algo baja debido al desconocimiento de los agricultores sobre la empresa, enfatizando que la empresa tiene poco tiempo en el mercado. tiempo y aún no está incrustado en la mente de los clientes. (Zambrano, 2021)
- Es necesaria la implementación de un plan de marketing lo cual podrá, ayudar a la empresa a alcanzar satisfactoriamente los objetivos marcados optimizando los recursos disponibles, ayudará a mejorar el posicionamiento de la empresa y a comprender mejor el entorno en el que se desenvuelve, lo cual será muy útil para los gerentes.
- Uno de los temas clave que se pueden identificar es la rentabilidad, la empresa no tiene flujo de caja porque la empresa después de cada exportación no tiene fondos insuficientes para continuar operaciones, según el análisis, es decir las empresas deben vender, no exportar, porque si vendes puedes vender según la cantidad de stock sin esperar paga una cierta cantidad predeterminada y el dinero te será devuelto inmediatamente las desviaciones de exportación surten efecto dentro de los 8 días hábiles. (Zambrano, 2021)

**Tema:** Modelo De Gestión Administrativa Para Establecer Procesos De Industrialización Del Cacao En Montalvo. **Autor:** Carlos Javier Pérez Iglesias **Año** (2020)

### **PROBLEMA**

Que en Montalvo, existen varios agricultores que se dedican a la actividad productiva y comercial del cacao fino de aroma, el mismo que es comercializado a empresas del medio dedicadas a la exportación del producto (materia prima) al mercado internacional, donde existe una alta demanda; sin embargo, se ha determinado que no se está aprovechando las oportunidades que brinda el mercado exterior, como la exportación de productos semielaborados y elaborados a base de cacao como el licor, pasta de chocolate, entre otros, que son muy cotizados y presentan una gran demanda, desaprovechando de esta forma el espacio ganado en el mercado nacional e internacional. (Pérez, Carlos , 2020)

Analizando la situación actual del mercado, es evidente que hay demanda, pero también hay desconocimiento por parte de los agricultores y empresarios en lo concerniente al manejo de procesos administrativos y operativos, por tal motivo, no se implementan modelos de gestión apropiados para establecer eficientes procesos de industrialización. (Pérez, Carlos , 2020)

### **OBJETIVOS:**

- Realizar un análisis de la situación interna y externa del proceso y comercialización del cacao en la Agroindustria Bósquez del cantón Montalvo.
- Identificar los recursos administrativos, operativos y técnicos que la Agroindustria Bósquez utiliza en los procesos de producción y comercialización del cacao.
- Analizar la situación económica-financiera que presenta Agroindustria Bósquez del cantón Montalvo. (Pérez, Carlos , 2020)

## **CONCLUSIONES:**

- La empresa Agroindustria Bósquez necesitaba un modelo de gestión administrativa eficaz con las herramientas adecuadas para crear un proceso de industrialización del cacao eficaz, ya que tiene como objetivo fortalecer el desarrollo de los procesos administrativos e impulsar el desarrollo funcional del personal en todas las áreas de la empresa. (Pérez, Carlos , 2020)
- De acuerdo a un análisis de la situación interna y externa del procesamiento y comercialización de cacao de la empresa Agroindustria Bósquez determinó que actualmente existe un incremento en la producción y exportación de cacao aromático de alta calidad y, por ende, ingresos significativos, lo que dificulta el proceso de industrialización del cacao. materias primas técnicamente posibles. (Pérez, Carlos , 2020)
- Actualmente Agroindustria Bósquez, presenta altos ingresos por las ventas de cacao a las grandes exportadoras, por lo tanto, es viable la creación de una planta procesadora para la elaboración de pasta de chocolate, esto considerando el grado de aceptación y participación que ha logrado en el mercado a diferencia de otras empresas productoras y comercializadoras del medio. (Pérez, Carlos , 2020)

**Tema:** Fortalecimiento En La Gestión Administrativa De Compra Y Venta De Cacao De La Asociación Eco-Cacao En Parroquia Tonchigue Cantón Atacames De La Provincia De Esmeraldas. **Autor:** Mirna Guadalupe Vera Bermúdez, (2015)

### **PROBLEMA**

En lo cual menciona que la falta de eficiencia crea debilidad frente a la competencia, aunque en teoría Eco-cacao no debería tenerlos ya que de acuerdo con los estatutos establecidos dentro de la organización solo le pueden comprar cacao a los socios que tienen registrados en su nómina, que son aquellos que tienen la certificación de producción orgánica, pero en la práctica no todos los socios venden el cacao a la asociación, creando de este modo una competencia con los comerciantes convencionales que compran el cacao de cualquier calidad y que no tienen estándares de calidad, problema que enfrenta la asociación al no contar con el compromiso de los socios. (Bermúdez, 2015)

El desconocimiento de las normas, políticas, misión, visión y objetivos por parte los miembros de la organización no garantizan el compromiso para el desarrollo de la misma. Eco-cacao es una organización que se encuentra en un entorno competitivo, donde todas las empresas deben de adoptar nuevas técnicas y herramientas Administrativas que permitan hacer el uso eficiente de los recursos para alcanzar el éxito empresarial. (Bermúdez, 2015)

### **OBJETIVOS:**

- Diagnosticar la situacional actual de la Asociación Eco-cacao, mediante un análisis FODA, que permita conocer el funcionamiento de la organización.
- Determinar los procesos de compra y venta de cacao que permitan elaborar un manual de procesos que permita la ejecución correcta de los procesos de compra y venta.
- Diseñar un manual de funciones mediante el análisis de las tareas desempeñadas por los colaboradores en el área de compra y venta de cacao que mejore el desempeño en estas áreas. (Bermúdez, 2015).

## CONCLUSIONES

- Con la metodología de investigación aplicada y los instrumentos de recopilación de información, se pudo concluir que la asociación de productores de cacao, a pesar del esfuerzo de sus representantes y el afán de destacarse, porque no cuenta con una gestión eficaz que le permita reducir sus debilidades para optimizar mejor sus fortalezas, el recurso más importante la organización ha resultado en la subutilización de las oportunidades del mercado y es vulnerable a las amenazas de los mercados que requieren competencia. (Bermúdez, 2015)
- Al no contar con una adecuada estructura organizacional y planeación estratégica que contribuya en el desarrollo sustentable de la organización, evitando así la improvisación en la toma de decisiones, como se hace actualmente, en base a experiencias que distan mucho de lograr los objetivos de la organización. (Bermúdez, 2015)
- La asociación no cuenta con un manual de procesos, por lo que el análisis comprar y vender cacao te permite determinar el proceso elaboración de manuales artesanales, que son las herramientas y pautas necesarias completa cada paso correctamente colegas de la asociación. (Bermúdez, 2015)

**Tema:** Modelo De Gestión Administrativa Y Su Incidencia En El Desarrollo Organizacional En La Asociación De Productores Y Comercializadores De Cacao “4 De noviembre”. **Autor:** Michelle Estefanía Miranda Jara, **Año** (2015)

### **PROBLEMA**

Que Actualmente, en el Ecuador se ha priorizado en potenciar organizaciones que realicen actividades económicas productivas con el objetivo de producir, comercializar y consumir bienes y servicios. Es por eso que el actual gobierno ha creado la **SUPERINTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA (SEPS)**, institución que desde el 5 de junio de 2012 gestiona y regula el desarrollo, estabilidad, solidez y correcto funcionamiento del sector económico popular y solidario. En el Ecuador existen 3.737(100%) Asociaciones, 75 (2%) de ellas se dedican al Consumo, 3.184(85%) a la Producción y 478(13%) Asociaciones a brindar Servicios. (Jara, 2015)

### **OBJETIVOS**

- Analizar la gestión administrativa actual en la Asociación “4 de noviembre”
- Evaluar el desarrollo organizacional en la Asociación “4 de noviembre”.
- Diseñar un modelo de gestión administrativa para el desarrollo organizacional Asociación “4 de noviembre”. (Jara, 2015)

### **CONCLUSIONES**

- Gracias a la investigación realizada en la ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE CACAO “4 DE NOVIEMBRE” se puede determinar que no cuenta con una filosofía corporativa que defina la base de la organización como una misión, visión, que representan el por qué y para qué existe, así también tener planteado valores y principios que ayuden al desarrollo de actividades basados en el buen vivir. Por lo tanto, se ve la necesidad de crear un DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL basado en una Filosofía Corporativa y una clara Estructura Orgánica, para identificar la base y lineamientos de la asociación con la que fue creada. (Jara, 2015)
- También se puede establecer que la administración dentro de la asociación “4 de noviembre” no se ha realizado correctamente, debido a que aún no

cuentan con un local propio para el Centro de Acopio, así como tampoco cuentan con activos fijos tales como computadora. equipo que normalmente no permite realizar sus operaciones, todos estos son el resultado de una mala gestión o falta de interés por parte de los gerentes, posiblemente debido a la falta de conocimiento de los conceptos de gestión. (Jara, 2015)

- Es necesario desarrollar un modelo Administración basada en proyectos necesidades de la sociedad y contribuir a su mejora implementación de operaciones de producción y métodos administrativos. dado en el entrenamiento. (Jara, 2015)

## 2.2 Científico

### Modelo de la Gestión Administrativa

Según el autor Fayol, necesariamente deben de existir dentro de una organización o empresa ciertos pasos para desarrollar cualquier tipo de trabajo, entre las cuales se puede indicar las siguientes:

- **Planificación:** Visualizar el futuro
- **Organización:** Establecer su estructura
- **Dirección:** Hacer cumplir los planes establecidos
- **Control:** Constatar los resultados

Algunos exponentes de la calidad como Edwards Deming indican que la calidad y el y servicios que satisfagan a los clientes. Implica un compromiso con la innovación y mejora continuas.

Para Crosby (1999) la calidad se explica desde una perspectiva ingenieril como el cumplimiento de normas y requerimientos precisos ya que su lema es: hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos.

En la administración debe suceder de la misma manera, no deben existir defectos que no puedan ser corregidos a tiempo para poder brindar una mejor calidad en los procesos administrativos que cada una de las empresas implementen.

El proceso del desarrollo de las organizaciones, diseñado por los cambios a través de su entorno, ha evolucionado necesariamente a lo largo de los años desde la Revolución Industrial. Dichos cambios han repercutido de una manera evidente en la manera de administrar las organizaciones.

Un Modelo es una representación detallada de una realidad concreta, por lo que es una simplificación, y también puede ser un "ideal" que sirva para investigaciones o experimentos y se convierta en algo útil para resolver necesidades. También se entiende como una descripción simplificada de la realidad que nos permite comprenderla, analizarla y modificarla. (Morán, 2019)

“Un Modelo de Gestión es el conjunto de acciones direccionadas a la integración de la organización por medio de la realización de diferentes procesos dentro de reglamentos, políticas y procedimientos instituidos con el fin de cumplir los objetivos planteados”. (Morán, 2019)

Para llevar un Modelo de Gestión es indispensable determinar las funciones específicas que deben cumplir cada trabajador de una empresa. La importancia de un modelo de gestión reside en que con su aplicación permite mejorar la productividad y establecer procedimientos de seguimiento y control de los procesos internos de una organización. (Morán, 2019)

### **Importancia de la Gestión Administrativa**

La Gestión Administración es considerada una de las actividades más importantes, en la organización se requiere un esfuerzo organizativo, de un grupo social es la forma en que busca alcanzar metas y objetivos trazados, utilizando al personal y herramientas para realizar tareas básicas estos incluyen el desarrollo de procesos clave como la planificación, organización, el mando y el control dentro de la organización. (Piedra, 2019)

“La Gestión Administrativa implica el desarrollo del proceso Administrativo, desde las funciones esenciales que involucra: planificar y organizar la estructura organizacional, así como definir cargos que conforman la empresa, además la dirección y control de cada actividad”. (Piedra, 2019)

Para (Koontz, 2011) la Gestión Administrativa resulta importante debido a que: 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”. (Koontz, 2011)

“Para (Ezequiel, 2007) establece que los modelos de Gestión Administrativa tienen la función. de: permitir la optimización en la ejecución de los procesos, con el fin de incrementar la cantidad y eficacia en la gestión de los servicios”.

“La incorporación de un modelo de gestión al procedimiento administrativo permite una reducción en el tiempo empleado en los trámites y consultas, así como, una mayor calidad en el servicio prestado, que es recibido por el usuario”. (Ezequiel, 2007)

### **Etapas de un Modelo de Gestión Administrativa.**

“El Modelo de Gestión Administrativa, involucra diversas etapas a desarrollar en la secuencia descrita a continuación”:

“**Análisis de la estructura funcional:** Describir las funciones y objetivos de cada unidad administrativa y de servicio, así como sus interrelaciones y flujos de información”. (Ezequiel, 2007)

“**Análisis de las relaciones con terceros:** Identificar y describir las entidades que interactúan con el Servicio y la finalidad de dichas interacciones”. (Ezequiel, 2007)

**Identificación de los procesos de la institución:** crear esquemas funcionales y brindar servicios. La primera fase requiere una estrecha cooperación entre las personas involucradas en el proceso y permite una fase en la que se identifican las lagunas y el uso excesivo de recursos. Una de las claves del éxito del modelo de dirección ejecutiva es el análisis de la organización y sus procesos. (Ezequiel, 2007)

### **Modelo de la Gestión Administrativa**

Modelos Administrativos propuestos por Quinn Robert.

“El Modelo que se utilizará como propuesta en este trabajo de investigación es el Modelo del Objetivo Racional, en lo cual nos menciona”: (Quinn, Robert E., 1994)

El Modelo de objetivo racional: fue propuesto por (Quinn, Robert E., 1994) y expresa los pasos que debe dar una organización para tomar las decisiones correctas. Para hacer esto, un gerente debe considerar todos los factores relevantes para tomar la decisión correcta y analizar cada uno de ellos para determinar qué es beneficioso para la organización en términos de consecuencias futuras.

Para (Carrión, 2009) define que el modelo racional: implica que los decidores conocen todas las alternativas posibles, que entienden las consecuencias que se derivan de cada una de ellas, que cuentan con un conjunto estable y organizado de preferencias (respecto a las consecuencias), y que disponen de un sistema de información que les permite comparar las consecuencias de cada opción y determinar la más exitosa.

(Quinn, Robert E., 1994) Dentro del Modelo que vamos a proponer consta de 7 pasos fundamentales:

**Diagnosticar El Problema:**

En este paso está claro que si no sabemos a qué problema nos enfrentamos, entonces es imposible en poder plantear alternativas que nos puedan llevar a solucionarlo, por lo que el primer paso antes de tomar una decisión es formular, describir y conocer el problema. cómo nos afecta y qué variables contiene. (Jorge Estaba, 2017)

**Establecer Metas:**

Por lo tanto, los objetivos específicos nos llevan a cumplir un objetivo general, y las decisiones están determinadas en gran medida por los objetivos individuales que queremos lograr, para lograr el objetivo final, o en este caso, para resolver el problema general, consideramos procesos de toma de decisiones. (Jorge Estaba, 2017)

**Plantear Soluciones Alternativas:**

Las soluciones alternativas siempre son una buena opción para evaluar las soluciones a los problemas porque lo cual este paso nos brinda múltiples opciones para resolver las distintas dificultades que tenga, por lo que es mejor usar todas las soluciones posibles para poder resolver. (Jorge Estaba, 2017)

**Comparación Y Evaluación De Alternativas:**

Este paso depende en gran medida del paso anterior, aquí se debe comparar y evaluar todas las opciones descritas anteriormente para decidir cuál es la mejor para su situación. En esta evaluación, puede buscar el apoyo de un agente profesional o especialista en todas las áreas, (Jorge Estaba, 2017) “por lo cual ellos ayudaran a elegir y descartar opciones con mayor objetividad y conocimiento”.

**Seleccionar Una Alternativa:**

En este paso es hora de tomar una decisión, por lo que al momento de evaluar la más conveniente, deberás elegir la opción que obtuvo mejores resultados en las pruebas del paso anterior. La elección de alternativas (Jorge Estaba, 2017) “puede determinarse mediante cálculos estadísticos, análisis de posibilidades, matrices de comparación, entre otros”.

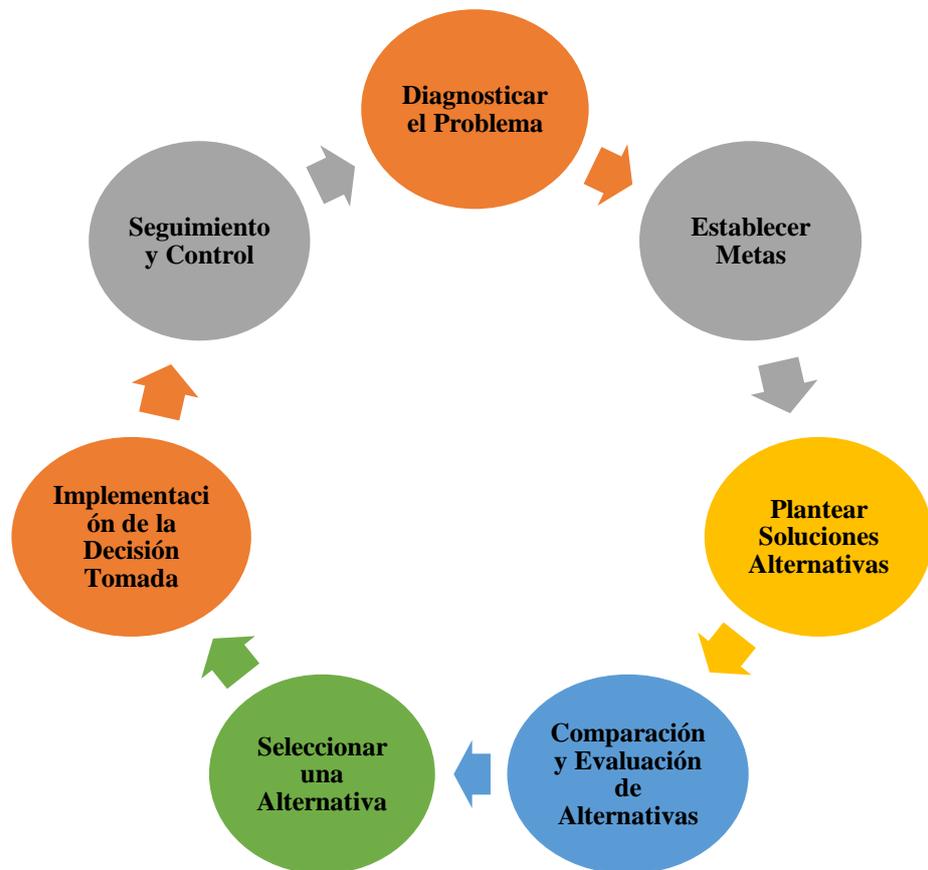
### **Implementación De La Decisión Tomada:**

En este paso una vez que hemos decidido qué hacer, es hora de ponerlo en práctica, de lo contrario todos los pasos anteriores perderán (Jorge Estaba, 2017) “su eficacia, por lo que debemos comenzar a trabajar en ello para aclarar lo que se ha decidido y que nos sea más fácil de implementarlo”.

### **Seguimiento Y Control:**

En ocasiones la decisión elegida no es la más conveniente, aunque en un principio lo parezca, por lo que es necesario evaluar periódicamente los (Jorge Estaba, 2017) “resultados obtenidos en la ejecución de las decisiones, realizar los ajustes oportunos para mejorar el proceso o comprender su situación”.

### **Modelos Administrativos propuestos por Quinn Robert.**



**Fuente: (Quinn, Robert E., 1994)**

## 2.3 Conceptual

### Administración

“La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz”. (Thompson, 2008).

Esta definición se subdivide en cinco partes fundamentales que se explican a continuación:

Proceso de planear, organizar, dirigir y controlar: (Egg; Ezequiel Ander Egg 2010).

Es decir, realizar un conjunto de actividades o funciones de forma secuencial, que incluye:

- **Planificación:** Consiste básicamente en elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros. En pocas palabras, es decidir con anticipación lo que se quiere lograr en el futuro y el cómo se lo va a lograr.
- **Organización:** Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.
- **Dirección:** Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo tanto, tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración.
- **Control:** Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a la corrección de éstas.

### **Administración De Recursos Humanos**

Incluye actividades como el reclutamiento, las entrevistas, la prueba, la selección, la orientación, la capacitación, el desarrollo, el cuidado, la evaluación, las recompensas, la disciplina, la promoción, la transferencia, separación y liquidación de empleados, así como administración de las relaciones sindicales. (David, 2013).

### **Administración Del Personal**

Desempeñan un papel importante en los esfuerzos de implementación de estrategias, por lo cual los gerentes de recursos humanos están aumentando su participación en el proceso de administración estratégica. Asimismo, es importante identificar las fortalezas y debilidades en esta área. (David, 2013).

### **Competitividad**

La competitividad empresarial en pocas palabras, podríamos decir que ser competitivo es la capacidad que tiene nuestra empresa de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costes, calidad, de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer nuestro negocio más rentable. (Camara de Comercio España, 2011)

### **Consumidor**

El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad. En otras palabras, el consumidor busca obtener una determinada satisfacción por medio de transacciones. (Sánchez G. J., 2016)

### **Cliente**

Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. La palabra cliente también puede ser utilizada como sinónimo de comprador. El cliente puede comprar un producto y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para que lo disfrute otra persona. (Quiroa, 2019)

### **Estrategia De Precios**

Las estrategias de precio son clásicas, pero no por ello pierden efectividad. Ya sea el precio más competitivo, el mejor coste-beneficio, la entrega de más productos por el menor precio, ofertas, promociones, etcétera, todas serán estrategias que ayudarán a un negocio. (Del Carmen Mader & De la parra, 2003)

## **Habilidades**

Las habilidades laborales, también llamadas competencias laborales, hacen referencia a un conjunto de aptitudes necesarias para un trabajo específico o exigidas en un mercado laboral. Algunas de ellas son: Capacidad de trabajar en equipo, Liderazgo, Proactividad, Capacidad de manejar conflictos. (Williams, 2015)

## **Negociadores**

“Conjunto de estrategias que aplica su compañía debería combinarse en forma congruente para que dé a la organización la oportunidad de tener una ventaja competitiva y lograr una rentabilidad y crecimiento superiores de las ganancias”. (Hernández, 2014)

Tener las habilidades de un negociador efectivo es uno de los requisitos indispensables para llevar al éxito a tu negocio.

Así como no todas las personalidades son iguales, tampoco lo es la manera en que se aborda un proceso de negociación, pero no hay duda de que se pueden utilizar las herramientas y técnicas adecuadas para lograr el resultado buscado.

El tipo de negociador de cada una de las partes marca la pauta del diálogo y, por tanto, es importante que conozcas cuál es tu tipo para que saques el mejor provecho de tu estilo de negociar y para que sepas con quién te estás enfrentando en la mesa.

## **Objetivos**

Los objetivos se refieren a los propósitos por los cuales se realiza la investigación, por lo cual nos permiten dejar en claro cuáles van a ser los alcances de nuestra investigación, los objetivos de investigación son metas que se traza el investigador en relación con los aspectos que desea indagar y conocer. Estos expresan un resultado o producto de labor investigativa. (Arias, 1998)

## **Bien**

Un bien es todo aquello que cubre una necesidad, y que aumenta el bienestar, satisfaciendo y cubriendo esa necesidad. Los bienes se pueden clasificar como bienes libres o bienes económicos y, a su vez, se pueden clasificar como bienes de consumo, bienes intermedios, bienes de capital, públicos, privados. (Sánchez A. P., 2016)

## **Precio**

Según (Armstrong, 2003) definen que el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio o la suma de todos los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de tener el producto o el servicio o de utilizarlos.

## **Productividad**

La productividad se encarga de medir y calcular el total de bienes y servicios que (Jones, 2013) “han sido producidos por cada factor utilizado (tierra, trabajo, capital, tiempo, etc.) durante un periodo determinado”.

## **2.4 Legal**

### **Ley De Compañía**

#### **SECCION VI**

##### **De La Compañía Anónima**

**Art. 146.-** La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo.

**Art. 147.-** Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital, el cual deberá ser pagado en una cuarta parte, por lo menos, una vez inscrita la compañía en el Registro Mercantil.

**Art. 151.-** Otorgada la escritura de constitución de la Compañía, ésta se presentará en tres copias notariales, al Registrador Mercantil del cantón, junto con la correspondiente designación de los administradores que tengan la representación legal de la compañía, y los nombramientos respectivos para su inscripción y registro. El Registrador Mercantil se encargará de certificar la inscripción de la compañía y de los nombramientos de los administradores, y remitirá diariamente la información registrada al Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías y Valores, la que consolidará y sistematizará diariamente esta información.

**Art. 160.-** La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir

acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías y Valores.

**Art. 164.-** La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado.

La emisión que viole esta norma será nula.

La empresa debe realizar las obligaciones tributarias:

Declaración Mensual del IVA

Anexo Accionistas, Participes,

Socios, Miembros del directorio y Administradores.

Anexo Relación de Dependencia

Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades

Declaración de Retenciones en la Fuente

Servicio de Rentas Internas (SRI) (Congreso Nacional Comisión De  
Legislación Y Codificación, 2017)

#### **DE LA ADMINISTRACION Y DE LOS AGENTES DE LA COMPAÑIA**

**Art. 254.-** Los administradores, miembros de los organismos administrativos y agentes, sólo podrán nombrados temporal y revocablemente.

**Art. 255.-** Los administradores tendrán la responsabilidad derivada de las obligaciones que la ley y el contrato social les impongan como tales y las contempladas en la ley para los mandatarios; igualmente, la tendrán por la contravención a los acuerdos legítimos de las juntas generales. Es nula toda estipulación que tienda a absolver a los administradores de sus responsabilidades o a limitarlas. Los administradores no contraen por razón de su administración ninguna obligación personal por los negocios de la compañía.

**Art. 258.-** No pueden ser administradores de la compañía sus banqueros, arrendatarios, constructores o suministradores de materiales por cuenta de la misma. Para desempeñar el cargo de administrador se precisa tener la capacidad necesaria para el ejercicio del comercio y no estar comprendido en las prohibiciones e incompatibilidades que el Código de Comercio establece para ello.

**Art. 261.-** Los administradores no podrán hacer por cuenta de la compañía operaciones ajenas a su objeto. Hacerlo significa violación de las obligaciones de

administración y del mandato que tuvieren. Les es prohibido también negociar o contratar por cuenta propia, directa o indirectamente, con la compañía que administren.

**Art. 271.-** Cuando la administración de la compañía se confíe conjuntamente a varias personas, éstas constituirán el consejo de administración. En tal caso las disposiciones pertinentes a derechos, obligaciones y responsabilidades de los administradores son aplicables a las personas integrantes de los consejos de administración, de vigilancia o directorios.

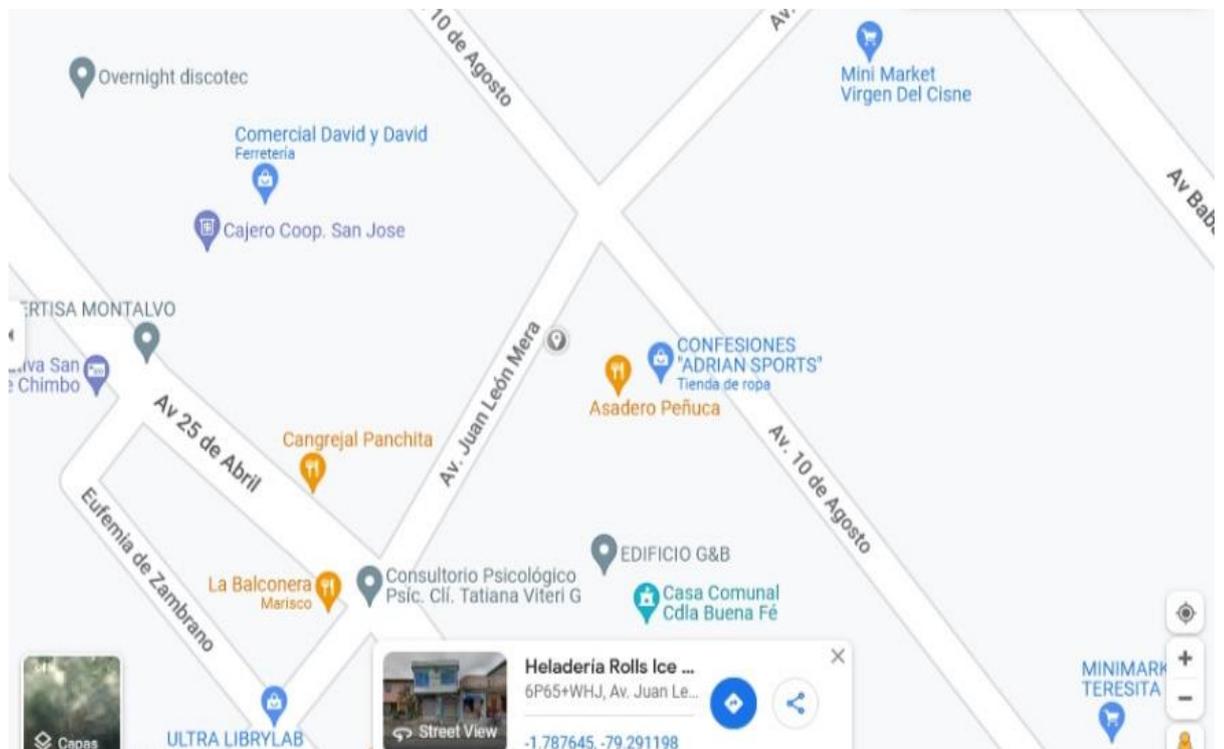
**Art. 272.-** La acción de responsabilidad contra los administradores miembros de los consejos de administración, vigilancia o directorios, será entablada por la compañía, previo acuerdo de la junta general, el mismo que puede ser adoptado, aunque no figure en el orden del día. La junta general designará a la persona que haya de ejercer la acción correspondiente. (Congreso Nacional Comisión De Legislación Y Codificación, 2017)

## 2.5 Georeferencial

### Mapa georeferencial del Centro de Acopio Miryan Cantón Montalvo,

### Provincia de Los Ríos

Figura 1.- Georeferencial



**Fuente:** Google maps.

**Provincia:** Los Ríos

**Cantón:** Montalvo

**Dirección:** Calle Eufemia de Zambrano.

**Calle principal:** Avenida 25 de abril

**Carretera:** Vía Montalvo Babahoyo

**Referencia:** Diagonal a la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José

## CAPITULO III.

### METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo de Investigación

##### **Investigación descriptiva**

Según (Morales, 2018) la investigación descriptiva se refiere al diseño de investigación, la formulación de preguntas y el análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema de investigación. Su finalidad no se limita a la recopilación de datos sino a predecir e identificar la relación que existe entre dos o más variables, a más de ello vamos a poder interpretar y describir todos los hechos que se acontecen dentro de la investigación para así poder fundamentar la misma ya que repercute de una manera útil en donde obtendremos información de confianza que nos permite determinar oportunidades como a su vez podemos reforzarlas de tal manera que aportará positivamente el empleo de este método.

##### **Investigación exploratoria**

“Para (Jose, 2018) “Este tipo de investigación es considerado como el primer método científico para poder resolver problemas”.

Dentro del proyecto se implementó la investigación exploratoria ya que ayuda a investigar el problema que se genera dentro del Centro de Acopio, y a su vez brinda cada uno de los resultados de una manera muy favorable.

También hay que considerar que esta investigación es muy indispensable ya que ayuda a determinar la calidad del estudio que se emplea en el Centro de Acopio y por ende es muy vital que de esta manera se logre ser más creativo para así obtener la mayor cantidad de información acerca del presente tema.

**Investigación Bibliográfica** Al indagar dentro de un centro documental obtuve información y métodos referentes al tema, los mismos que son aplicados para fundamentar la presente investigación.

“Para el autor, (Ocampo, Danelly Salas, 2019) nos menciona que: al realizar una investigación bibliográfica se entiende como el proceso por el cual recopilamos conceptos para así obtener conocimiento establecido”.

A más de ello empleando esta investigación podemos descubrir nuevos hechos dentro del Centro de Acopio, y a su vez poder interpretarlos para el cual es imprescindible ser cuidadoso al momento de empezar a redactarlos, ya que su actividad influye mucho dentro del proyecto de tal manera que solo así podemos obtener información clara, precisa, real y sobretodo oportuno en donde permita poder fundamentar una investigación específica.

### **Investigación de Campo**

“Según (Sampieri, 2014) la investigación de campo se basa en la observación y en el estudio sistemático del comportamiento que tiene un hecho con el objetivo de obtener datos”.

Se emplea el lugar de los hechos para determinar el nivel de actuación del Centro de Acopio Miryan de esta manera poder establecer el grado de incidencia dentro del desempeño laboral.

Por otro lado, también ayuda a obtener datos primarios que pueden servir para poder determinar si existen posibles fenómenos dentro del Centro de Acopio, o a su vez poder conocer su entorno natural de tal manera que así podemos recopilar más información en donde encamine a conocer, comprender y observar las diferentes interacciones que se puedan presentar.

### **Investigación Histórica**

Para (Grajales, 2002) la investigación histórica se expresa como el esfuerzo que se realiza con el propósito de establecer sucesos, ocurrencias o eventos en un ámbito que interesa al historiador; se entiende por el modo de cómo se enfocan los problemas y se buscan las respuestas.

Además, esta investigación permite poder reconstruir el pasado que se conoce de una manera objetiva, considerando los diferentes tipos de evidencias que se puedan presentar, de tal manera que así se pueda llegar a obtener conclusiones validas de la mejor manera posible para el cual es importante tener muy claro el objeto de estudio ya que el mismo repercute de una manera directa por que examina los posibles motivos o perjuicios que se puedan presentar.

### **3.2 Enfoque de la investigación**

Dentro del enfoque de la investigación vamos a usar el enfoque cualitativo y cuantitativo.

#### **Cualitativo**

“Para (Sánchez F. A., 2019) dentro de la investigación por métodos cualitativos: se basa en la evidencia métodos y técnicas que se derivan de sus fundamentos conceptuales y cognitivos para comprenderlo y explicarlo”.

Por otro lado, la presente investigación da paso a investigar los diferentes tipos de comportamientos que se puedan presentar dentro del Centro de Acopio ya sea de manera interna o externa de tal modo que así se podrán profundizar los resultados que se pueden obtener a partir de su empleo, es por eso que es importante conocer el impacto que el Centro de Acopio mantiene de manera vigente el cual permite analizar los resultados de una mejor manera.

#### **Cuantitativo**

“Según (Sánchez F. A., 2019) la investigación con métodos cuantitativos es un conjunto de estrategias, técnicas y herramientas de investigación enfocadas en las mediciones objetivas y el análisis estadístico, matemático o numérico de los datos recogidos a través de sondeos, cuestionarios y encuestas, o mediante el uso de datos estadísticos preexistentes utilizando técnicas computacionales.

A través de este método también podemos recolectar datos numéricos, ya que los mismos son ideales para poder identificar promedios o tendencias para así poder redactar predicciones que permita comprobar los diferentes tipos de relaciones que se puedan presentar, además también podemos llegar a combinarlos según el método empleado obteniendo como resultados interpretaciones que permite llegar a conocer la realidad del Centro de Acopio de tal manera que ayudará a poder tomar buenas decisiones a favor del mismo.

### **3.3 Métodos de Investigación**

Dentro de los métodos de investigación que vamos a implementar son los siguientes:

#### **Método Deductivo**

Este método induce a investigar el problema de manera general, estudiando los conceptos y definiciones que tienen relación con el objeto de estudio, permitiéndonos analizar todos los aspectos del Centro de Acopio.

“Para (Luis, 2014) Finalmente la inducción permite hacer generalizaciones a partir de casos específicos y contribuye al progreso del conocimiento sobre la realidad en el estudio”.

#### **Método Inductivo**

Con la aplicación de este método se logra constatar los acontecimientos que han ocurrido en el Centro de Acopio Miryan del cantón Montalvo para luego investigar el problema y mediante la búsqueda generalizada realizar el análisis de como incide en el desempeño laboral.

“Para (Luis, 2014) Con este método se observan, estudian y comprenden rasgos generales o comunes reflejados en la totalidad de la realidad para formular proposiciones generales o leyes científicas”..

#### **Método Analítico**

Con la aplicación de este método en la investigación ayuda a tener una mayor observación de cualquier hecho en particular que se presente dentro del Centro de Acopio.

“Para (Luis, 2014) Este método es el más básico de toda investigación científica o académica y es necesario para actividades teóricas como la conceptualización y la clasificación”.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos**

Para la técnica de recolección de datos se empleará la encuesta con el instrumento del cuestionario, con preguntas cerradas para el Centro de Acopio Miryan, referentes al conocimiento del servicio que brindan hacia sus clientes y de esta manera poder mejorar cada uno de sus servicios.

### **Encuesta.**

El empleo de esta encuesta ayuda a determinar información necesaria y confiable para así poder fundamentar el desarrollo del proyecto de investigación ya que nos concede paso para retomar evaluaciones o análisis comparativos.

### **3.5 Universo, Población y Muestra**

#### **Universo**

Considerando que la población motivo de estudio es muy reducida, se procederá a trabajar específicamente con todo el universo como tamaño de la muestra en esta investigación que mantiene el Centro de Acopio Miryan.

### **3.6 Procesamiento de la Información**

El procesamiento de la información lo realizaremos mediante la aplicación del paquete office, ya que el mismo conlleva Excel el cual nos facilita realizar los cálculos numéricos a través del empleo de fórmulas, e incluso poder formular cuadros o gráficos donde se pueda consolidar la información, por otro lado Word nos facilita poder describir la información de manera explícita y detallada de tal modo que podemos sistematizar las habilidades para comprender los textos en sus diferentes disciplinas.

## CAPITULO IV.

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN



#### 4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

##### UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

##### FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

##### ENCUESTA APLICADADA A LOS TRABAJADORES DEL CENTRO DE ACOPIO.

##### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Objetivo:** Recopilar información SOBRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA en el Centro de Acopio Miryan, del Cantón Montalvo, Provincia de los Ríos.

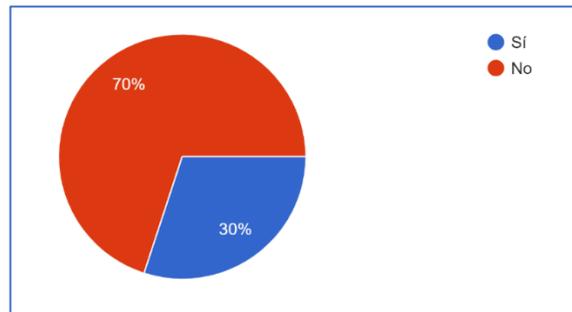
#### 1. ¿El Centro de Acopio Miryan tiene definida su misión y visión?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 7          | 70         |
| No           | 3          | 30         |
| <b>Total</b> | <b>10</b>  | <b>100</b> |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Figura 2.- Misión Visión**



**Análisis e Interpretación**

Mediante la información obtenida se puede observar que las personas encuestadas representan el 70% que el Centro de Acopio tiene bien definida su Misión y Visión, y el 30% de los entrevistados dicen que el Centro de Acopio Miryan no cuenta con una Misión y Visión.

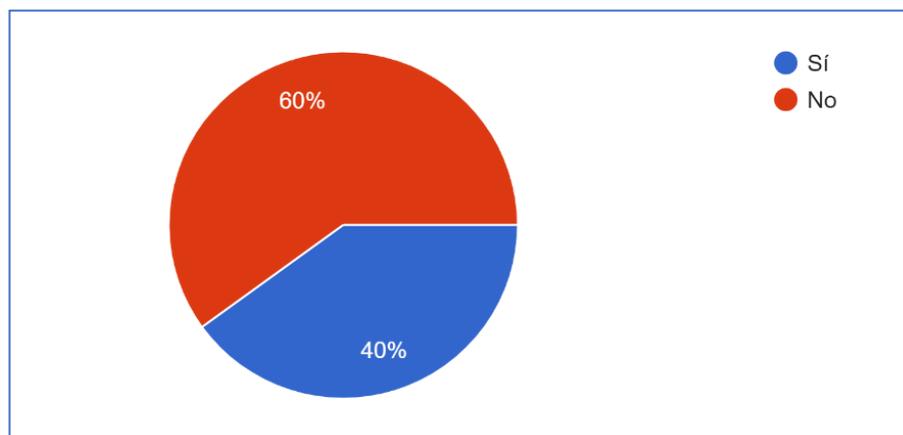
2. ¿El Centro de Acopio tiene definido los objetivos?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 6          | 60         |
| No           | 4          | 40         |
| <b>Total</b> | <b>10</b>  | <b>100</b> |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Figura 3.- Objetivos**



**Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta realizada se puede observar que la mayor parte de respuesta representa el 60%, los objetivos son fundamentales en las empresas estos objetivos pueden ser a corto o largo plazo, y largo plazo y el otro 40% dicen lo contrario.

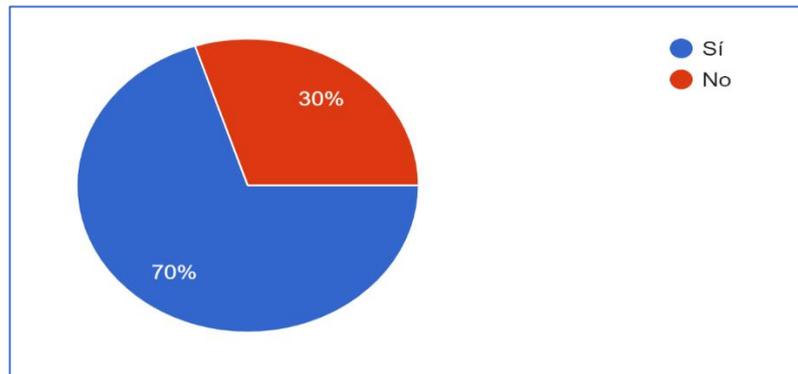
3. ¿El Centro de Acopio cuenta con valores corporativos?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 7          | 70         |
| No           | 3          | 30         |
| <b>Total</b> | 10         | 100        |

Elaborado por: Alexis Pino.

Fuente: Encuesta realizada.

Figura 4.- Valores



**Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta realizada el 70%, de los trabajadores pueden observar que el Centro de Acopio Miryan si cuenta con valores Corporativos y el 30% no consideraba lo mismo.

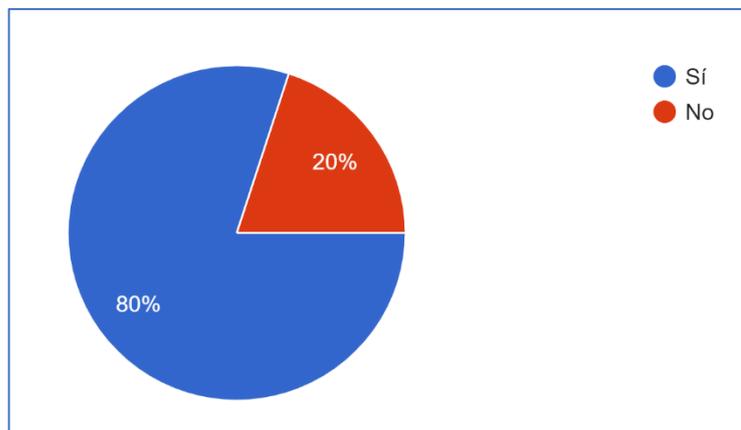
4. ¿El Centro de Acopio tiene establecido estrategias?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 8          | 80         |
| No           | 2          | 20         |
| <b>Total</b> | <b>10</b>  | <b>100</b> |

Elaborado por: Alexis Pino.

Fuente: Encuesta realizada.

Figura 5.- Estrategias



**Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta realizada a los trabajadores se puede observar que el Centro de Acopio Miryan si tiene establecido estrategias por lo cual, el porcentaje de respuestas se puede representar en el 80%, cabe mencionar que las estrategias son muy fundamentales para que el Centro de Acopio pueda avanzar.

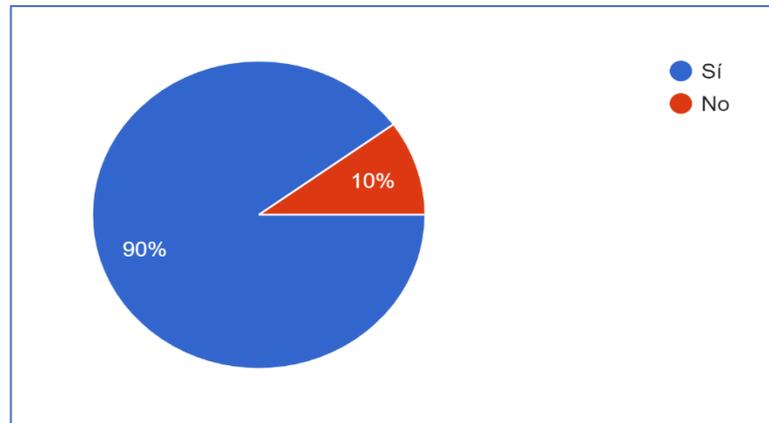
**5. ¿Los empleados tienen definidas las tareas a cumplir dentro de del Centro de Acopio Miryan?**

| <b>Categoría</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Si</b>        | 9                 | 90                |
| No               | 1                 | 10                |
| <b>Total</b>     | 10                | 100               |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Figura 6.- Empleados**



**Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta realizada a los trabajadores se puede observar que el Centro de Acopio Miryan si tienen bien establecido cada una de las tareas que los empleados deben ejercer lo cual, el porcentaje de respuestas se puede representar en el 90%, de las personas entrevistadas, solo el 10% dijo lo contrario.

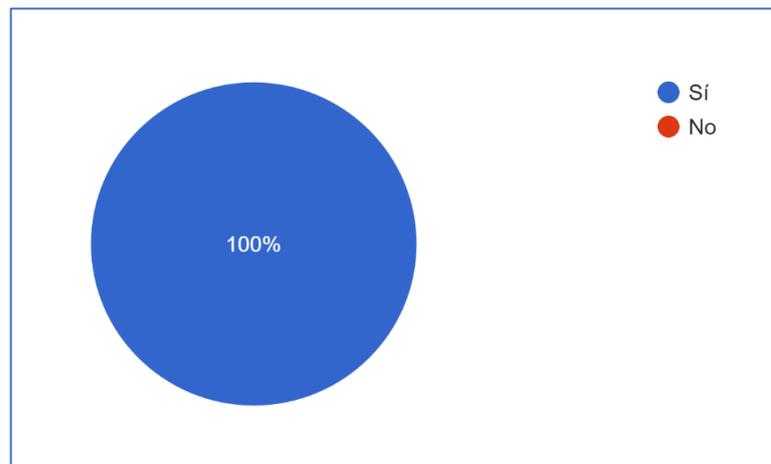
6. ¿El Centro de Acopio tiene una comunicación adecuada entre sus colaboradores?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 10         | 10         |
| No           | 0          | 0          |
| <b>Total</b> | 10         | 100        |

Elaborado por: Alexis Pino.

Fuente: Encuesta realizada.

Figura 7.- Comunicación



#### Análisis e Interpretación

Mediante la encuesta realizada a los trabajadores se puede observar que el Centro de Acopio si cuenta con una buena comunicación entre sus colaboradores lo cual representa el 100% de la entrevista realizada

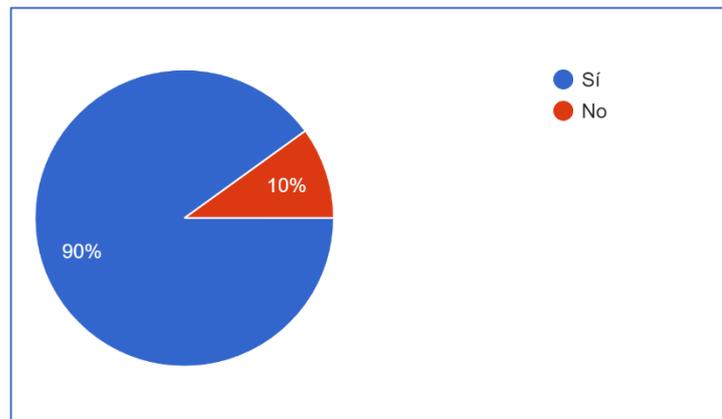
7. ¿Está de acuerdo que la infraestructura que posee el Centro de Acopio es la adecuada para un mejor desempeño de sus actividades diarias?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 9          | 90         |
| No           | 1          | 10         |
| <b>Total</b> | 10         | 100        |

Elaborado por: Alexis Pino.

Fuente: Encuesta realizada.

Figura 8.- Infraestructura



### Análisis e Interpretación

Mediante la encuesta realizada a los trabajadores se puede observar que el Centro de Acopio Miryan si cuenta con una buena infraestructura para el buen manejo dentro de todos los procesos que desarrolla el Centro de Acopio, el porcentaje de respuestas representa el 90%, de todos los trabajadores y el 10% está en desacuerdo.

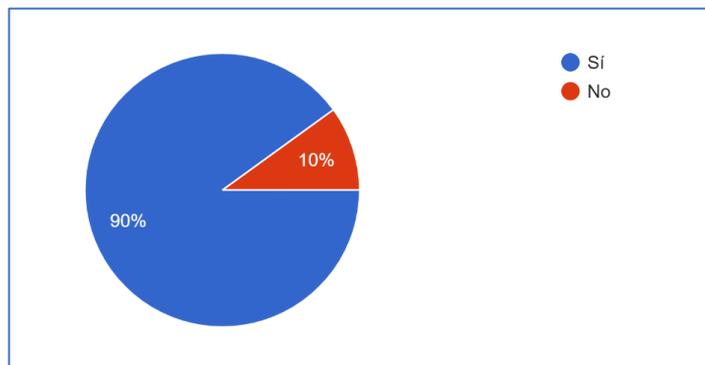
8. ¿Considera usted que el Centro de Acopio debe proporcionar equipos de protección a sus empleados?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 9          | 90         |
| No           | 1          | 10         |
| <b>Total</b> | <b>10</b>  | <b>100</b> |

Elaborado por: Alexis Pino.

Fuente: Encuesta realizada.

Figura 9.- Equipos



### Análisis e Interpretación

El 90% de las personas encuestadas consideran que el Centro de Acopio tiene equipos de protección para sus empleados y el otro 10% considera que no son necesarios.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL CENTRO DE ACOPIO MIRYAN.

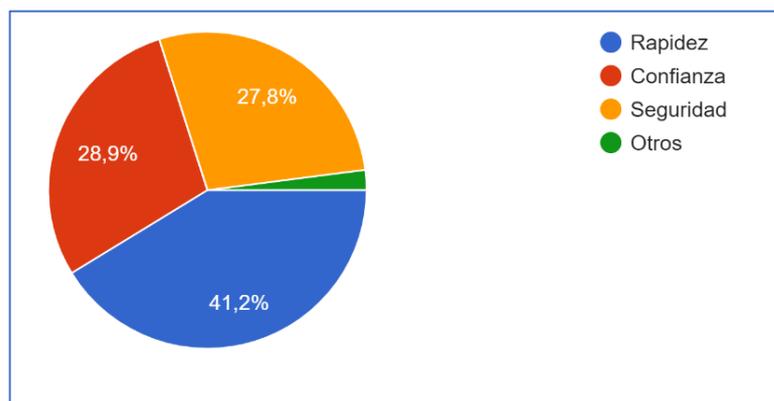
1.- ¿Cuál es la razón por la que usted elige comprar el Cacao en el Centro de Acopio?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Rapidez      | 60         | 41.2       |
| Confianza    | 20         | 28.9       |
| Seguridad    | 18         | 27.8       |
| Otros        | 2          | 2.10       |
| <b>Total</b> | <b>100</b> | <b>100</b> |

Elaborado por: Alexis Pino.

Fuente: Encuesta realizada.

Figura 10.-Vender cacao



### Análisis e Interpretación

Mediante la encuesta realizada a los clientes se puede observar que ellos realizan la venta de cacao al Centro de Acopio Miryan por la rapidez lo cual esto representa el 41.2% mientras que el 28,9% dice que es por la rapidez, el otro 27,8% por la seguridad y el otro 2,10% dice que por otros motivos.

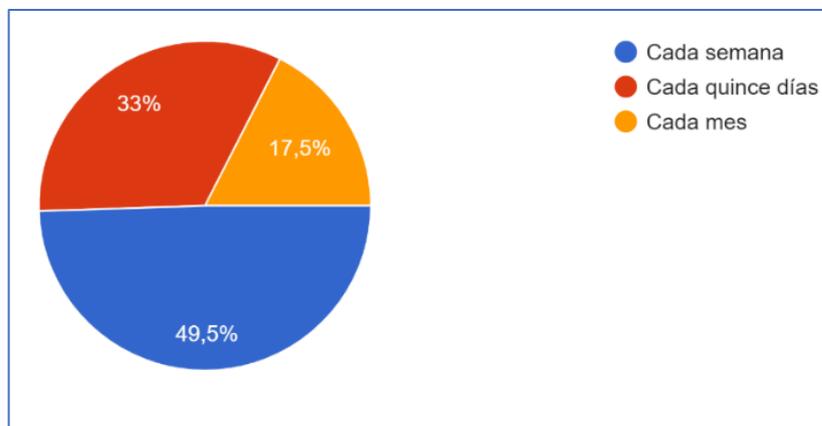
## 2.- ¿Con qué frecuencia por lo general llega al Centro de Acopio?

| Categoría        | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Cada semana      | 59         | 49.5       |
| Cada quince días | 30         | 33         |
| Cada mes         | 11         | 17.5       |
| <b>Total</b>     | <b>100</b> | <b>100</b> |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Figura 11.- Frecuencia**



### **Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta realizada a los clientes se les preguntó ¿Con qué frecuencia por lo general llega al Centro de Acopio Miryan? a lo cual 59 personas respondieron que visitan el centro cada semana, 33% respondió que cada quince mientras que el 17% cada mes.

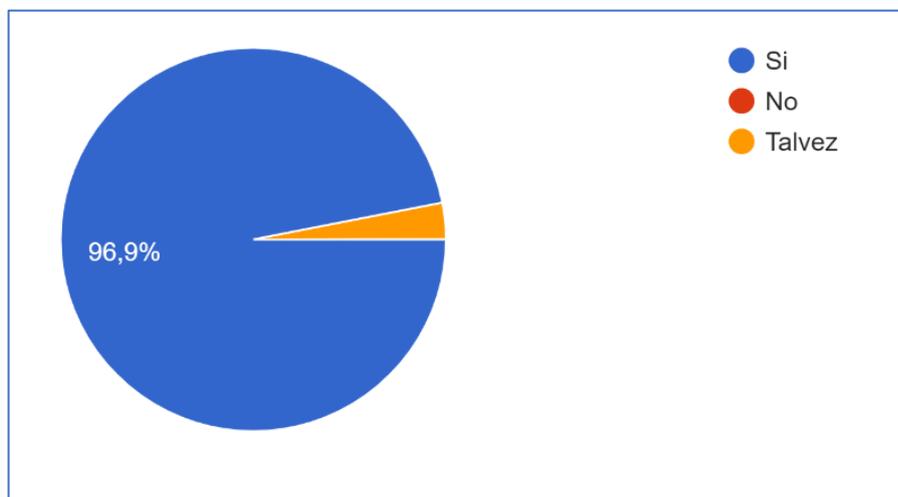
### 3.- ¿Usted cómo cliente recomendaría el producto a la sociedad en general?

| Categoría    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 95         | 96.9       |
| No           |            |            |
| Talvez       | 5          | 3.10       |
| <b>Total</b> | <b>100</b> | <b>100</b> |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada

**Figura 12.- Cliente**



#### **Análisis e Interpretación**

El 97% de las personas encuestadas si recomienda el cacao que posee el Centro de Acopio Miryan mientras que el 3% comentó que tal vez recomienda el cacao que ofrece el Centro de Acopio al público en general.

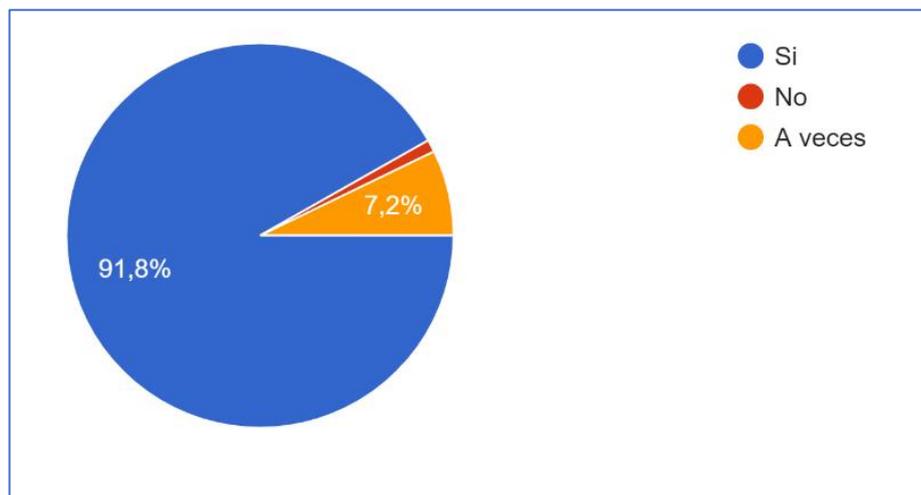
**4.- ¿Creé usted que el precio del cacao que se comercializa en el Centro de Acopio es justo?**

| <b>Categoría</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Si               | 85                | 91.8              |
| No               | 2                 | 1                 |
| A veces          | 13                | 7.2               |
| <b>Total</b>     | <b>100</b>        | <b>100</b>        |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada

**Figura 13.- Precio**



**Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta se pudo conocer que el 91,8% de las personas que venden su cacao al Centro de Acopio dice que el precio del cacao es justo mientras que el 7,2% dice que a veces.

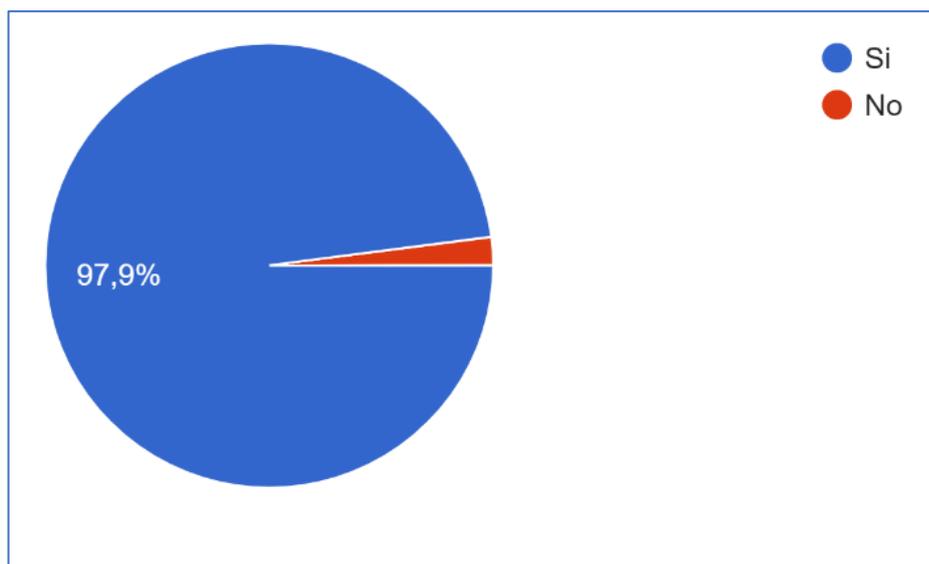
**5.- ¿Creé usted que el Centro de Acopio debería ofrecer facilidades de pagos?**

| <b>Categoría</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Si               | 98                | 97.9              |
| No               | 2                 | 2.1               |
| <b>Total</b>     | <b>100</b>        | <b>100</b>        |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada

**Figura 14.- Facilidades**



**Análisis e Interpretación**

El 98% de las personas consideran que el Centro de Acopio si debería ofrecer facilidades de pagos mientras que el 2% dice que no.

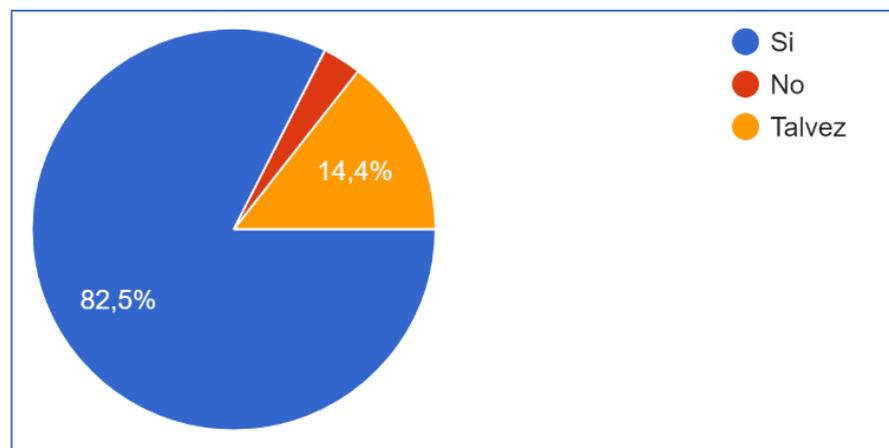
**6.- ¿Considera importante que se deba implementar un servicio adicional dentro del establecimiento?**

| <b>Categoría</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Si               | 80                | 82.5              |
| No               | 3                 | 3.1               |
| Tal vez          | 17                | 14.4              |
| <b>Total</b>     | <b>100</b>        | <b>100</b>        |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada

**Figura 15.- Servicio Adicional**



**Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta se pudo observar que el 82,5 de las personas encuestadas consideran que, si es necesario que se deba implementar un servicio adicional, mientras que el 14,4% considera que tal vez sea necesario, y una minoría del 3% considera que no se debe implementar.

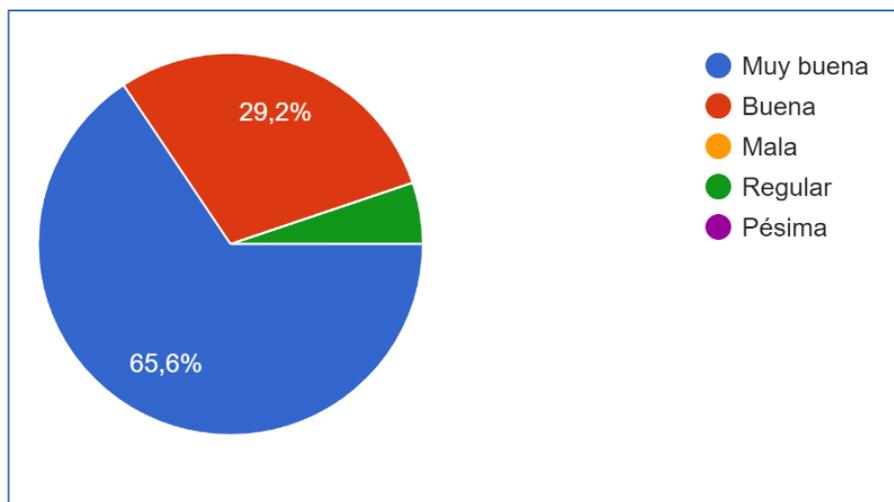
**7.- ¿Cómo califica la atención que le brindan los trabajadores del Centro de Acopio?**

| <b>Categoría</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Muy buena        | 75                | 65.6              |
| Buena            | 20                | 29.2              |
| Mala             |                   |                   |
| Regular          | 5                 | 5.2               |
| Pésima           |                   |                   |
| <b>Total</b>     | <b>100</b>        | <b>100</b>        |

**Elaborado por:** Alexis Pino.

**Fuente:** Encuesta realizada

**Figura 16.- Trabajadores**



**Análisis e Interpretación**

Mediante la encuesta se pudo observar que el 65,6% de las personas encuestadas califican muy buena la atención que le brindan los trabajadores del Centro de Acopio Miryan, el 29,2% la califica como buena y el otro 5% como regular.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

**Tema:** “La Gestión Administrativa en la Comercialización del Cacao en el Centro de Acopio Miryan, cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos año 2023

#### **Objetivo General**

Diseñar un plan de Gestión Administrativa para el mejoramiento de la gestión comercial en el Centro de Acopio de cacao Miryan.

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar las actividades administrativas fundamentales que deben efectuarse en el Centro de Acopio Miryan.
- Establecer lineamientos de acción entre los diferentes departamentos y personal de la empresa.
- Implantar los procesos de gestión administrativa que mejoren la comercialización en el Centro de Acopio de Cacao Miryan.

#### **Justificación**

La propuesta nace con la necesidad que tiene el Centro de Acopio Miryan, de mejorar la forma como administra sus procesos, principalmente en aquellos orientados a la comercialización de su cacao.

Por tal motivo los colaboradores del Centro de Acopio afirman que desde la fecha en el que fue creado el Centro de Acopio no se evidenció un crecimiento muy notorio, manteniendo un esquema un esquema rutinario al momento de desarrollar las diferentes actividades, sin establecer una base que sirva como guía para el desempeño de funciones de forma efectiva dentro de los diferentes procesos.

Con la implantación del Plan de Gestión Administrativa en el Centro de Acopio de cacao Miryan, se busca como finalidad alcanzar las metas establecidas por el Centro de Acopio, de manera que se obtengan mejores beneficios y permita tener un crecimiento institucional.

## **Datos institucionales**

### **Misión**

Somos un Centro de Acopio comercializadora de cacao de excelente calidad, que aplica procesos administrativos adecuados basados en el compromiso de ofrecer buenos productos a nuestros clientes y posicionarnos en el mercado.

### **Visión**

Para el año 2025 ser la empresa líder del cantón en comercializar cacao de excelente calidad, dinamizando la economía de la localidad.

### **Políticas**

- Efectuar las acciones administrativas acorde a las necesidades de la institución, siguiendo una guía permitiendo que sean más efectivas y brinden mejores beneficios para el Centro de Acopio.
- Controlar de manera constante el estado de los materiales y maquinarias que utiliza el Centro de Acopio en las distintas actividades que desempeña.
- Contratación de personal según sus capacidades y aptitudes, centrándose en el perfil que poseen para el puesto de trabajo seleccionado.
- Mantener un personal capacitado constantemente según las nuevas necesidades del mercado y las tecnologías cambiantes.
- Efectuar controles permanentes para obtener productos de calidad.

### **Metas**

- Incrementar las ventas de cacao en un 20% en un año.
- Establecer alianzas estratégicas con empresas chocolateras.
- Realizar ferias cacaoteras a nivel nacional.

## **Principios**

### **Cultura de Calidad**

Comercializar cacao de calidad, manteniendo el compromiso de ofrecer un cacao que mantenga los estándares más altos de calidad, con la finalidad que los clientes o compradores mantengan preferencia por los ofertado por el Centro de Acopio Miryan, promoviendo el posicionamiento en el mercado y obteniendo beneficios para el mismo.

### **Valores**

- **Compromiso**

Ser constantes en comercializar productos de calidad, adquirir la materia prima a precios justos con los proveedores y otorgar los beneficios adecuados a los colaboradores.

- **Puntualidad**

Entregar el cacao solicitado en el momento oportuno, así como el pago de valores al momento de la adquisición de materia prima dentro del Centro de Acopio conlleva en asistir en las horas establecidas a realizar las labores.

- **Innovación**

Promover una adaptación constante en nuevos conocimientos sobre los procesos que se efectúan en el Centro de Acopio, así como contar con los materiales actuales para realizar las labores.

- **Honestidad**

Ser conscientes al momento de realizar las funciones dentro del Centro de Acopio, trabajando con el compromiso para obtener los mejores beneficios posibles.

- **Respeto**

Mantener valores entre colaboradores, de manera que el desempeño de actividades sea correcto y con un ambiente laboral positivo, de igual manera se mantiene el respeto con los clientes de forma que siempre estén satisfechos con la calidad de los productos y de la atención.

## ANÁLISIS ESTRATÉGICO

### Análisis del microentorno y macroentorno.

La manera de conocer los factores internos y externos de la empresa que contemplan las fortalezas-debilidades y las oportunidades-amenazas respectivamente el Centro de Acopio Miryan efectuó una encuesta orientada a recolectar información hacia los clientes del centro de acopio y la encuesta aplicada a los trabajadores de la organización, recopilando los datos necesarios para el análisis del micro y macro ambiente.

### Análisis externo

#### Macroambiente

- Análisis PESTEL

**Tabla 2 Matriz PESTEL.**

| Dimensiones      | Descripción  | Oportunidades | Amenazas |
|------------------|--|---------------|----------|
| <b>Político</b>  | -Cambios en políticas comerciales y acuerdos internacionales pueden afectar los términos de exportación del cacao.             |               | X        |
|                  | - Políticas gubernamentales de apoyo al sector agrícola pueden influir en la inversión y desarrollo de la producción de cacao. | X             |          |
| <b>Económico</b> | - Fluctuaciones en los precios internacionales del cacao pueden afectar los ingresos y ganancias del centro de acopio.         |               | X        |
|                  | - Cambios en las tasas de cambio pueden influir en los costos de importación y exportación de insumos y productos.             |               | X        |
|                  | - Condiciones económicas locales pueden afectar la demanda y capacidad de compra de los productos de cacao.                    |               | X        |
| <b>Social</b>    | - Cambios en las preferencias del consumidor hacia productos orgánicos y sostenibles pueden influir en la demanda de cacao.    | X             |          |

|                    |   |   |   |
|--------------------|---|---|---|
|                    | - Tendencias alimentarias y de salud pueden impactar la demanda de productos de cacao y derivados.                        | X |   |
| <b>Tecnológico</b> | - Avances en tecnologías de procesamiento y almacenamiento pueden mejorar la eficiencia y calidad del cacao.              | X |   |
|                    | - Uso de análisis de datos puede ayudar a prever la demanda y optimizar la producción y distribución.                     | X |   |
|                    | - Innovaciones en canales de venta online pueden proporcionar nuevas oportunidades de mercado.                            | X |   |
| <b>Ecológico</b>   | - Preocupaciones ambientales pueden influir en la demanda de productos sostenibles y en prácticas agrícolas responsables. | X |   |
|                    | - Cambios en condiciones climáticas pueden afectar la producción de cacao y la calidad del cultivo.                       |   | X |
| <b>Legal</b>       | - Regulaciones de exportación e importación pueden influir en la logística y costos de operación.                         |   | X |
|                    | - Normativas sobre seguridad alimentaria y trazabilidad pueden afectar los estándares de producción y comercialización.   |   | X |
|                    | - Regulaciones laborales y de salud pueden influir en las condiciones de trabajo y en la calidad de los productos.        | X |   |

- **Análisis.** - Esta matriz PESTEL proporciona una visión integral de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden influir en la gestión administrativa de la comercialización del cacao en el Centro de Acopio Miryan en el cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos, en el año 2023.

- **Microambiente**

**Tabla 3 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter**

| <b>Fuerza de Porter</b>                   | <b>Descripción</b>   | <b>Oportunidades</b> | <b>Amenazas</b> |
|---|--|----------------------|-----------------|
| <b>1. Rivalidad entre Competidores</b>    | - Competidores en el mismo sector que ofrecen productos similares pueden llevar a una lucha por la cuota de mercado.         |                      | X               |
|   | - Mayor competencia puede resultar en presión sobre los precios y márgenes de ganancia.                                      |                      | X               |
|   | - La diferenciación de productos puede reducir la rivalidad y aumentar la lealtad del cliente.                               | X                    |                 |
|   | - Factores como calidad, precio y marca pueden influir en la rivalidad.  | X                    |                 |
| <b>2. Amenaza de Nuevos Entrantes</b>     | - Nuevas empresas que ingresan al mercado pueden aumentar la competencia.  |                      | X               |
|   | - Barreras de entrada, como costos de inversión, regulaciones y acceso a canales de distribución, pueden reducir la amenaza. | X                    |                 |
|   | - Economías de escala existentes pueden dificultar la entrada de nuevos competidores.  | X                    |                 |
| <b>3. Amenaza de Productos Sustitutos</b> | - Productos que pueden satisfacer una necesidad similar pueden limitar el potencial de mercado.                              |                      | X               |
|   | - La disponibilidad de alternativas y su relación calidad-precio influyen en la amenaza de sustitutos.                       | X                    |                 |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <b>4. Poder de Negociación de Proveedores</b> | - Proveedores clave que tienen el control pueden afectar los precios y la disponibilidad de insumos.              |   | X |
|   | - La diversificación de proveedores puede reducir la dependencia de un solo proveedor.                            | X |   |
| <b>5. Poder de Negociación de Clientes</b>    | - Clientes que tienen opciones y son sensibles a los precios pueden influir en la demanda y los precios.          | X |   |
|   | - La lealtad del cliente y la diferenciación del producto pueden afectar el poder de negociación de los clientes. | X |   |

#### Análisis interno.

**Tabla 4 Cadena de valor**

| Actividades de la cadena de valor |  | Fortalezas | Debilidades |
|-----------------------------------|--|------------|-------------|
| <b>Actividades Primarias</b>      |  |            |             |
| 1. Abastecimiento                 | - Relaciones sólidas con agricultores locales.     | X          |             |
|                                   | - Dependencia de un grupo limitado de proveedores. |            | X           |
| 2. Producción                     | - Eficiente proceso de selección y procesamiento.  | X          |             |
|                                   | - Falta de diversificación en productos de cacao.  |            | X           |

|                                     |   |   |   |
|-------------------------------------|---|---|---|
| 3. Distribución                     | - Red de distribución establecida en la región.               | X |   |
|                                     | - Logística de distribución no optimizada.                    |   | X |
| 4. Venta                            | - Conocimiento profundo del mercado local.                    | X |   |
|                                     | - Limitaciones en canales de venta online.                    |   | X |
| <b>Tabla 5 Actividades de Apoyo</b> |   |   |   |
| 1. Infraestructura                  | - Instalaciones modernas y adecuadas para el procesamiento.   | X |   |
|                                     | - Mantenimiento constante requerido.                          |   | X |
| 2. Recursos Humanos                 | - Equipo capacitado en técnicas de selección y procesamiento. | X |   |
|                                     | - Rotación de personal en períodos de cosecha.                |   | X |
| 3. Tecnología                       | - Uso de tecnologías avanzadas en el procesamiento.           | X |   |
|                                     | - Costos asociados a la adquisición de tecnología.            |   | X |

|                  |   |   |   |
|------------------|---|---|---|
| 4. Adquisiciones | - Relaciones a largo plazo con proveedores clave.         | X |   |
|                  | - Posible impacto de fluctuaciones en precios de insumos. |   | X |

**Tabla 6 Análisis FODA del Centro de Acopio Miryan.**

|                          |   | <b>FORTALEZAS</b>   | <b>DEBILIDADES</b>                                      |
|--------------------------|---|---|---|
| <b>FACTORES INTERNOS</b> | F<br>1  | Relaciones sólidas con agricultores locales.  | D<br>1 Dependencia de un grupo limitado de proveedores. |
|                          | F<br>2  | Eficiente proceso de selección y procesamiento.   | D<br>2 Limitaciones en canales de venta online.         |
|                          | F<br>3  | Instalaciones modernas y adecuadas para el procesamiento.   | D<br>3 Mantenimiento constante requerido.               |
|                          | F<br>4  | Equipo capacitado en técnicas de selección y procesamiento.   | D<br>4 Rotación de personal en períodos de cosecha.     |
|                          | F<br>5  | Uso de tecnologías avanzadas en el procesamiento.   | D<br>5 Costos asociados a la adquisición de tecnología. |
| <b>OPORTUNIDADES</b>     | <b>Estrategia FO</b>  | <b>Estrategia DO</b>  |   |
| O<br>1                   | Avances en tecnologías de procesamiento y<br>Desarrollar un modelo de gestión administrativa que mejoren los procesos dentro de la empresa, que permitan mantener procesos de selección de materias | Mejorar los procedimientos para la comercialización a través de medios online, de forma que se optimice |   |

|        |   |  |  |         |
|--------|---|--|--|---------|
|        | almacenamiento pueden mejorar la eficiencia y calidad del cacao.                                    | primas adecuadas, aprovechando las modernas instalaciones de la empresa como medida para la obtención de productos de calidad, preparándose de mejor medida para satisfacer la demanda del mercado | recursos y maximicen los beneficios con productos de calidad | D2 O3;5 |
| O<br>2 | Uso de análisis de datos puede ayudar a prever la demanda y optimizar la producción y distribución. | F2;3 O1;2;5  |  |         |
| O<br>3 | Innovaciones en canales de venta online pueden proporcionar nuevas oportunidades de mercado.        |  |  |         |



|   |   |   |          |   |         |
|---|---|---|----------|---|---------|
|   | llevar a una lucha por la cuota de mercado.   | minimice la posible afectación de nuevos competidores en el mercado | F1 A3; 5 | del mismo, buscando la obtención de márgenes óptimos de ganancias | D1 A2;5 |
| A | Mayor competencia puede resultar en presión sobre los precios y márgenes de ganancia. |   |          |   |         |
| 2 |   |   |          |   |         |
| A | Nuevas empresas que ingresan al mercado pueden aumentar la competencia.               |   |          |   |         |
| 3 |   |   |          |   |         |
| A | Productos que pueden satisfacer una necesidad similar pueden                          |   |          |   |         |
| 4 |   |   |          |   |         |

limitar el  
potencial de  
mercado.

Proveedores clave  
que tienen el  
control pueden  
afectar los precios  
y la  
disponibilidad de  
insumos.

A  
5

## **Análisis**

FODA es una herramienta útil para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta el Centro de Acopio Miryan en la gestión administrativa de la comercialización de cacao. Basándose en este análisis, se podrá desarrollar estrategias para capitalizar las fortalezas, abordar las debilidades, aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.

### **Tabla 7 Modelo de Gestión Administrativa basado propuesto por Quinn Robert para el Centro de Acopio Miryan**

---

#### **Diagnosticar el Problema:**

- Identificar las debilidades y desafíos específicos del centro de acopio en la comercialización del cacao, como la falta de diversificación de productos, la dependencia de proveedores limitados, la necesidad de expansión a mercados internacionales, entre otros.

#### **Establecer Metas:**

- Definir metas claras y realistas, como aumentar la diversificación de productos en un 20% en el próximo año, establecer relaciones con al menos dos nuevos proveedores internacionales, o lograr una expansión del 15% en los mercados de exportación.

#### **Plantear Soluciones o Alternativas:**

- Generar alternativas para abordar los desafíos identificados, como desarrollar nuevos productos de cacao, establecer alianzas con proveedores internacionales, implementar estrategias de marketing para la expansión internacional, mejorar la logística de distribución, entre otras.

#### **Comparar y Evaluar Soluciones o Alternativas:**

- Evaluar cada alternativa en función de su viabilidad, eficacia y alineación con las metas establecidas.
-

---

**Selección de Alternativas:**

- Seleccionar las alternativas que mejor se alineen con las metas y que tengan el mayor potencial para abordar los desafíos identificados.

**Implementación de Alternativas:**

- Desarrollar planes de acción detallados para cada alternativa seleccionada, asignando responsabilidades y plazos claros.
- Implementar las estrategias de manera gradual y sistemática, asegurándose de contar con los recursos y la capacitación necesarios.

**Seguimiento y Control:**

- Establecer sistemas de seguimiento y control para monitorear el progreso de la implementación de las alternativas.
- Realizar evaluaciones periódicas para identificar desviaciones y ajustar las estrategias según sea necesario.

**Adaptación y Mejora Continua:**

- A medida que se obtienen resultados y se enfrentan nuevos desafíos, estar dispuesto a adaptar y ajustar las estrategias según lo requerido.
  - Fomentar una cultura de mejora continua y aprendizaje organizacional.
-

## CONCLUSIONES

- La situación actual del Centro de Acopio Miryan revela desafíos tanto en la estructura administrativa como en los procesos de comercialización. La falta de claridad en las responsabilidades y la ausencia de una coordinación eficiente han impactado negativamente en la operación del centro.
- Los procesos de comercialización en el Centro de Acopio Miryan muestran ineficiencias que han llevado a una disminución en las ventas de cacao. La falta de estrategias adecuadas de marketing y la limitada diversificación de canales de venta son factores determinantes en esta problemática.
- Las estrategias de la gestión actual no están adecuadamente orientadas hacia el fortalecimiento de las ventas de cacao en el Centro de Acopio Miryan. La falta de seguimiento de indicadores clave y la ausencia de adaptación a las tendencias del mercado han contribuido a la pérdida de competitividad.
- El éxito a largo plazo del Centro de Acopio Miryan depende de una combinación de factores administrativos sólidos y estrategias de comercialización efectivas. Sin un enfoque renovado en estas áreas, el centro continuará enfrentando dificultades para aumentar las ventas de cacao y mantenerse competitivo en el mercado.

## RECOMENDACIONES

- Es fundamental realizar una evaluación exhaustiva de la estructura administrativa actual. Se debe definir claramente la jerarquía, los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo. La designación de líderes por área comercialización, operaciones, administración ayudará a una distribución adecuada de tareas y a una mejor supervisión.
- Se sugiere implementar una estrategia de marketing integral. Esto implica desarrollar una identidad de marca sólida para el Centro de Acopio Miryan y promover sus valores y calidad del cacao. Además, se deben explorar nuevos canales de venta, como la venta en línea y la participación en ferias comerciales, para llegar a un público más amplio y diversificado.
- Se recomienda implementar un sistema de seguimiento y análisis de indicadores de rendimiento. Esto permitirá evaluar regularmente la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes según las necesidades y las tendencias del mercado. La capacitación periódica del personal en cuanto a nuevas técnicas de gestión también será crucial para mantener la competitividad.
- Se propone la creación de un plan estratégico integral que aborde tanto la estructura administrativa como las estrategias de comercialización. Este plan debe incluir metas claras, plazos realistas y asignación de recursos adecuada para implementar las recomendaciones anteriores, la participación activa de todos los miembros del equipo en la formulación y ejecución del plan será esencial para lograr el éxito deseado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Académico, R. d. (2020). Reglamento de Régimen Académico . Quito.
- Armstrong, K. y. (2003). Precio . págs.  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiarMy-8rH0AhV\\_mXIEHW5TB4YQFnoECAIQAw&url=http%3A%2F%2Fcatarina.udlap.mx%2Fu\\_dl\\_a%2Ftales%2Fdocumentos%2Fad%2Fflores\\_c\\_jd%2Fcapitulo2.pdf&usg=AOvVaw3uFYUAJuYTCn\\_B3UsK](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiarMy-8rH0AhV_mXIEHW5TB4YQFnoECAIQAw&url=http%3A%2F%2Fcatarina.udlap.mx%2Fu_dl_a%2Ftales%2Fdocumentos%2Fad%2Fflores_c_jd%2Fcapitulo2.pdf&usg=AOvVaw3uFYUAJuYTCn_B3UsK).
- Bermúdez, M. G. (10 de 2015). Fortalecimiento En La Gestión Administrativa De Compra Y Venta De Cacao De La Asociación Eco-Cacao En Parroquia Tonchigue Cantón Atacames De La Provincia De Esmeraldas. Obtenido de Fortalecimiento En La Gestión Administrativa De Compra Y Venta De Cacao De La Asociación Eco-Cacao En Parroquia Tonchigue Cantón Atacames De La Provincia De Esmeraldas:  
[file:///C:/Users/pc/Downloads/VERA%20BERMUDEZ%20MIRNA%20GUADALUPE\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/VERA%20BERMUDEZ%20MIRNA%20GUADALUPE(1).pdf)
- Camara de Comercio España. (2011). La Competitividad. Obtenido de Camara.es:  
<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>
- Carrión, J. (29 de 12 de 2009). Wordpress.com. Obtenido de Tomar Decisiones de la Racionalidad: <https://juancarrion.wordpress.com/2009/12/29/tomar-decisiones-de-la-razionalidad>
- Congreso Nacional Comisión De Lesgislación Y Codificación. (2017). LEY DE COMPAÑIAS. Ecuador.
- David, F. R. (2013). Administración Estratégica. En F. R. David, Administración Estratégica (págs. 21-22). México : Pearson.
- Del Carmen Mader, M., & De la parra, E. (10 de 2003). Estrategias de ventas y negociacion. Obtenido de Estrategias de ventas y negociacion:  
[https://www.google.com/search?q=Estrategias+de+ventas+y+negociaci%C3%B3n&stick=H4sIAAAIAAAAE1UPWgUQRi9PZPjsomSu0SRq87TIkThdvdudf06LCCaCYAjGCILgeTf7M7c\\_s7uzw97OdVpoYyGK6US0k](https://www.google.com/search?q=Estrategias+de+ventas+y+negociaci%C3%B3n&stick=H4sIAAAIAAAAE1UPWgUQRi9PZPjsomSu0SRq87TIkThdvdudf06LCCaCYAjGCILgeTf7M7c_s7uzw97OdVpoYyGK6US0k)

mCXziIErQxokcJKQtBCFESwsjJe4v6km7dv5vvee\_PtFEdrE3WjzgtDC  
XL8oVpu9fFblXVqlpAcIdoRq8T

Ecuador, C. d. (2008). Constitución del Ecuador . Quito .

Empresas, C. d. (2020). Plan Estratégico de la Carrera de Administración de  
Empresas. Guaranda.

Ezequiel. (2007). Introducción a la Planificación Estratégica. Buenos Aires.

Grajales, T. (2002). Enfoques metodológicos en la investigación histórica. Mexico  
: file:///C:/Users/pc/Downloads/792-Texto%20del%20art%C3%ADculo-  
4185-1-10-20210809.pdf.

Hernández, Z. T. (2014). Administración Estratégica. México: Miembro de la  
Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

Jara, M. E. (2015). “MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU  
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL EN LA  
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE  
CACAO “4 DE NOVIEMBRE” DE LA PARROQUIA BELLAMARÍA,  
CANTON SANTA ROSA, PROVINCIA EL ORO”. Obtenido de  
“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN  
EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL EN LA ASOCIACIÓN DE  
PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE CACAO “4 DE  
NOVIEMBRE” DE LA PARROQUIA BELLAMARÍA, CANTON  
SANTA ROSA, PROVINCIA EL ORO”:  
file:///C:/Users/pc/Downloads/TTUACE-2015-AE-CD00006.pdf

Jones, C. W. (2013). Administración Estratégica. México: Jesús Mares Chacón.

Jorge Estaba. (23 de 01 de 2017). Modelo racional de la toma de decisiones.

Obtenido de Modelo racional de la toma de decisiones:

<https://industriologia.wordpress.com/2017/01/23/modelo-racional-de-la-toma-de-decisiones/>

Jose. (2018). Investigación Exploratoria. Obtenido de Tipo de Investigación :

<https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>

Koontz. (2011). Elementos de Administración. Mexico.

- Luis, J. (01 de 12 de 2014). El Método de la Investigación. El Método de la Investigación, págs.  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiQz\\_LBIZH8AhXsSDABHUSbAXAQFnoECDMQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.spentamexico.org%2Fv9-n3%2FA17.9\(3\)195-204.pdf&usg=AOvVaw0Rx\\_6ZafO2rUwWN1JOk0sJ](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiQz_LBIZH8AhXsSDABHUSbAXAQFnoECDMQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.spentamexico.org%2Fv9-n3%2FA17.9(3)195-204.pdf&usg=AOvVaw0Rx_6ZafO2rUwWN1JOk0sJ).
- Morales. (2018). Conozca 3 tipos de investigación. En Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.
- Morán, M. F. (2019). IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14061/1/T-UCSG-POS-MAE-278.pdf>
- Ocampo, Danelly Salas. (03 de 12 de 2019). Investigación bibliográfica. Obtenido de Investigación bibliográfica:  
<https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>
- Pérez, Carlos . (06 de 2020). Modelo de Gestión Administrativa Para Establecer Procesos de Industrialización del Cacao en Montalvo – Ecuador. Obtenido de Modelo de Gestión Administrativa Para Establecer Procesos de Industrialización del Cacao en Montalvo – Ecuador.:  
[file:///C:/Users/pc/Downloads/Modelo%20de%20Gesti%C3%B3n%20Administrativa%20Para%20Establecer%20Procesos%20de%20Industrializaci%C3%B3n%20del%20Cacao%20en%20Montalvo%20%E2%80%93%20Ecuador.\(2\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/Modelo%20de%20Gesti%C3%B3n%20Administrativa%20Para%20Establecer%20Procesos%20de%20Industrializaci%C3%B3n%20del%20Cacao%20en%20Montalvo%20%E2%80%93%20Ecuador.(2).pdf)
- Piedra, J. F. (06 de 2019). Gestión administrativa: Estudio desde la administración de los procesos en una empresa . Gestión administrativa: Estudio desde la administración de los procesos en una empresa, págs.  
[file:///C:/Users/pc/Downloads/406-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1717-3-10-20190411\(1\).pdf](file:///C:/Users/pc/Downloads/406-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1717-3-10-20190411(1).pdf).
- Quinn, Robert E. (1994). Maestría en la gestión de organizaciones: un modelo operativo de competencias. 1 era Edición .
- Quiroa, M. (Noviembre de 2019). cliente. Obtenido de Economipedia.com:  
<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

- Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, G. E. (2018). Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática. Guaranda.
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación . En R. H. Sampieri, Metodología de la Investigación (pág. 70). Mexico : file:///C:/Users/pc/Downloads/Investigacion(1).pdf.
- Sánchez, A. P. (26 de Junio de 2016). www.finanzas.com. Obtenido de <https://www.finanzas.com/que-es-un-bien-economico#:~:text=Un%20bien%20es%20todo%20aquello,%2C%20p%2C%20BAblicos%2C%20privados%2C%20etc>.
- Sánchez, F. A. (06 de 02 de 2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa. Obtenido de Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2223-25162019000100008](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-25162019000100008)
- Sánchez, G. J. (02 de Marzo de 2016). Consumidor. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
- Superior, L. O. (2018). Ley Organica de Educación Superior . Quito.
- Thompson, I. (02 de 10 de 2008). Que es la Administración . Obtenido de Que es la Administración : <https://www.promonegocios.net/administracion/que-es-administracion.html>
- Yépez, E. Y. (2016). PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL CENTRO DE ACOPIO DE LA “CORPROCAF” DE MATA DE CACAO. Obtenido de PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL CENTRO DE ACOPIO DE LA “CORPROCAF” DE MATA DE CACAO: <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7467>
- Zambrano, G. F. (2021). Niveles De Rentabilidad En Los Procesos De Comercialización Y Exportación De Cacao En La Empresa Boncao S.A. Obtenido de Niveles De Rentabilidad En Los Procesos De

Comercialización Y Exportación De Cacao En La Empresa Boncao S.A.:  
file:///C:/Users/pc/Downloads/T-UTEQ-171(1).pdf

**ANEXOS**

**Tabla 8 Cronograma (Gantt)**

| ACTIVIDAD  | Noviembre |   |   |   | Diciembre |   |   |   |   |   |   | Enero |   |   |   |   |   |   | Febrero |   |   |   |   | Marzo |   |   |   | Abril |   |   |   |   |   |   |
|--|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|---|-------|---|---|---|---|---|---|---------|---|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|---|---|---|
|  | 1         | 2 | 3 | 4 | 5         | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5     | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5       | 6 | 7 | 1 | 2 | 3     | 4 | 5 | 6 | 7     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Socialización sobre el proceso de la modalidad, análisis de la denuncia del tema y asignación de director y pares académicos |           |   |   |   |           |   |   |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |         |   |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |
| Corrección y entrega de la denuncia del tema   |           |   |   |   |           |   |   |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |         |   |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |
| Revisión de la denuncia del tema con los directores y pares académicos   |           |   |   |   |           |   |   |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |         |   |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |
| Elaboración del anteproyecto según la estructura establecida   |           |   |   |   |           |   |   |   |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |         |   |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |   |   |   |



**Tabla 9 Presupuesto Ejecutado**

| <b>PRESUPUESTO DE GASTO</b> | <b>TOTAL</b>  |
|-----------------------------|---------------|
| Computadora arreglo         | 120\$         |
| Lápiz                       | 50ctv         |
| Cuaderno                    | 1\$           |
| Esfero                      | 50            |
| Calculadora                 | 15            |
| Borrador                    | 35ctv         |
| Internet                    | 25\$          |
| Transporte                  | 20\$          |
| Flash                       | 5\$           |
| Hoja de oficio              | 1\$           |
| Hoja valorada               | 2\$           |
| Impresiones                 | 10\$          |
| Anillados                   | 15            |
| Otros Gastos                | 25            |
| <b>Total, Gasto</b>         | <b>240,35</b> |

**Elaborado por: Alexis Pino**

- Instrumentos de recopilación de datos (cuestionario, guion entrevista, entre otros)



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

ENCUESTA APLICADADA A LOS TRABAJADORES DEL CENTRO DE  
ACOPIO MIRYAN.

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Objetivo:** Recopilar información SOBRE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA en  
el Centro de Acopio Miryan, del Cantón Montalvo, Provincia de los Ríos

1. **¿El Centro de Acopio tiene definida su misión y visión?**
  - Si
  - No
2. **¿El Centro de Acopio tiene definido los objetivos?**
  - Si
  - No
3. **¿El Centro de Acopio cuenta con valores corporativos?**
  - Si
  - No
4. **¿El Centro de Acopio tiene establecido estrategias?**
  - Si
  - No
5. **¿Los precios que se ofrecen en el Centro de Acopio, se encuentran acorde a la competencia del mercado?**
  - Si
  - No

**6. ¿El Centro de Acopio cuenta con expertos para validar la calidad del Cacao?**

- Si
- No

**7. ¿El Centro de Acopio tiene una comunicación adecuada entre sus colaboradores?**

- Si
- No



## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL CENTRO DE ACOPIO MIRYAN

**1.- ¿Cuál es la razón por la que usted elige vender el cacao en el Centro de Acopio?**

- Rapidez
- Confianza
- Seguridad

Otros

**2.- ¿Con qué frecuencia por lo general llega al Centro de Acopio?**

- Cada semana
- Cada quince días
- Cada mes

**3.- ¿Usted como cliente recomendaría el producto a la sociedad en general?**

- Si
- No
- Talvez

**4.- ¿Creé usted que el precio del cacao que se comercializa en el Centro de Acopio es justo?**

- Si
- No
- A veces

**5.- ¿Considera usted que es necesario que se otorgue un descuento a la hora de comprar el producto?**

- Si
- No

**6.- ¿Cómo califica la atención que le brindan los trabajadores del Centro de Acopio?**

- Muy buena
- Buena
- Mala
- Regular
- Pésima

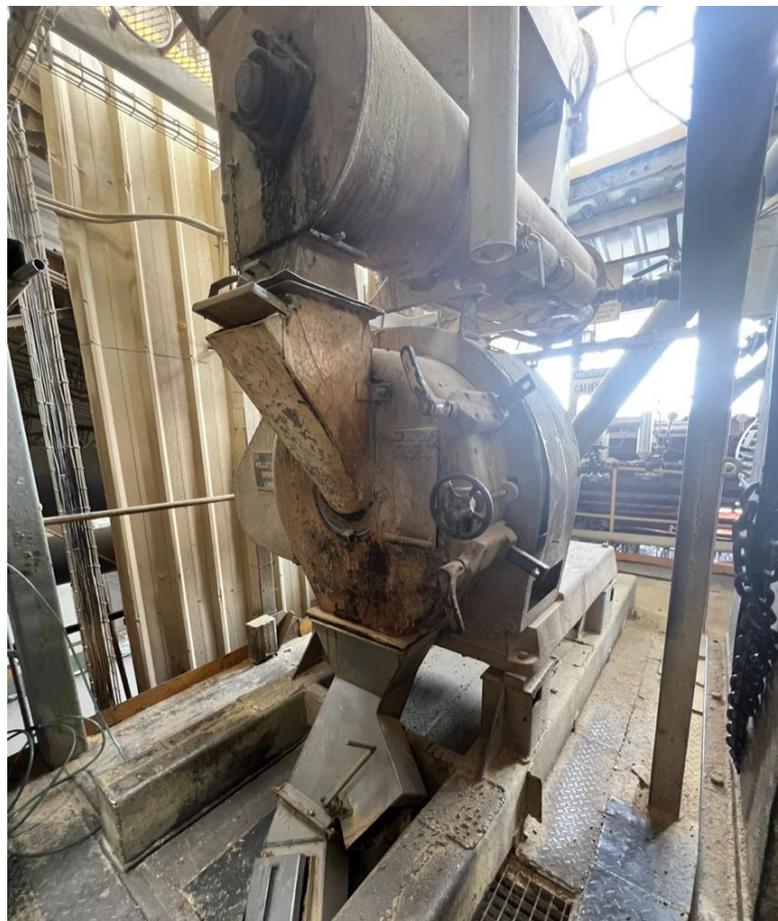
**7.- ¿Cuáles de los siguientes factores creé usted que influyen en su decisión al momento de vender el cacao dentro del establecimiento?**

- Precio
- Asesoramiento
- Agilidad
- Otros
- Total

## ANEXOS

Imágenes evidenciando los anexos dentro del Centro de Acopio Miryan.





# CENTRO DE ACOPIO MIRYAN

## Proceso de elaboración del **CHOCOLATE**

### Cultivos de cacao

El cacao se cultiva en regiones tropicales como Centroamérica, Sudamérica, África Occidental y el Sureste Asiático. Existen diversas variedades de la planta del cacao, cada una de ellas da diferentes propiedades al chocolate.



### Fermentado y secado

Tras cultivar el cacao, se lleva a cabo un proceso de fermentación, que se puede hacer apilando las semillas y la pulpa del cacao y cubriéndolos con hojas de banana o dentro de cajas de madera. Una vez finalizado este proceso, se toman las semillas y se dejan secando al sol.



### Procesado del cacao

Posteriormente, los granos de cacao pasan por procesos de horneado, molido, mezclado y prensado que dejan el cacao listo para preparar diferentes productos. Esto suele hacerse en fábricas por medio diferentes tipos de maquinaria.



### Elaboración del chocolate

Dos de los componentes que se obtienen mediante este proceso son la masa de cacao y la manteca de cacao, que se mezclan con azúcar y a veces también con leche para hacer el chocolate.



### ¡Delicioso chocolate!

Una vez teniendo el producto final que es el chocolate, se comer en tabletas o se puede utilizar para hacer helados, pasteles, dulces, chocolate caliente y muchas otras recetas deliciosas.



## CENTRO DE ACOPIO MIRYAN

El centro de acopio Miryan tiene el honor de invitarlos a participar a la campaña que se desarrollará destinada hacia los agricultores para el fortalecimiento de la mata de cacao.

MONTALVO- LOS RÍOS -ECUADOR

Síguenos en nuestras  
redes sociales

Centro de acopio  
Miryan





# ¡Qué cacaoote Stand#1

Una noche para  
aprender todo acerca  
del cacao



VIERNES - 9:00 P. M.

**Por la compra de un ticket, te llevas el segundo totalmente gratis!**

#Somoscentrodeacopiomiryan@ecuador!



Área de descargue del cacao dentro del centro de acopio Miryan.





Área donde se encuentra almacenado el cacao en baba.



Montalvo, 04 de Diciembre del 2022

Yo:

Miriam Teresa Bosquez Bosquez

**GERENTE PROPIETARIA DEL CENTRO DE ACOPIO DE CACAO  
MIRYAN**

*A quién interese.*

*De mi Consideración: Concedo el permiso y autorización dentro de mi establecimiento de trabajo el tiempo que sea necesario para el posterior desarrollo de la tesis del joven Alexis Josué Pino Ahitón con C.I. 1207984434; estudiante del Octavo Semestre, de la Carrera Administración de Empresa paralelo "D" siempre y cuando se comprometa al uso correcto de la información que adquiere dentro de mi establecimiento, sin más que argumentar le deseo muchos éxitos en su trayectoria académica.*

*Particular que comunico a usted para trámites correspondientes.*

  
**Miriam Teresa Bosquez Bosquez**  
C.I. 1202407886  
**Atentamente:**

 **SE COMPRA CACAO**  
Sra. Miryan Bosquez Bosquez  
RUC: 1202407886001  
PROPIETARIA

**ING. RAFAEL ALEJANDRO SÁNCHEZ MACÍAS EN CALIDAD DE  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR,**

**CERTIFICA**

Que el trabajo de integración curricular denominado "La Gestión Administrativa en la Comercialización del Cacao en el Centro de Acopio Miryan, cantón Montalvo, Provincia de los Ríos año 2023", presentado por **Alexis Josue Pino Ahiton** estudiante de la **Carrera de Administración de Empresas** pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta URKUND, reflejando un **porcentaje de similitud del 5%**, como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 23 de Julio del 2023

Atentamente,



SEPARTE ESTADÍSTICO  
SANCHEZ MACIAS

Ing. Rafael Alejandro Sánchez Macías.

**Director**

### Document Information

|                   |                                  |
|-------------------|----------------------------------|
| Analyzed document | ALEJOSUE (1).docx (D171995004)   |
| Submitted         | 2023-07-11 16:00:00              |
| Submitted by      |                                  |
| Submitter email   | apino@mailes.ueb.edu.ec          |
| Similarity        | 5%                               |
| Analysis address  | rsanchez.ueb@analysis.orkund.com |

### Sources included in the report

### Entire Document

### Hit and source - focused comparison, Side by Side

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Submitted</b><br>text | As student entered the text in the submitted document. |
| <b>Matching</b><br>text  | As the text appears in the source.                     |

