



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Gestión administrativa y su incidencia en la comercialización del café artesanal.

**GAONA ARCENTALES TATIANA LILIBETH
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**RIOFRIO RODRIGUEZ CINTHIA GABRIELA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Gestión administrativa y su incidencia en la comercialización del
café artesanal.**

**GAONA ARCENTALES TATIANA LILIBETH
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**RIOFRIO RODRIGUEZ CINTHIA GABRIELA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**Gestión administrativa y su incidencia en la comercialización del
café artesanal.**

**GAONA ARCENTALES TATIANA LILIBETH
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**RIOFRIO RODRIGUEZ CINTHIA GABRIELA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO

**MACHALA
2022**

La gestión administrativa y su incidencia en la comercialización del café

por Tatiana Lilibeth GAONA ARCENTALES

Fecha de entrega: 08-sep-2022 12:20p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1895240767

Nombre del archivo: PROYECTO_INTEGRADOR._1.docx (148.59K)

Total de palabras: 5715

Total de caracteres: 31548

La gestión administrativa y su incidencia en la comercialización del café

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

2

dspace.ups.edu.ec

Fuente de Internet

1%

3

Oscar Arbieto Mamani, Rosmery Sabina Pozo Enciso, Yolanda Huillca Durán. "Pensamiento de Víctor Andrés Belaunde y José Carlos Mariátegui y su influencia en la formación axiológica de los docentes de la UNAMBA – Perú / Víctor Andrés Belaunde and José Carlos Mariátegui's thought and their influence on the axiological training of UNAMBA teachers – Peru", Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 2019

Publicación

<1%

4

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, GAONA ARCENTALES TATIANA LILIBETH y RIOFRIO RODRIGUEZ CINTHIA GABRIELA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Gestión administrativa y su incidencia en la comercialización del café artesanal., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



GAONA ARCENTALES TATIANA LILIBETH

0705578474



RIOFRIO RODRIGUEZ CINTHIA GABRIELA

0707037370

TEMA: La gestión administrativa y su incidencia en la comercialización del café artesanal.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El objeto de investigación.

Para Leyva y Guerra (2020) en toda investigación científica es importante que exista un vínculo entre objeto real y conocimiento. El objeto de investigación es el espacio objetivo en donde recae el problema de investigación, en otras palabras, es la razón por la que se realiza la investigación y que influye en los demás elementos. Por otro lado, el objeto de estudio como también se lo conoce le permite al investigador la comprensión de su objeto y de esa forma agiliza el resto del proceso de la investigación (Correa, 2007).

Marinkovich y Córdova (2014), consideran al objeto de estudio como una pieza clave para que la investigación se realice con éxito porque puntualiza lo que se va a analizar y como se la llevará a cabo, en otras palabras, es lo que se quiere saber del tema, además, hace mención a que es un hecho científico que está relacionado con el método experimental en la cual la investigación será expuesta mediante un informe o artículo. El objeto de la presente investigación es la gestión administrativa y la incidencia que esta tiene en la comercialización del café artesanal.

Problema de investigación

Según Corona et al. (2017), el problema de investigación es la combinación entre fuentes bibliográficas ya existentes e información empírica que esté relacionada con el tema a investigar por lo que, actúa como un limitante para el objeto de estudio. Para los investigadores Morales et al. (2018) menciona que, una vez delimitado el tema se debe plantear una problemática que sirva para que el investigador tenga un enfoque claro y busque datos que ofrezcan información completa que se enfoque en el tema y que trate el problema, de esta manera se puede encontrar una solución a la problemática antes suscitado.

Ventura (2021) plantea que la gestión administrativa juega un papel importante en el desarrollo de actividades de la empresa, debido a que influye en la estructura organizacional por cómo se maneja la planificación, organización, dirección y control, lo que puede impactar negativa o positivamente en el entorno laboral. Así mismo, Mendoza (2017) considera que la gestión administrativa se adapta al sector al que pertenece la organización, lo que permite al

gerente innovar y mejorar el modelo de negocio empresarial, adquirir maquinaria y equipos de ser necesario, es decir, le da libertad al gerenciar y que a futuro pueda cumplir con los objetivos.

Para Ecuador la producción y comercialización del café significa una importante fuente de ingresos para quienes se involucran en este sector como los caficultores, los transportistas, acopiadores y comercializadores, debido a ello se genera empleo para los ecuatorianos que buscan la manera de obtener ingresos. En el país se produce el café artesanal en 23 de las 24 provincias que posee, los primeros cultivos se dieron en el cantón Jipijapa, Manabí en el año 1830, al paso de cinco años, la producción de un café diferente se empezó a producir en Quevedo en el año 1951, y así en las demás provincias. El único territorio en donde no se cultiva café es en Tungurahua a pesar de que en el cantón Baños se reportan cosechas en pequeñas cantidades (Fórum Café, 2019).

Desde el punto de vista de Bauce (2016), considera que para redactar el planteamiento del problema de una investigación debe fundamentarse de manera congruente, concreta y delimitar el problema además de plantear objetivos que servirán de ayuda para resolver la interrogante plasmada en el problema, así de esta manera, el investigador tiene estructurado una base para empezar a buscar artículos científicos que avalen su investigación. La presente investigación plantea como problemática ¿cómo la gestión administrativa incide en la comercialización del café artesanal?

Justificación

La justificación de un proyecto son las razones fundamentadas por las que se realiza la investigación, además debe estar basada en criterios que serán evaluados por el lector como el beneficiario, el beneficio, la importancia, interés, necesidad, utilidad y el valor del trabajo. La justificación se redacta dependiendo al tipo de estudio, las cuales son; teóricas porque se fundamenta mediante teorías y principios; práctica porque da posibles soluciones a los problemas mediante la propuesta de estrategias y; metodológica debido a que se refiere a los métodos a utilizar en la investigación (Ríos, 2017).

De acuerdo con Lema (2016), la justificación de un proyecto está orientada a la importancia de resolver el problema de la investigación y que se debe fundamentar mediante aportes teóricos, metodológicos o prácticos brindando así una solución a la problemática. En resumidas cuentas, de acuerdo a Montes y Montes (2014), la justificación es el simple hecho de responder por qué de la investigación, ya que debe haber una razón justificada de está;

también existen razones por las cuales un individuo realiza una investigación, siendo estas científicas, sociales, políticas, académicas o por razones profesionales. La gestión administrativa es la clave del éxito para toda empresa permitiéndole realizar cambios productivos y tecnológicos con la finalidad de convertirse en un negocio más eficiente. Es por ello que, la presente investigación se realiza con el propósito de analizar cómo la gestión administrativa incide en la comercialización del café artesanal.

Objetivos de la investigación

En la publicación de los autores Fonseca y Corona (2017) mencionan que, para formular objetivos de manera adecuada es importante tomar en consideración requisitos como que esté enfocado con el problema, aplicando verbos y sustantivos, además los objetivos pueden ser generales o específicos. Por otro lado, Dueñas y Zambrano (2016) aseguran que el objetivo de investigación surge por la necesidad científica de cubrir vacíos epistémicos mediante la obtención de resultados investigativos, los cuales son expresados de forma epistemológica o metodológica.

Desde el punto de vista de Espinoza (2018), los objetivos de una investigación sirven como alcance para el desarrollo del proyecto. Por ende, el presente proyecto tiene como objetivo general analizar la gestión administrativa con la finalidad de establecer cuál es su incidencia en la comercialización del café artesanal. Así mismo se plantean como objetivos específicos investigar la gestión administrativa aplicada en la comercialización del café artesanal; identificar los efectos de la gestión administrativa en la comercialización del café y sintetizar los resultados de la investigación para comprender cómo la gestión administrativa incide en la comercialización del café artesanal.

Antecedentes.

Durante la década del siglo XX, se implementó escuelas de agricultura con la intención de influenciar a los productores caficultores a través de folletos y revistas de limitado texto, aun así, había grupos que pensaban de diferentes maneras sobre cómo llevar a cabo la producción y cuidados del café, es así que después de estudios, se aceptó que el cultivo podía variar de acuerdo a la región. Luego, se desarrolló la siembra de café en dos técnicas ya sea en cuadrados o triángulos, además, se aplicó nuevos métodos para el cuidado de las plantaciones como el sembrar leguminosas, esto aportó como abono, también ayudó como cubierta verdes en las calles lo que hizo innecesario el trabajo de limpieza en invierno y por último, la práctica

de redondeo que consiste en mover la tierra alrededor de la planta teniendo como principal utilidad la conservar la humedad al cultivo (Carlos, 1999). Es de esta manera como los caficultores han ido renovando técnicas que son de ayuda para el cultivo de café lo que da como resultado producir café de calidad que está en buenas condiciones para exportar.

Referente a lo mercantil, el total de exportaciones de café registradas en el periodo de octubre del 2020 hasta agosto del 2021 presentó un aumento del 1.9% en valores numéricos esto significa que se comercializó 118,96 millones de sacos de café. La cantidad comercializada en el mes de agosto 2021 fue la misma que en agosto del 2020 valor correspondiente a 10,1 millones de sacos. Por lo tanto, hasta septiembre del 2021, se logró alcanzar un aumento del 6,2% (ICO, 2021)

CAPÍTULO II. DESARROLLO DEL PROYECTO

MARCO TEÓRICO

Gestión administrativa e importancia

Los autores Gavilánez et al. (2018) afirman que, una buena gestión permite que la empresa sea competitiva e innovadora, obteniendo mayores beneficios e ingresos, es decir, generan una ventaja competitiva, además que tienen la posibilidad de introducir sus productos o servicios a mercados internacionales. Sin embargo, mencionan que existen unos factores denominados exógenos que pueden generar un impacto tanto positivo como negativo en la comercialización de cualquier producto, los cuales intervienen en los factores externos como la tecnología, información de mercados y mercados financieros, su nombre se debe porque a medida que pasa el tiempo se generan cambios que son necesarios para las organizaciones.

De acuerdo con Pazmiño y Zambrano (2021), para que las actividades de una empresa se realicen de forma exitosa se requiere de una buena gestión por parte del gerente o líderes de los demás departamentos, quienes mediante sus capacidades en la implementación del proceso administrativo contribuirían en el cumplimiento de los objetivos de la organización. La efectividad de esta gestión se debe a factores internos como el capital humano, la innovación, los recursos, la obtención de certificaciones de calidad y el más importante la tecnología, los cuales contribuyen a una mejora continua de la empresa y sus productos, la optimización de los recursos, así como también a la reputación de la organización. En relación con el sector agrícola, los autores del artículo mencionan que esta gestión ayuda al gerente a tomar

decisiones apropiadas y eficaces, permitiéndole adquirir experiencia, además de nutrirse de conocimiento favoreciendo así, la permanencia en el mercado de empresas relacionadas al sector.

Así mismo Correa y Ospina (2020) encuentran que mantener una constante capacitación a sus colaboradores da como resultado una mejora en sus procesos, permitiendo que algunos lotes de café se mantengan con mejor calidad en aroma y gusto. Por otro lado, Álvarez et al. (2019), mencionan que un modelo de gestión sostenible es sinónimo de responsabilidad social porque actúa de acuerdo a la demanda, permitiendo la optimización de procesos como el aumento de la competitividad o el mejoramiento de los servicios, los cuales están relacionados con el área administrativa y productiva.

Gestión aplicada a empresas y sus efectos

Moncayo et al. (2021) indican que la gestión administrativa permite tanto a las empresas públicas como privadas implementar mecanismos económicos que benefician a los procesos productivos cumpliendo con los objetivos, específicamente los relacionados con las ventas y gestión comercial verificando siempre el adecuado procedimiento que se realiza dentro de la organización. Por otro lado, Solís et al. (2021) mencionan que un proceso estratégico utilizado en la gestión administrativa es el uso de los dispositivos electrónicos, mediante aplicaciones móviles, puesto que, son herramientas útiles y necesarias para la eficiencia de las empresas. Los servicios tecnológicos son más eficientes y fáciles de usar al momento de comercializar los productos en el mercado; en los clientes generan una experiencia agradable al adquirir los productos, satisfaciendo así sus necesidades.

Desde el punto de vista de Calderón et al. (2018), el crecimiento de las empresas se da cuando estas tienen la disposición de mejorar tanto en sus funciones como en las gestiones empresariales, es decir, en todos sus procesos, de esa manera las actividades tendrán un rumbo hacia el éxito tomando mejores decisiones y constantes controles que ayudan a la optimización de recursos. La importancia de la gestión administrativa en las PYMES se debe a que la administración empresarial se ve influida por diversos factores de su alrededor como los avances tecnológicos, las necesidades de la sociedad, además del estado actual de la economía de un país (Mendoza, 2021).

De acuerdo con Álvarez et al. (2017), los controles administrativos son esenciales para la cadena productiva y de comercialización del café, porque permiten la reorganización de los

procesos y objetivos para que los intermediarios no sean los únicos en obtener ganancias, además favorece la introducción internacional de estos granos, para ello se requiere de una gestión en donde las acciones, estrategias y personas estén alineados al objetivo de la empresa, logrando así la sostenibilidad y el desarrollo empresarial.

Café artesanal

En el Ecuador, el café artesanal es producido más en la región costa debido a que es la que más hectáreas productivas posee, al igual que la cantidad de plantación y cosecha. Venegas et al. (2018) mencionan que las provincias que poseen mayor número de campo para producir café son Orellana, Sucumbíos y Manabí, siendo esta última, la provincia con la mayor cantidad de hectáreas disponibles para la producción del grano hasta el año 2012, representado porcentualmente en un 61.89%. Mientras que en el año 2014 hubo una disminución de la producción internacional de un 25.82%, lo que significó para el país y los productores del sector pérdidas considerables debido a la baja de la cosecha.

Para Ponce et al. (2018), la importancia del café para los ecuatorianos se da en ámbitos económicos porque su comercialización constituye a la generación de ingresos para todos los involucrados en este sector; en cuanto a lo social debido a que son cultivados en diversos pueblos del Ecuador, se cultivan en 23 de las 24 provincias; en lo ambiental porque son cultivados en diferentes suelos lo que favorece a la flora y fauna; la creación de proyectos por parte de la institución pública MAGAP ha permitido la reactivación de la caficultura; y, es importante en la salud humana puesto que previene enfermedades como la diabetes y Parkinson.

Producción y Comercialización

Para Meleán y Velasco (2017), la comercialización consta de un proceso que marca el inicio de la elaboración de un producto en el cual se toma en cuenta los costes de la producción, y, por lo tanto, se ven involucrados diferentes actores como aquellos que están inmersos en la producción y distribución ya sea mayorista o minoristas, además de agentes vendedores, para que de esta manera el producto pueda llegar a manos de los consumidores finales; en cuanto a su distribución comercial puede tener un efecto positivo o negativo dependiendo del área logística de la empresa.

Existen dos sistemas para calcular los márgenes de comercialización, directo o indirecto, pero según los autores González et al. (2020) el sistema más eficaz es el directo debido a que involucra tres puntos, en los cuales el gerente o encargado debe estudiar los lotes producidos que salen de la finca hasta llegar al centro de acopio de venta o almacenaje, para esto se requiere de un cálculo estadístico, asimismo registrar los costos y precios desde la producción, logística, almacenamiento hasta llegar a manos del consumidor final, y por último, mediante el muestreo estadístico precisando los lotes de producción para la investigación.

Según el estudio de Arreaga et al. (2021) mediante el análisis de aportes de productos agropecuarios al PIB nacional, se puede observar que los ingresos percibidos por la exportación de café ecuatoriano son inferiores al ingreso de las exportaciones de camarón y petróleo, por lo que, en cuanto al ingreso por la venta de café se ha visto un declive por el bajo rendimiento obtenido del producto, a pesar de ser un cultivo que es mayormente sembrado en el territorio ecuatoriano, en cuanto a factores que afectan la producción y venta del café son malas prácticas durante el cultivo, el aumento en el mantenimiento para la producción, además de no renovar los cultivos de café, ya que estos cultivos alcanzan una edad madura en la cual, no son tan productivos como los cultivos jóvenes.

Para Montoya y Hernández (2015), la calidad de los productos, en este caso del café, se obtiene mediante el buen uso de los recursos como la protección de suelos, fertilización y biodiversidad, además evitar la invasión de plagas o microorganismo que afecten al grano, es importante que el uso de químicos sea utilizado en lo más mínimo para el producto sea orgánico.

Incidencia de esta gestión en la comercialización.

Tal como lo redactan los investigadores Rueda et al. (2020) reconocen como impacta de manera positiva o negativa el uso de las herramientas de la gestión administrativa, entre las cuales se encuentra la matriz Boston consulting, matriz DOFA, análisis CAME, Benchmarking, Customer relationship Management, entre otras más. Es decir, la aplicación de estas herramientas logra marcar un precedente en cuanto al desarrollo de una empresa, limitando una evidente diferencia en el desarrollo, efectividad y un correcto análisis de objetivos lo que tiene como consecuencia mejorar la productividad de la empresa generando más ingresos evitando gastos innecesarios que podrían implementarse en mejorar la calidad del producto a ofertar.

Por otro lado Pérez y Villafuerte (2018) mencionan que existe otra forma en la cual la gestión administrativa se involucra en el comercio del café artesanal ya sea para exportar o para consumo nacional, es la red de transporte y la calidad del producto ofertado, por lo tanto, para poder brindar una comercialización de café óptima, se debe contar con un plan organizacional, que ayude a la obtención de una ruta logística cómoda para la producción y segura para los empleados, además de contar con un centro de acopio inmejorable para el almacenamiento del producto. Es así como la gestión administrativa incide en la comercialización del café, porque de esta manera la empresa se encarga de proveer calidad en el producto.

Entonces, la gestión administrativa es una pieza fundamental para la comercialización del café artesanal, porque ayuda a la ejecución de las actividades de forma adecuada, generando efectos positivos, como la optimización de tiempo, recursos y costos para ser utilizados de manera eficiente. Una de las ventajas de contar con esta gestión es que los productores de café obtienen más experiencia y conocimiento en la administración de su negocio, por ende, favorece en los procesos de producción. En cambio, en la comercialización del café esta le ayuda a extenderse a nuevos mercados, así como incrementar sus ventas, prevenir riesgos y ofrecer productos de calidad.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO.

Diseño de la investigación.

Para el presente proyecto se determinó que el diseño de investigación es no experimental porque, desde el punto de vista de Arispe et al., (2020) este proceso se basa principalmente en la observación y análisis de las variables. Bajo este concepto, el principal objetivo fue realizar un estudio sobre la incidencia que tiene la gestión administrativa en la comercialización del café artesanal, logrado a través de la lectura de artículos científicos que, sin duda, proporcionó a esta investigación información fidedigna.

Tipos de investigación.

El tipo de investigación que se generó fue descriptivo, de acuerdo con Guevara et al. (2020), consiste en un análisis y descripción detallada sobre los principales aspectos que tiene el objeto de estudio. Por ende, la información recopilada en el proyecto permitió encontrar posibles soluciones a la problemática planteada debido a que, se contó con datos sumamente relevantes y apropiados para dar respuesta a la interrogante. Además, se empleó una

investigación documental, según Reyes y Carmona (2020) posee un alcance cualitativo basado en la recolección de información mediante la lectura de documentos, revistas, libros y artículos científicos acerca del tema. Bajo este concepto, se pudo obtener para el desarrollo de este proyecto información verídica de fuentes fidedignas.

Nivel de investigación.

Los niveles que se adoptaron son: descriptivo y explicativo, desde el punto de vista de Alonso et al., (2022) el primero consiste en la manera que el investigador busca información detallada acerca del fenómeno que se está analizando y todos sus componentes, mientras que el segundo, hace referencia a las causas por las cuales se dio dicho suceso. Con base a estas definiciones, en el presente proyecto se investigó a la gestión administrativa y los efectos que repercuten en la comercialización del café artesanal para posteriormente, los resultados obtenidos ser sintetizados con la finalidad de encontrar respuesta a la problemática de esta investigación.

Método de investigación.

Con respecto al método investigativo aplicado a este proyecto fue el deductivo, ya que de acuerdo con Rodríguez y Pérez (2017) consiste en pasar del conocimiento general al particular. Es por ello que, se buscó información acerca de la comercialización como un término universal, posteriormente sobre la producción y mercadeo del café artesanal. En donde, la particularidad fue determinar la incidencia de la gestión administrativa en la comercialización del grano.

Instrumento de recolección de datos.

La encuesta es un instrumento de investigación cualitativo y sistemático para la recopilación de información, con el fin de construir descriptores cualitativos de los atributos de la población en general, capaces de dar respuesta a problemas en términos descriptivos con relación a las variables (Jansen, 2013). No obstante, la encuesta fue desarrollada de forma digital mediante el uso de la plataforma Google Forms, que permitió recolectar datos relevantes para el desarrollo del proyecto; cabe mencionar que primero se ejecutó un plan piloto que consistió en enviar el cuestionario virtual a 10 docentes con el fin de verificar si las preguntas estaban correctamente planteadas, lo que resultó favorable porque no hubo correcciones en ningún ítem.

El formulario fue diseñado con 9 preguntas de opción múltiple, según Cruz et al., (2021) su estructura consiste en un conjunto de respuestas en donde el encuestado solamente debe elegir una, la cual considere sea la más apropiada; 3 ítems fueron formulados haciendo uso de la escala de Likert que constó de cinco alternativas, en donde dos fueron expresadas a favor del hecho a medir, una imparcial y las restantes en contra; siendo una escala de medición que se utiliza para conocer el grado de acuerdo o desacuerdo de una persona con respecto a una declaración (Matas, 2018).

Población y muestra.

La población utilizada para el desarrollo de este proyecto fue finita, comprendida de personas económicamente activas, específicamente en el ámbito comercial. Por otro lado, Hernández (2019) menciona que el muestreo intencional o de conveniencia permite al investigador obtener información valiosa a través de grupos exclusivos. Bajo este concepto, se estimó conveniente aplicar a 10 profesionales con cargos de jefatura, de los cuales cuatro son de empresas cafeteras, tres productoras de banano, dos organizaciones relacionadas a la comercialización de producto y una institución financiera, así como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1.

Ocupación de los encuestados y empresa en la que laboran.

Cargo	Empresa
Propietario	Café Don Manuelito
Propietario	Tienda comercial
Propietario	Empresa La Marianita
Propietario	Comercializadora Bioaqua
Propietario y Administrador	Café Don Panchito
Asistente de Producción	Peoria S.A.
Jefa de sucursal	Cooperativa Faces Microfinanzas
Secretaria	Asociación de productores agrícolas Mollopongo
Supervisor de Calidad	Corporación Palmar
Supervisor de Calidad	Empresa Incarpalm

Nota. Elaboración propia de los autores.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis de resultados

Tabla 2.

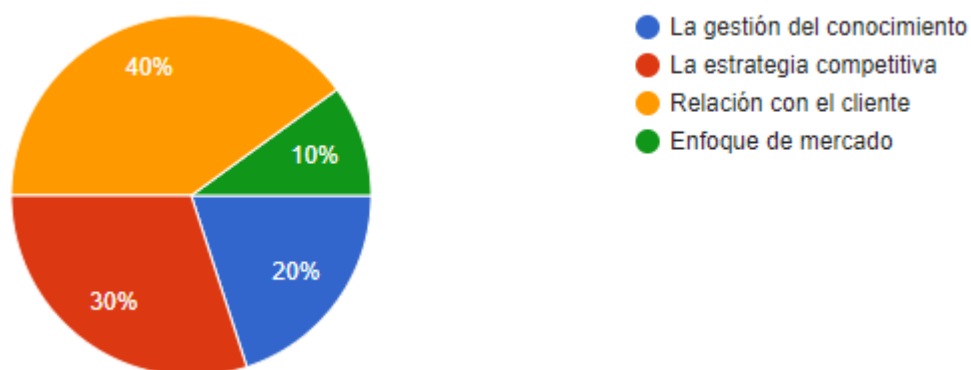
Alternativas para el desarrollo de la producción de café artesanal.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Identificar costes de producción.	6	60%
Conseguir financiamiento.	1	10%
Encontrar el segmento de consumo.	2	20%
Aplicar un buen proceso administrativo.	1	10%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia de los autores.

Figura 1.

Principal factor de la gestión administrativa.



Nota. Elaboración propia de los autores.

Tabla 3.

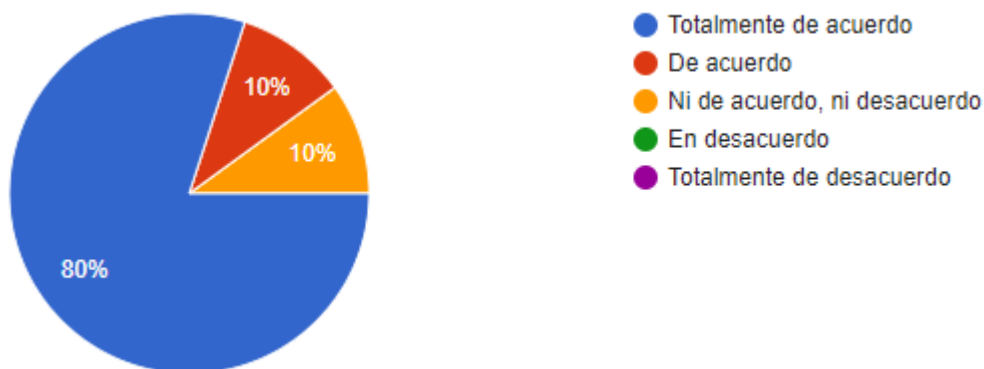
Principal ventaja de la gestión administrativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayores ventas.	1	10%
Mejor organización.	3	30%
Optimización de recursos como tiempo y costes.	6	60%
Mejor desempeño organizacional.	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota. Elaboración propia de los autores.

Figura 2.

Valoración de la planeación organizacional en la comercialización del café.



Nota. Elaboración propia de los autores.

Tabla 4.

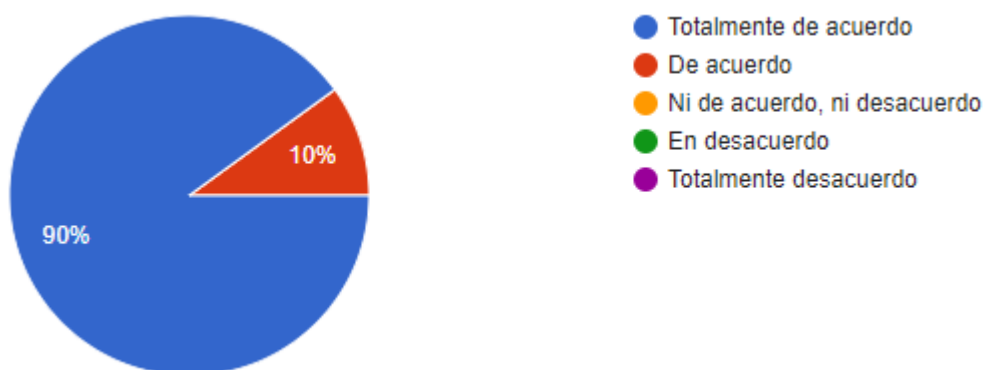
Tipos de control.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Control administrativo.	9	90%
Control preliminar.	0	0%
Control concurrente.	1	10%
Control de retroalimentación	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota. Elaboración propia de los autores.

Figura 3.

Valoración de las acciones por parte de la gerencia.



Nota. Elaboración propia de los autores.

Tabla 5.

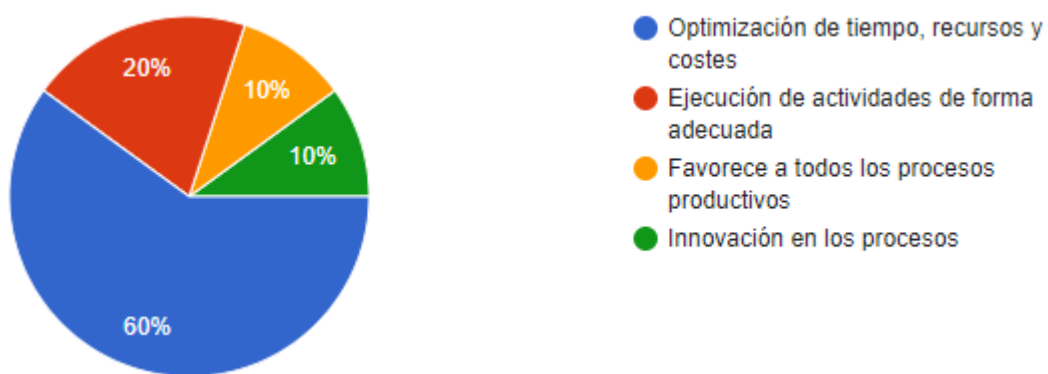
Prioridad de estructura organizacional.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aumenta la productividad y comercialización.	6	60%
Permite la división de trabajo.	0	0%
Atribuye autoridad.	1	10%
Fomenta responsabilidades en las personas.	3	30%
TOTAL	10	100%

Nota. Elaboración propia de los autores.

Figura 4.

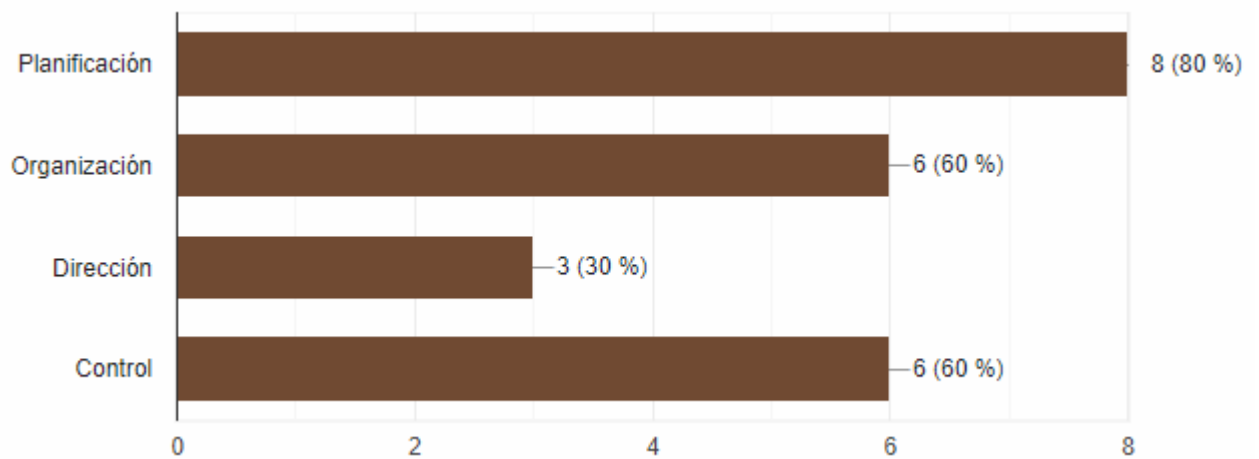
Efectos de la gestión administrativa.



Nota. Elaboración propia de los autores.

Figura 5.

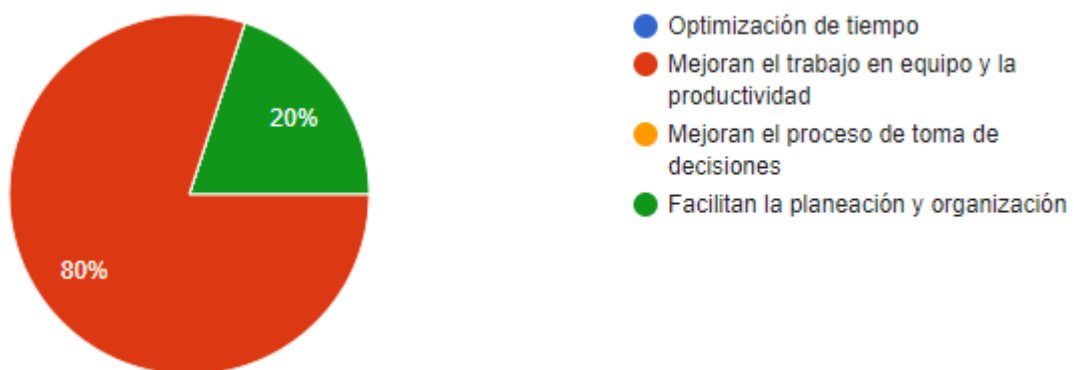
Elementos del proceso administrativo.



Nota. Elaboración propia de los autores.

Figura 6.

Principal beneficio de una herramienta administrativa.



Nota. Elaboración propia de los autores.

Tabla 6.

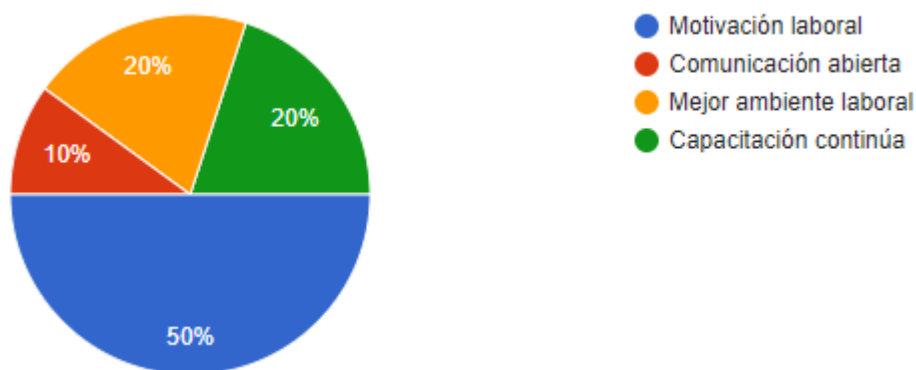
Principal factor que afecta a la producción y comercialización del café artesanal.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Malas prácticas durante el cultivo del grano	5	50%
Crisis económica.	1	10%
Falta de información	2	20%
Falta de recursos.	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota. Elaboración propia de los autores.

Figura 7.

Métodos o técnicas para que los trabajadores sean más productivos y eficientes.



Nota. Elaboración propia de los autores.

Tabla 7.

Importancia del margen de utilidad de un producto.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante.	10	100%
Importante.	0	0%
Algo importante	0	0%
Poco importante.	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota. Elaboración propia de los autores.

Contrastación Teórica de Resultados.

La gestión administrativa aplicada en la comercialización del café artesanal es apropiada y eficiente, porque de acuerdo a los encuestados permite la optimización de los recursos como tiempo y costes, además del aumento de sus ventas a través de una adecuada organización. Dicho esto, Casanova et al., (2021) manifiestan que las áreas de administración, finanzas y producción son las más beneficiadas con estas ventajas, debido a que se pueden gestionar decisiones oportunas para el correcto desarrollo de la comercialización.

No obstante, en las organizaciones, el control es uno de los elementos necesarios para que las actividades se desarrollen correctamente según lo establecido, por lo tanto, se consideró al control administrativo como el más conveniente de aplicar en las comercializadoras de café artesanal a fin de que se tornen más productivas. Adicional a lo anterior, Parrales et al., (2022) indican que la aplicación de un adecuado control administrativo es capaz de minimizar los riesgos a fin de alcanzar la eficiencia, eficacia y optimización de sus operaciones.

Por lo consiguiente, todos los profesionales manifestaron que están totalmente de acuerdo con que las acciones ejecutadas por parte de la gerencia estratégica influyen en la comercialización del café. Además, se estimó conveniente que para las comercializadoras se apliquen los elementos del proceso administrativo, especialmente la planificación, organización y control, pues, de acuerdo con los resultados, estos son los que más predominan.

Por tal motivo, Fossi et al., (2013) mencionan que son herramientas claves utilizadas para llegar a desarrollar los objetivos de la organización.

Los efectos que produce la gestión administrativa en la comercialización de café artesanal son positivos, ya que, de acuerdo a los profesionales encuestados, permite la optimización de todos los recursos que poseen las empresas, facilita la planeación y organización a través del uso de herramientas administrativas con la finalidad de aumentar la productividad organizacional. Como lo indican Salazar et al., (2022) la ventaja de aplicar estas herramientas de gestión es el mejoramiento continuo de los procesos administrativos de las organizaciones con eficiencia y eficacia, obteniendo como resultado el incremento de la productividad y comercialización de los productos.

La relación con el cliente y la implementación de estrategias competitivas son los principales factores que se manejan desde la gestión administrativa e inciden en el éxito de las empresas comercializadoras de café artesanal. Desde el punto de vista de Delgadillo (2005) las organizaciones adquieren cuantiosos beneficios cuando se cultivan lazos de confianza con los clientes, especialmente con aquellos que son considerados rentables porque disminuyen el riesgo de que las empresas no logren comercializar su producto.

Un punto importante a considerar, es que la principal causa por la que es afectada la producción y comercialización del café artesanal se debe a las malas prácticas que se realizan durante el cultivo del grano, problema que se relaciona con la falta de información y recursos, producto de una crisis económica. Romero y Camilo (2019) afirman que el café tiene origen principalmente en suelos tropicales, por lo que requieren de un extremo cuidado en su proceso de cultivo para que alcancen una alta capacidad productiva y calidad, además mencionan que los cafés que más se comercializan son: arábica, robusta, liberano y excelso.

Por tal motivo, los profesionales indicaron que es importante determinar el margen de utilidad del café artesanal. Para Gonzáles et al., (2019) en el cálculo del margen de comercialización se toman en cuenta los precios de los productos finales y lo que el consumidor paga al adquirirlo, con la finalidad de establecer cuánto es el ingreso monetario que recibe el intermediario y empresario, además de la cantidad en kilogramos del café vendido en un determinado tiempo.

Las empresas comercializadoras de café artesanal aplican una óptima gestión administrativa lo que les genera múltiples beneficios. La utilización de la técnica de motivación

laboral es la alternativa más opeionada por parte de los encuestados, pues de esa manera los trabajadores se tornan productivos y eficientes a fin de aumentar sus ventas. Una forma de lograr esta eficiencia laboral es a través de la capacitación continua de todo el personal de la organización, especialmente los que conforman el área de administración. Dentro de este marco, Peña y Villón (2017) indican que la motivación presenta un vínculo con la satisfacción laboral y ambiente de trabajo, debido a que son factores que influyen en el desenvolvimiento de los empleados al desarrollar sus tareas, generando así, el éxito organizacional.

Dentro de esta gestión, la planeación es considerada parte esencial para el adecuado funcionamiento de una empresa comercializadora de café, como lo indican los profesionales encuestados al responder que están totalmente de acuerdo con esta expresión. Así mismo, García et al., (2017) mencionan que la ejecución de las actividades de forma planificada ayuda a las organizaciones a que sean más productivas, disminuyendo la preocupación de los directivos en cuanto a posibles riesgos y maximizando los beneficios económicos.

Valoración de factibilidad.

Dimensión técnica.

Como expresan Flores et al., (2016) la dimensión técnica son aquellas herramientas o instrumentos que permiten determinar la valoración de viabilidad de un proyecto. Bajo este concepto, la dimensión técnica del presente estudio utilizó herramientas tecnológicas, que permitieron obtener información para dar solución al problema de la investigación, comprobando que la gestión administrativa aplicada en las empresas que comercializan café artesanal obtiene beneficios, debido a que provoca un aumento en la productividad de las actividades realizadas en la organización.

Dimensión económica.

Según García (2017) manifiesta que, con respecto a la factibilidad económica, cumple un rol importante dentro de un estudio investigativo porque hace énfasis a los recursos financieros utilizados, debido a que son los que hacen posible su desarrollo y sustentabilidad. En tal sentido, en la dimensión económica del presente proyecto investigativo se determinó que la gestión administrativa incide de forma positiva en la comercialización de empresas cafetaleras, debido a que su práctica genera optimización de recursos, tiempo y costes en el

desarrollo de las actividades de la empresa provocando maximizar las ganancias obtenidas en la comercialización del producto.

Dimensión social

De acuerdo con Niño (2017) el objetivo principal de la valoración de factibilidad en la dimensión social consiste en determinar las contribuciones que genera un proyecto en la sociedad, ya sea que tenga efectos positivos o negativos. Bajo este concepto, se consideró que la presente investigación contribuye favorablemente al conocimiento de las comunidades y emprendedores porque les brinda información valiosa sobre cómo la comercialización del café artesanal se ve influenciada por las acciones tomadas desde la gestión administrativa.

Dimensión ambiental

Por su parte, Gómez et al., (2018) manifiestan que la dimensión ambiental hace referencia a los efectos que puede generar un proyecto a la naturaleza. Sin embargo, la investigación efectuada no afectó de ninguna manera al medio ambiente, porque se realizó un análisis de un tema mediante la revisión de artículos y revistas científicas, además de la aplicación de una encuesta diseñada en la plataforma Google Forms, más no la elaboración de algún producto.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusiones.

La gestión administrativa y todos sus componentes inciden positivamente en la comercialización del café artesanal, porque le proporcionan herramientas administrativas al personal de la empresa, es decir, fortalece su desarrollo profesional a través de la motivación laboral y capacitación continua con la finalidad de que sean aún más productivos. Genera innumerables beneficios como la optimización de los recursos, tiempo y costes, mejor organización, aumento de las ventas, entre otros. Por ende, las comercializadoras de café obtienen mayores ingresos económicos producto de una adecuada gestión de los recursos desde el área administrativa.

Dentro de esta gestión, la implementación del control administrativo es un factor considerado esencial para mantener su eficiencia y eficacia; consiste en una función que permite a los comercializadores de café controlar que todas las actividades sean desarrolladas

correctamente, además, contribuye al cumplimiento de los objetivos organizacionales. En otras palabras, sirve para determinar que lo ejecutado vaya acorde con lo proyectado lo que facilita la planeación y organización.

Los efectos más comunes que proporciona esta gestión en las empresas dedicadas a la comercialización del café artesanal son; la optimización de recursos como tiempo y costes; aumento de la productividad y comercialización del grano, lo que favorece al éxito organizacional permitiendo el incremento de sus ingresos. Se consideró relevante destacar que, el principal factor que afecta negativamente a la producción, y, por ende, a la comercialización del café son las malas prácticas en el proceso de cultivo.

Recomendaciones.

La gestión administrativa debe ser aplicada no solo en el sector cafetalero, sino más bien, en todos los sectores comerciales, ya que el objetivo principal de esta gestión es la optimización de los recursos que posee la organización. Además, utilizar técnicas de motivación laboral con el propósito de que los colaboradores se tornen más productivos y eficientes.

Implementar el control administrativo en las empresas comercializadoras de café y otros productos, con la finalidad de que las actividades desarrolladas estén acordes a lo planificado y se logre cumplir con el objetivo principal de la organización. Además, evaluar periódicamente el desempeño de los colaboradores.

Mantener la eficiencia de la gestión administrativa en las empresas comercializadoras de café artesanal para que sigan conservando la optimización de sus recursos y el aumento de comercialización del producto. Además, corregir las malas prácticas desarrolladas durante el proceso de cultivo con la finalidad de que no se vea afectada la calidad del grano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Trujillo, J., Alonso Ricardez, A., Valera Mota, M., & Cuevas Guajardo, L. (2022). Aprendizaje estadístico basado en niveles de investigación. *Revista Educación*, 46(1), 1-17. doi:<https://doi.org/10.15517/revedu.v46i1.45425>
- Álvarez, A., Chilán, S., Figueroa, M., Marcillo, M., Parrales, J., & Caicedo, C. (2019). Modelo de gestión sostenible para mejorar la competitividad en cultivos de café. *Revista espacios*, 40(16), 1-11. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n16/a19v40n16p19.pdf>
- Álvarez, A., Chilán, S., Figueroa, M., Rocío, V., Marcillo, M., Caicedo Christian. (2017). *Gestión de las pymes para mejorar la comercialización en cultivos de café*. Manabí: Área de Innovación y Desarrollo, S.L. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2017.32>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). La investigación científica. *Universidad internacional del Ecuador*, 1-131. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACI%c3%93N%20CIENT%c3%8dFICA.pdf>
- Arreaga-Ronquillo, E., Quezada-Campoverde, J., Barrezueta-Unda, S., Cervantes-Alava, A., & Prado-Carpio, E. (2021). Impacto económico generado por la producción cafetalera en Ecuador en el periodo 2016- 2019. 593 *Digital Publisher CEIT*, 6(2), 83-91. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.732>
- Bauce, G. (24 de diciembre de 2016). ¿Por qué el problema de investigación? *Revista del instituto nacional de higiene Rafael Rangel*, 47(1-2), 150-157. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04772016000100012
- Calderón, M., Pasaca, M., Gallardo, N., & Encalada, J. (2018). La gestión administrativa y su influencia con el crecimiento empresarial para. *Polo del conocimiento*, 3(12), 261-283. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7183539.pdf>
- Carlos, N. G. (1999). La primera modernización de la caficultura costarricense (1890-1950). *Diálogos revista electrónica de historia*, 1(1), 1-31. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/439/43910101.pdf>
- Casanova, C., Nuñez, R., Navarrete, C., & Proaño, E. (2021). Gestión y costos de producción: balances y perspectivas. *Revista de ciencias sociales*, 27(1), 302-314. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533025/html/>
- Corona Martínez, L., Fonseca Hernández, M., & Corona Fonseca, M. (2017). Algunos apuntes generales sobre el problema de investigación. *MediSur*, 15(3), 426-431. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2017000300018
- Correa González, J., & Ospina Puertas, C. (2020). Asociación de mujeres productoras de café especial, zona cordillera Quindío. *Revista de investigación de la institución Universitaria EAM*, 12(1), 122-135. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7571142>

- Correa, C. (2007). La construcción de objetos de estudio, un metarrelato de la configuración de sentido en la investigación educativa. *EL ÁGORA USB*, 7(2), 259-272. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4077/407748997006.pdf>
- Cruz, I., Morejón, N., & González, D. (2021). Los ejercicios con distractores y de opción múltiple para el desarrollo de las habilidades. *Varona*, 1(73), 1-7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360670689007>
- Delgadillo, M. (2005). Gestión de la relación con los clientes y segmentación. *Perspectivas.*, 8(2), 99-109. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942412008.pdf>
- Dueñas, k., & Zambrano, J. (2016). La articulación entre teoría, objetivos y metodología en la investigación social. *Dominio de las ciencias*, 2, 163-174. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802929>
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis de una investigación. *Revista de Educación Mendeive*, 16(1), 122-139. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/men/v16n1/1815-7696-men-16-01-122.pdf>
- Flores, P., Castro, M., & Ávila, V. (2016). Estudio de factibilidad para implantar una fábrica procesadora de stevia en la ciudad de Cuenca. *RETOS. Revista de ciencias de la administración y economía.*, 6(12), 148-161. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504551172002/504551172002.pdf>
- Fonseca, M., & Corona, L. (2017). Algunas sugerencias prácticas para la formulación del problema científico y los objetivos en el proyecto de investigación. *Revista electrónica Medisur*, 15(4), 576-582. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180052835019>
- Fórum Café. (2019). El café en Ecuador. *Forum Cultural de café*, 6-9. Obtenido de <https://www.revistaforumcafe.com/el-cafe-en-ecuador>
- Fossi, L., Castro, L., Guerrero, W., & Vera, L. (2013). Funciones administrativas y la participación comunitaria. *Orbis. Revista científica ciencias humanas.*, 9(25), 47-63. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/709/70928419004.pdf>
- García, G. E. (2017). Valoraciones y significaciones acerca del movimiento del dinero en una economía de consumo local. *Revista de ciencias sociales*, 17(1), 79-95. doi:10.15448/1984-7289.2017.1.24618
- García, J., Duran, S., Cardeño, E., Prieto, R., García, E., & Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista espacios*, 38(52), 1-14. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf>
- Gavilánez, M., Espín, M., & Arévalo, M. (2018). Impacto de la gestión administrativa en las Pymes del Ecuador. *Revista Eumednet*, 1-17. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/07/gestion-administrativa-pymes.html>
- Gómez, C., Castillo, V., & Fajardo, M. (2018). Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. *CONTEXTO* 7, 57-64.

- González Razo, F., Sangerman Jarquín, D., Rebollar Rebollar, S., Omaña Silvestre, J., Hernández, J., & Morales, J. (2020). El proceso de comercialización del café en el sur del Estado de México. *Revista mexicana de ciencias agrícolas.*, 10(6), 1195-1206. doi:<https://doi.org/10.29312/remexca.v10i6.2057>
- González, F., Sangerman, D., Rebollar, S., Omaña, J., Hernández, J., & Morales, J. (2019). El proceso de comercialización del café en el sur del Estado de México. *Revista mexicana de ciencias agrícolas.*, 10(6), 1195-1206. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v10n6/2007-0934-remexca-10-06-1195.pdf>
- Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista científica del instituto nacional de salud*, 2(1), 75-79. doi:<https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- ICO. (2021). *Informe del mercado del café Septiembre 2021*. Londres: Organización internacional del café. Obtenido de <https://www.ico.org/documents/cy2020-21/cmr-0921-c.pdf>
- Jansen, H. (2013). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas.*, 5(1), 39-72. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4531575.pdf>
- Lema, H. (2016). *Metodología de la Investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=COZDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=justificacion+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjShuyCker0AhUORTABHY-uDAw4FBDoAXoECAsQAg#v=onepage&q&f=false>
- Leyva, J., & Guerra, Y. (2020). Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica. *EDUMECENTRO*, 12(3), 241-260. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742020000300241
- Marinkovich, J., & Córdova, A. (2014). La escritura en la universidad: Objeto de estudio, método y discursos. *Revista signos*, 40-63. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/signos/v47n84/a03.pdf>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa.*, 20(1), 38-47. doi:<https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Meleán Romero, R., & Velasco Fuenmayor, J. (2017). Proceso de comercialización de productos derivados de la ganadería bovina de doble propósito. *Negotium*, 13(37), 47-61. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78252811004.pdf>
- Mendoza, A. (02 de mayo de 2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta. *Revista científica dominio de las*

- Mendoza, A. (2021). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta. *Dominio de las ciencias*, 3(2), 947-964. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6325898.pdf>
- Moncayo, O., Cano, J., & Zambrano, L. (2021). *Gestión administrativa al detalle caso Importadora Tomebamba S.A. Plan Integral Tomebamba*. Tomebamba: Grupo de capacitación e investigación pedagógica. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/753/3/JOSE%20LUIS%20ZAMBRANO%20GILCES.pdf>
- Montes del castillo, A., & Montes martínez, A. (2014). Guía para proyectos de investigación. *Universitas*(20), 91-126. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4761/476147260005.pdf>
- Montoya, M., & Hernández, O. (2015). La pequeña producción y comercialización de café en comunidades campesinas. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1, 9-13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263139243001.pdf>
- Morales, R., Alatorre, E., & Infante, A. (01 de junio de 2018). Experiencias de problematización en investigación educativa. (u. d. huelva, Ed.) *Publicaciones universidad Huelva*, 184. Obtenido de http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/14971/Experiencias_de_%20problematizacion_en_investigacion_educativa%5B1%5D-1.pdf?sequence=2
- Niño, P. (2017). Estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización del producto menthoflex en el municipio de Sogamoso. *Universidad pedagogía y tecnología de Colombia*, 1-93. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2232/1/TGT-766.pdf>
- Parrales, J., Peña, D., & Figueroa, M. (2022). Sistemas de control administrativo en el entorno micro empresarial. *Polo del conocimiento*, 7(2), 685-706. doi: 10.23857/pc.v7i1.3610
- Pazmiño, D., & Zambrano, L. (2021). Factores críticos de éxito para la gestión administrativa de los centros de acopio agrícola. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 559-610. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.826>
- Peña, H., & Villón, S. (2017). Motivación Laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional. *Revista Científica*, 3(7), 177-192. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7011913.pdf>
- Pérez-Pérez, E., & Villafuerte-Solís, D. (2018). Efectos del mercado desregulado sobre los campesinos productores de café de los altos de Chiapas: en caso de UCIPA. *Revista Luminar, estudios sociales y humanísticos*, 16(1), 134-149. doi:<https://doi.org/10.29043/liminar.v16i1.569>
- Ponce, L., Orellana, K., Acuña, I., Fuentes, T., & Alfonso, J. (2018). Situación de la caficultura ecuatoriana: perspectivas. *Revista Electrónica del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 15(1), 307-325. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v6n1/reds15118.pdf>

- Reyes, L., & Carmona, F. A. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. *Universidad Simón Bolívar*, 1-4. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12442/6630>
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Málaga: Servicios Académicos Intercontinentales S.L. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/index.html?id=1662>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1(82), 1-26. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Romero, J., & Camilo, J. (2019). Manual de producción sostenible de café. *Instituto interamericano de cooperación para la agricultura.*, 1-105. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8726/BVE20037756e.pdf?sequence=1>
- Rueda Galvis, J., Youseline Garavito, H., & Calderón Campos, J. (2020). Indicadores de gestión como herramienta de diagnóstico para pymes. *I+D Revista de investigadores*, 15(2), 119-134. doi:<https://doi.org/10.33304/revinv.v15n2-2020011>
- Salazar, J., Romero, A., Boza, S., & Granizo, A. (2022). Estrategias para la optimización de la gestión administrativa en una empresa constructora usando el balanced scorecard. *Res non verba Revista científica*, 12(1), 56-73. doi:<https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i1.623>
- Solis, J., Bucheli, X., & Manjarrez, N. (2021). Gestión Administrativa de aplicaciones móviles y su efecto en la comercialización de productos de consumo en el cantón Quevedo. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 8(3), 1-16. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/516/338>
- Venegas, S., Orellana, D., & Pérez Pablo. (2018). La realidad Ecuatoriana en la producción de café. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2(2), 72-91. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732775>
- Ventura de Esquén, A. (01 de 03 de 2021). Gestión administrativa y por motivación en la producción de una empresa de productos naturales. *Revista 593 Digital Publisher Ceit*, 6(2), 43-60. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.2.465>

Anexos

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN: PROYECTO INTEGRADOR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ ARTESANAL

TEMA INVESTIGACIÓN	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ ARTESANAL	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES INDEPENDIENTE X	X1		
	¿Cómo la gestión administrativa incide en la comercialización del café artesanal?	Analizar la gestión administrativa con la finalidad de establecer cuál es su incidencia en la comercialización del café artesanal.	Identificar el grado de incidencia de la gestión administrativa para la comercialización del café artesanal.	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Proceso administrativo	Cumplimiento de objetivos	1. ¿Para la comercialización del café artesanal es necesario aplicar los elementos del proceso administrativo?
						Planificación	2. ¿Considera a la planeación organizacional como parte esencial para el adecuado funcionamiento de una empresa comercializadora de café?
						Organización	3. ¿Por qué en las empresas es una prioridad contar con una estructura organizacional?

						Dirección	4. ¿Considera usted que las acciones ejecutadas por la gerencia estratégica influyen en la comercialización.
						Control	5. ¿Cuán importante es contar con un control por parte de los ejecutivos hacia las actividades de la organización?
					X2		
					Gestión aplicada a empresas	Efectividad de gestión	6. ¿La gestión aplicada en las empresas brinda un alto grado de efectividad?
						Ventaja competitiva	7. ¿Cuál es la principal ventaja que ofrece la gestión administrativa en la comercialización?
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS 1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 1	VARIABLES DEPENDIENTE Y	Y1		7
	¿Conocer cuál es la gestión administrativa aplicada para la comercialización del café artesanal?	investigar la gestión administrativa aplicada en la comercialización del café artesanal	Nivel de gestión administrativa aplicable en la comercialización de café artesanal.	COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ ARTESANAL	Producción	Costos de producción	8. ¿Cómo los costos de producción inciden en la comercialización final del producto elaborado?

						Productividad	9. ¿Qué tipo de método o técnica utilizaría para que los trabajadores sean más productivos y eficientes, con la finalidad de aumentar las ventas?
							10. ¿Cree que es conveniente la aplicación de estrategias para que exista un adecuado desarrollo de la producción del café artesanal?
						Producto	11. ¿Cree que los factores como costos de producción y la productividad aplicada para la elaboración del producto generan un impacto positivo?
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS 2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS 2	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 2		Y2		
	cuales son los efectos que genera la gestión administrativa para la comercialización del café artesanal.	Identificar los efectos de la gestión administrativa en la comercialización del café	Qué efectos tuvo la gestión administrativa para la actividad de comercializar el café artesanal.		Comercialización	Margen de comercialización	12. ¿Qué tan importante es determinar el margen de utilidad de un producto?

	PROBLEMAS ESPECÍFICOS 3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 3				
	Sintetizar los resultados obtenidos de la investigación para conocer como la gestión administrativa incide en la comercialización del café artesanal.	Sintetizar los resultados de la investigación para comprender cómo la gestión administrativa incide en la comercialización del café artesanal.	Sintetizar los resultados obtenidos para obtener conclusiones acerca de la gestión administrativa que incide en la comercialización del café artesanal.		Gestión administrativa incidencia en la comercialización	Sintetización de resultados.	13. ¿Cómo ayuda los resultados obtenidos para las conclusiones de la investigación?

INTRODUCCIÓN

Buenos días Estimado

Necesitamos contar con su apoyo para el desarrollo del proyecto “La gestión Administrativa y su incidencia en la comercialización del café artesanal”. Por lo que, le pedimos comedidamente responda el siguiente cuestionario. No le tomará más de minutos. Muchas gracias.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Calidad, pertinencia y calidez
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**ENCUESTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS DE EMPRESAS PRODUCTORAS Y
COMERCIALIZADORAS DE CAFÉ ARTESANAL**

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Estudiar la gestión administrativa y sus procesos con la finalidad de conocer su incidencia en la comercialización del café artesanal.

INSTRUCCIONES:

- 1) **Los datos serán utilizados exclusivamente para el trabajo de investigación.**
- 2) **Lea detenidamente cada aspecto, antes de escribir la respuesta.**
- 3) **No deje ninguna pregunta sin responder, marcando un (✓) en el círculo correspondiente.**

DATOS PERSONALES.

Ocupación:

1. **¿Cuál de las siguientes alternativas cree que es la más acertada para que exista un adecuado desarrollo de la producción del café artesanal? Marque una opción.**
 - Identificar costes de producción.
 - Conseguir financiamiento.
 - Encontrar el segmento de consumo.
 - Aplicar un buen proceso administrativo.
2. **¿Cuál es el principal factor de la gestión administrativa que considera usted incide en el éxito de los comercializadores de café? Marque una opción.**
 - La gestión del conocimiento.
 - La estrategia competitiva.
 - Relación con el cliente.
 - Enfoque de mercado.

3. ¿Cuál es la principal ventaja que ofrece la gestión administrativa en la comercialización?

Marque una opción.

- Mayores ventas.
- Mejor organización.
- Optimización de recursos como tiempo y costes.
- Mejor desempeño organizacional.

4. Considera a la planeación organizacional como parte esencial para el adecuado funcionamiento de una empresa comercializadora de café. Marque una opción.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

5. ¿Qué tipo de control considera que es el más óptimo de aplicar en empresas comercializadoras de café? Marque una opción.

- Control administrativo.
- Control preliminar.
- Control concurrente.
- Control de retroalimentación.

6. Considera usted que las acciones ejecutadas por la gerencia estratégica influirían en la comercialización. Marque una opción.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

7. ¿Por qué en las empresas es una prioridad contar con una estructura organizacional?

Marque una opción.

- Aumenta la productividad y comercialización.
- Permite la división de trabajo.
- Atribuye autoridad.
- Fomenta responsabilidades en las personas.

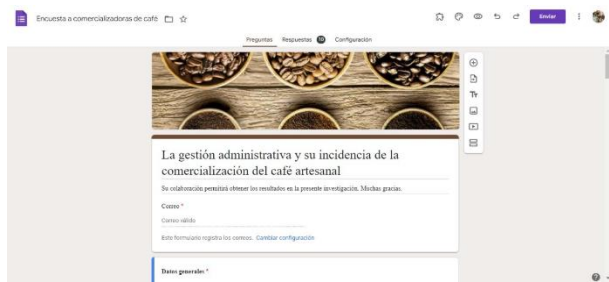
8. ¿Cuál considera usted que es el efecto más positivo de la gestión administrativa en la comercialización de café artesanal? Marque una opción.

- Optimización de tiempo, recursos y costos.
- Ejecución de actividades de forma adecuada.
- Favorece a todos los procesos productivos.

- Innovación en los procesos.
- 9. Para la comercialización del café se debe aplicar lo siguiente: Escoja una o más de una.**
- Planificación
 - Organización.
 - Dirección.
 - Control.
- 10. ¿Cuál considera que es el principal beneficio de aplicar una herramienta administrativa para la comercialización de café artesanal? Marque una opción.**
- Optimización de tiempo.
 - Mejoran el trabajo en equipo y la productividad.
 - Mejoran el proceso de toma de decisiones.
 - Facilitan la planeación y organización
- 11. ¿Cuál es el principal factor que afecta a la producción y comercialización del café? Marque una opción.**
- Malas prácticas durante el cultivo del grano
 - Crisis económica.
 - Falta de información
 - Falta de recursos.
- 12. ¿Qué tipo de método o técnica utilizaría para que los trabajadores sean más productivos y eficientes, con la finalidad de aumentar las ventas? Marque una opción.**
- Motivación laboral.
 - Comunicación abierta.
 - Mejor ambiente laboral.
 - Capacitación continua.
- 13. ¿Qué tan importante es determinar el margen de utilidad de un producto? Marque una opción.**
- Muy importante.
 - Importante.
 - Algo importante
 - Poco importante.
 - Nada importante.

ENCUESTA EN LÍNEA:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdIbR54FT7vbcIIJ0G7t9T0g16xmu9ngCaAhpYXOXaa8o8-GA/viewform?usp=sf_link



Ocupación, profesión o cargo:

Texto de respuesta corta

1. ¿Cuál de las siguientes alternativas cree que es la más acertada para que exista un adecuado desarrollo de la producción del café artesanal? *

Marque una opción.

- Identificar costes de producción
- Conseguir financiamiento
- Encontrar el segmento de consumo
- Aplicar un buen proceso administrativo

10. ¿Cuál considera que es el principal beneficio de aplicar una herramienta administrativa para la comercialización de café artesanal? *

Marque una opción.

- Optimización de tiempo
- Mejoran el trabajo en equipo y la productividad
- Mejoran el proceso de toma de decisiones
- Facilitan la planeación y organización

11. ¿Cuál es el principal factor que afecta a la producción y comercialización del café? *

Marque una opción.

- Malas prácticas durante el cultivo del grano
- Crisis económica
- Falta de información
- Falta de recursos

12. ¿Qué tipo de método o técnica utilizaría para que los trabajadores sean más productivos y eficientes, con la finalidad de aumentar las ventas? *

Marque una opción.

- Motivación laboral
- Comunicación abierta
- Mejor ambiente laboral
- Capacitación continúa
- Rotación de trabajadores

13. ¿Qué tan importante es determinar el margen de utilidad de un producto? *

Marque una opción.

- Muy importante
- Importante
- Algo importante
- Poco importante
- Nada importante

6. Considera usted que las acciones ejecutadas por la gerencia estratégica influirían en la comercialización. *

Marque una opción.

7. ¿Por qué en las empresas es una prioridad contar con una estructura organizacional? *

Marque una opción.

Aumenta la productividad y comercialización

