

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

### CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

#### TESIS DE GRADO

#### TÍTULO:

**“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA YUCA (MANIHOT ESCULENTA) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

#### **Autora:**

Cajas Robles Claribel Angélica

#### **Director:**

Ing. M.Sc. Villarroel Maya Ángel Alberto

**La Maná – Ecuador**

**Julio, 2014**

## AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA YUCA (MANIHOT ESCULENTA) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011”**, así como todos los contenidos, ideas, análisis, recomendaciones y conclusiones son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....  
Cajas Robles Claribel Angélica

CI. 171979904-9

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En la calidad de Director del trabajo de Investigación sobre el tema: **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA YUCA (MANIHOT ESCULENTA) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011”**, de Cajas Robles Claribel Angélica , postulante de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos e investigativo, suficiente para ser sometido a la evaluación del Tribunal de grado, que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Julio 2014

.....  
Ing. M.Sc Villarroel Maya Ángel Alberto.

**DIRECTOR DE TESIS**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y HUMANÍSTICAS  
La Maná – Ecuador

---

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, la postulante: **Cajas Robles Claribel Angélica**, con el título de tesis **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA YUCA (MANIHOT ESCULENTA) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, julio del 2014

Para constancia firman:

.....  
Eco. Mg. Carmen Ulloa

**PRESIDENTE**

.....  
Ing. Mg. Marilin Albarrasin

**MIEMBRO**

.....  
Lcdo. Mg. Enry Medina

**OPOSITOR**

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por haberme dado la vida y por la oportunidad de permitirme cumplir mis sueños que he tenido, por permitir tener a mis seres queridos a mi lado.*

*Y como olvidar a quienes fueron y serán siempre el motivo de mi inspiración para el logro de mis metas propuestas, mis queridos padres Cesar y Leila son como una luz que me inspiraron a seguir adelante sabiamente me condujeron por el camino del bien enseñándome que el esfuerzo, la constancia y la perseverancia en la vida son las claves esenciales para alcanzar el éxito.*

*A mis hermanos Arnulfo, Deisi, Lupe, Leo, quienes me apoyaron incondicionalmente en todo momento y lugar, brindándome siempre lo mejor, a ellos mi profundo agradecimiento.*

*Un agradecimiento infinito para mí Director de Tesis por ser un gran catedrático, amigo y guía en el transcurso de esta tesis.*

**Claribel**

## **DEDICATORIA**

*Dedicó este proyecto a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haberme puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.*

*A mis queridos padres Cesar y Leila por darme su amor, apoyo incondicionalmente y palabras innovadoras para culminar el proyecto.*

*A mis hermanos Arnulfo, Deisi, Lupe, Leo por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.*

**Claribel**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**Y HUMANÍSTICAS**

**TEMA:**

**“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA YUCA (MANIHOT ESCULENTA) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ Y SU ZONA DE INFLUENCIA, AÑO 2011”**

**Autora:** Cajas Robles Claribel Angélica

**RESUMEN**

El presente proyecto está enfocado en la producción, comercialización y rentabilidad de la yuca cultivada en el cantón La Maná, ya que la mayoría de sus habitantes se dedican a la agricultura tales como: yuca, cacao, café, naranja etc. Mediante un estudio ejecutado a un grupo determinado se analiza que existen 38 productores, 20 intermediarios en el cantón de la Maná. Se aplicó las encuestas para obtener datos reales de las distribuidoras, a través del análisis e interpretación de resultados se pudo fundamentar la propuesta, se realizó una evaluación de los estados financieros de los tres productores representativos grande, mediano y pequeño se calculó el valor actual neto la tasa interna de retorno. En lo que corresponde al VAN es positivo y se considera que es rentable así mismo la TIR responde favorablemente mostrando el retorno rápido del capital invertido por lo que se concluye que el negocio de las tres empresas posee una rentabilidad óptima. La actividad de la producción y comercialización de yuca, representa alrededor del 2,2% de los ingresos de todas las actividades productivas en el cantón La Maná, representando una importante fuente de ingresos para el trabajador lamanense por lo que su impacto en la economía es significativa.

**Palabras Claves:** Producción. Comercialización. Rentabilidad. Yuca.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE AND**  
**HUMANISTIC SCIENCES**

**THEME:**

**"PRODUCTION, MARKETING, AND PROFITABILITY OF CASSAVA (MANIHOT ESCULENTA) AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF LA MANÁ CANTON AND ITS AREA OF INFLUENCE, YEAR 2011"**

**Author:** Cajas Robles Claribel Angélica

**ABSTRACT**

The project is focused on the production, marketing and profitability of cassava which is grown in La Maná canton because most of the inhabitants are dedicated to agriculture. It is important to mention that the inhabitants cultivate different products such as cassava, cocoa, coffee, oranges, and so on. An executed study to a particular group showed that there are 38 producers and 20 intermediaries in La Maná canton. Surveys were applied in order to obtain real data of distributors. The proposal could be supported through the analysis and interpretation of results. An evaluation of the financial statements of the three representative producers was realized. It included big, medium, and small producers. In addition, the net present value was calculated according to the internal rate of return. The value related to the NPV is positive, it is considered that it is profitable and the IRR responds favorably by showing a rapid return on investment so it is concluded that the business of the three companies has optimal profitability. The production and marketing activities of cassava represent about 2.2% of the incomes of all productive activities in La Maná canton. Moreover, it represents an important source of incomes for lamanense worker because of the impact on the economy is significant.

**Descriptors: Production Marketing Profitability Cassava**





# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



## CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

La Maná - Ecuador

### *CERTIFICACIÓN*

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la señorita egresada: Cajas Robles Claribel Angélica cuyo título versa ***“Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Yuca (Manihot Esculenta) y su Relación con la Economía del Cantón La Maná y su Zona de Influencia, Año 2011;”*** lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná, Julio, 2014

Atentamente

---

Lic. Fernando Toaquiza.  
C.I.050222967-7  
**DOCENTE**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÀGINA
PORTADA .....	i
AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCIÓN .....	xxiv
CAPÍTULO I .....	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	1
1.1. Antecedentes .....	1
1.1.1. Proyecto 1 .....	1
1.1.2 Proyecto 2 .....	2
1.2. Categorías Fundamentales.....	4
1.3 Marco Teórico.....	5
1.3.1. Economía .....	5
1.3.1.1. Ramas de la Economía.....	5
1.3.1.1.1. Macroeconomía.....	5
1.3.1.1.2. Microeconomía.....	6
1.3.1.2 Elementos del Mercado .....	6
1.3.1.2.1. Oferta.....	6
1.3.1.2.2. Demanda. ....	7
1.3.1.3. Economía Agrícola.....	8
1.3.1.4. Mercado .....	8
1.3.1.5 Tipos de Mercado .....	9

1.3.1.6.	Indicadores Económicos .....	10
1.3.1.6.1.	Inflación.....	10
1.3.1.6.2	Desempleo.....	11
1.3.1.6.3	Producto Interno Bruto. ....	11
1.3.1.6.4.	Producto Nacional Bruto.....	12
1.3.2.	Producción .....	12
1.3.2.1	Proceso de Producción.....	13
1.3.2.2.	Factores de Producción.....	16
1.3.2.2.1.	La Tierra.. .....	16
1.3.2.2.2.	Capital. ....	16
1.3.2.2.3	Trabajo. ....	17
1.3.3.	Comercialización .....	18
1.3.3.1.	Canales de Comercialización .....	18
1.3.3.2.	Variables del Marketing Mix .....	20
1.3.3.2.1	Precio.....	20
1.3.3.2.2.	Producto.....	21
1.3.3.2.3	Promoción.....	21
1.3.3.2.4	Plaza. ....	22
1.3.4.	Costos.....	22
1.3.4.1	Costo Fijo.....	23
1.3.4.2	Costos Variables .....	23
1.3.4.3	Costo de Producción.....	24
1.3.4.3.1.	Elementos del Costo de Producción.....	24
1.3.5.	Rentabilidad.....	27
1.3.5.1.	Tipos de Rentabilidad .....	28
1.3.5.1.1.	Rentabilidad Fija.....	28
1.3.5.1.2	Rentabilidad Variable. ....	29
1.3.5.2.	Rentabilidad Económica.....	30
1.3.5.3.	Rentabilidad Financiera .....	30
1.3.5.4.	Estados Financieros .....	31
1.3.5.5	Evaluación Financiera.....	34
1.3.5.6	Ratios Financieros .....	35

1.3.5.7.	Valor Actual Neto (VAN).	39
1.3.5.8.	Tasa Interna Retorno (TIR).	40
1.3.6.	Gestión Microempresarial	41
1.3.6.1	PYMES	41
1.3.6.2.	Importancia de las PYMES	42
1.3.6.3	Funciones de la Gestión Microempresarial	43
1.3.6.3.1	Planeación.	43
1.3.6.3.2	Organización.	43
1.3.6.3.3	Dirección.	44
1.3.6.3.4.	Control.	44
1.3.6.5	FODA.	45
CAPITULO II		47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		47
2.1	Breve Caracterización de la Producción Comercialización y Rentabilidad de la Yuca (Manihot Esculenta) en el cantón La Maná.	47
2.2.	Operacionalización de las variables	49
2.3	Metodología Empleada	50
2.3.1	Tipos de Investigación	50
2.3.2	Metodología.	50
2.3.3	Unidad de estudio (población y muestra)	51
2.3.3.1	Población universo	51
2.3.3.2	Tamaño de la Muestra.	51
2.3.3.3	Criterios de selección de la muestra	52
2.3.4	Métodos y Técnicas a ser Empleadas	53
2.3.4.1	Métodos.	53
2.3.4.2	Técnicas.	54
2.3.5.	Encuesta dirigida a los productores mayoristas de la yuca del cantón La Maná.	55
2.3.6.	Encuesta dirigida a los intermediarios de la yuca del cantón La Maná.	71

2.3.7	Encuesta dirigida a los consumidores de la yuca del cantón La Maná.....	79
2.3.8.	Conclusiones de los encuestados .....	87
2.4.	Preguntas Científicas.....	89
CAPITULO III.....		90
APLICACIÓN DE LA PROPUESTA .....		90
3.1	Datos Informativos .....	90
3.2	Justificación.....	91
3.3.	Objetivos.....	92
3.3.1.	Objetivo General.....	92
3.3.2.	Objetivo Específicos .....	92
3.4	Descripción de la Propuesta .....	93
3.5.	Producción .....	95
3.5.1	Flujo de la Producción o Manejo de Cultivo de la Finca Buena Aventura.....	95
3.5.1.1.	Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo.....	96
3.5.2	Flujo de la Producción o Manejo de Cultivo de la Finca Lupita..	98
3.5.2.1.	Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo.....	98
3.5.3	Flujo de la Producción o Manejo de Cultivo de la Finca Leonorcita .....	100
3.5.3.1.	Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo.....	100
3.5.4	Análisis del Flujo de Producción de los Tres Productores.....	101
3.5.5	Distribución de Planta de la Producción de Yuca .....	101
3.5.5.1.	Análisis de la Distribución en Planta de la Producción de Yuca .	102
3.6.	Costo de Producción.....	102
3.6.1	Costo de Producción de la Finca Buena Aventura .....	102
3.6.2	Costo de Producción de la Finca Lupita.....	103
3.6.3.	Costo de Producción de Finca Leonorcita.....	103
3.6.4.	Análisis de los Costos de Producción de los Tres Productores ....	104
3.7.	Rentabilidad.....	105
3.7.1	Finca del Sr. Guillermo Ortega Productor Grande.....	105

3.7.1.2	Balance General.....	105
3.7.1.3	Estado de Resultados.....	106
3.7.1.4	Análisis Vertical del Balance.....	107
3.7.1.5	Análisis de los Índices Financieros de la Finca Buena Aventura.	108
3.7.1.5.1	Índices de Productividad .....	108
3.7.1.5.2	Índices de Rentabilidad.....	109
3.7.1.5.3	Índices de Endeudamiento.....	110
3.7.1.5.4	Valor Actual Neto (VAN) .....	112
3.7.1.5.5	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	112
3.7.1.6	Impacto Financiero de la Finca Buena Aventura .....	113
3.7.1.7	Flujo de Caja .....	114
3.7.1.8	Comercialización .....	116
3.7.1.9	Carta de presentación .....	117
3.7.2.	Finca del Sr. Isidro Franco Productor Mediano.....	118
3.7.2.1.	Estados Financieros Finca Lupita.....	118
3.7.2.2.	Balance General.....	118
3.7.2.3.	Estado de Resultados.....	119
3.7.2.4.	Análisis Vertical del Balance.....	120
3.7.2.5.	Análisis de los Índices Financieros de la Finca Lupita.....	121
3.7.2.5.1.	Índices de Productividad.....	121
3.7.2.5.2	Índices de Rentabilidad.....	122
3.7.2.5.3	Índices de Endeudamiento.....	123
3.7.2.5.4	Valor Actual Neto (VAN) .....	125
3.7.2.5.5.	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	125
3.7.2.6.	Impacto Financiero de la Finca Lupita .....	126
3.7.2.7.	Flujo de Caja .....	126
3.7.2.8.	Comercialización .....	128
3.7.3.	Finca del Sr. Humberto Mejía Productor Pequeño .....	130
3.7.3.1	Estados Financieros Finca Leonorcita .....	130
3.7.3.2	Balance General Finca Leonorcita .....	130
3.7.3.3.	Estado de Resultados.....	131
3.7.3.4	Análisis Vertical del Balance.....	132

3.7.3.5.	Análisis de los índices financieros de la Finca Leonorcita .....	133
3.7.3.5.1	Índices de Productividad.....	133
3.7.3.5.2.	Índices de Rentabilidad.....	134
3.7.3.5.3.	Índices de Endeudamiento .....	135
3.7.3.5.4.	Valor Actual Neto (VAN).....	137
3.7.3.5.5.	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	137
3.7.3.6.	Impacto Financiero de la Finca Leonorcita.....	138
3.7.3.7.	Flujo de Caja .....	139
3.8.	Resumen de Producción.....	143
3.8.1.	Impacto Económico.....	143
3.8.2.	Relación con la Economía del cantón La Maná .....	144
3.9.	Conclusiones y Recomendaciones .....	146
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	148
	ANEXO .....	155

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1	
FODA.....	46
CUADRO 2	
Operalización de las Variables.....	49
CUADRO 3	
Población por Familias.....	51
CUADRO 4	
Muestra por Estrato.....	52
CUADRO 5	
Relación de Producción con la Yuca.....	55
CUADRO 6	
Tiempo de Producción de la Yuca.....	56
CUADRO 7	
Hectáreas Cultivadas al Año.....	57
CUADRO 8	
Sacos Cosechados por Hectárea.....	58
CUADRO 9	
Duración de Meses de Siembra de la Yuca.....	59
CUADRO 10	
Qué Tipo de Yuca Comercializa.....	60
CUADRO 11	
Venta de la Yuca.....	61
CUADRO 12	
Donde Comercializa usted la Yuca.....	62
CUADRO 13	
Fertilización de la Tierra para la Producción.....	63
CUADRO 14	
Precio que Vendió la Última Cosecha.....	64
CUADRO 15	
Escasez de Yuca Precio Máximo.....	65



CUADRO 16	
Variaciones del Precio en Escasez de Yuca.....	66
CUADRO 17	
Razón que Continúa en el Cultivo de la Yuca.....	67
CUADRO 18	
Importancia de Contar con un Asesor.....	68
CUADRO 19	
Registro Contable de las Ventas.....	69
CUADRO 20	
Análisis de la Producción de Yuca.....	70
CUADRO 21	
Cursos de Capacitaciones para los Comerciantes.....	71
CUADRO 22	
Cantidad de Producto.....	72
CUADRO 23	
Bodega de Almacenamiento.....	73
CUADRO 24	
Comercialización del Producto.....	74
CUADRO 25	
Tiempo de Comercialización de la Yuca.....	75
CUADRO 26	
Registro de Organizaciones de Comerciantes.....	76
CUADRO 27	
Productos de Comercialización.....	77
CUADRO 28	
Estudios Técnicos sobre la Comercialización.....	78
CUADRO 29	
Tipos de Producto.....	79
CUADRO 30	
Consumo de Yuca.....	80
CUADRO 31	
Precio de la Yuca.....	81

CUADRO 32	
Factores de gran Importancia para la Compra.....	82
CUADRO 33	
Lugar donde se Adquiere la Yuca.....	83
CUADRO 34	
Consumo de Yuca.....	84
CUADRO 35	
Precio Justo del Producto.....	85
CUADRO 36	
Análisis del Consumo de la Yuca.....	86

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	
Categorías Fundamentales.....	4
Gráfico 2	
Flujo de Producción.....	13
Gráfico 3	
Tipos de Rentabilidad.....	28
Gráfico 4	
Relación de Producción con la Yuca.....	55
Gráfico 5	
Tiempo de Producción con la Yuca.....	56
Gráfico 6	
Hectáreas Cultivadas al Año.....	57
Gráfico 7	
Sacos Cogidos por Hectáreas.....	58
Gráfico 8	
Duración de Meses de Siembra de la Yuca.....	59
Gráfico 9	
Tipos de Yuca que se Comercializa.....	60
Gráfico 10	
Ventas de la Yuca.....	61
Gráfico 11	
Donde Comercializa usted la Yuca.....	62
Gráfico 12	
Fertilización de la Tierra para la Producción.....	63
Gráfico 13	
Precio que Vendió la Última Cosecha.....	64
Gráfico 14	
Escasez de Yuca Precio Máximo.....	65
Gráfico 15	
Variaciones del Precio en Escasez de Yuca.....	66

Gráfico 16	
Razón que Continúa en el Cultivo de la Yuca.....	67
Gráfico 17	
Importancia de Contar con un Asesor.....	68
Gráfico 18	
Registro Contable de la Ventas.....	69
Gráfico 19	
Análisis de la Producción de Yuca.....	70
Gráfico 20	
Curso de Capacitaciones para los Comerciantes.....	71
Gráfico 21	
Cantidad de Producto.....	72
Gráfico 22	
Bodega de Almacenamiento.....	73
Gráfico 23	
Comercialización del Producto.....	74
Gráfico 24	
Tiempo de Comercialización de la Yuca.....	75
Gráfico 25	
Registro de Organizaciones de Comerciantes.....	76
Gráfico 26	
Productos de Comercialización.....	77
Gráfico 27	
Estudios Técnicos sobre la Comercialización.....	78
Gráfico 28	
Tipos de Productos.....	79
Gráfico 29	
Consumo de Yuca.....	80
Gráfico 30	
Precio de la Yuca.....	81
Gráfico 31	
Factores de gran Importancia para la Compra.....	82

Gráfico 32	
Lugar donde se Adquiere la Yuca.....	83
Gráfico 33	
Consumo de Yuca.....	84
Gráfico 34	
Precio Justo del Producto.....	85
Gráfico 35	
Análisis del Consumo de la Yuca.....	86
Gráfico 36	
Distribución del Terreno.....	101
Gráfico 37	
Comercialización Empresa Grande.....	116
Gráfico 38	
Carta de Presentación.....	117
Gráfico 39	
Comercialización Empresa Mediana.....	128
Gráfico 40	
Carta de Presentación.....	129
Gráfico 41	
Comercialización Empresa Pequeña.....	141
Gráfico 42	
Carta de Presentación.....	142

## ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

Flujo 1 de Producción o Manejo de Cultivo Finca Buena Aventura.....	95
Flujo 2 de Producción o Manejo de Cultivo Finca Lupita.....	97
Flujo 3 de Producción o Manejo de Cultivo Finca Leonorcita.....	99

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	
Encuesta dirigida a los Productores Mayorista.....	
Anexo 2	
Encuesta dirigida a los Productores Intermediarios.....	
Anexo 3	
Encuesta dirigida a los Consumidores.....	
Anexo 4	
Anexos Finca Buena Aventura.....	
Anexo 5	
Anexos Finca Lupita.....	
Anexo 6	
Anexos Finca Leonorcita.....	

# INTRODUCCIÓN

Este proyecto se lo realiza con la finalidad obtener información actualizada sobre los beneficios que ofrece la Producción, comercialización y la rentabilidad de la Yuca en el cantón La Maná.

Es importante destacar que la agricultura se ha venido dando al pasar de los años con la introducción de nuevos métodos técnicas de siembra que en el cantón La Maná se cultiva la yuca para consumo y beneficio propio, así como para la venta de intermediarios; pero poco se utiliza como materia prima, al igual que sus derivados para realizar otros productos, como son: Tortas, Empanadas.

Tomando en cuenta lo expresado anteriormente hay que resaltar la Universidad Técnica de Cotopaxi, impulso la realización de este trabajo contando con el apoyo de diversos productores, comerciantes y consumidores de la yuca del cantón La Maná.

El propósito es que se identifique los principales problemas que se presentan en la producción, comercialización y rentabilidad de la yuca, ubicando su situación actual, mediante la recopilación y análisis de información estadística básica e información sobre de producción y mercado. Se trata de contar con la información necesaria para ubicar mejor su funcionamiento, problemática y necesidades.

Para realizar este estudio se realizó encuestas a los productores, consumidores y comercializadores de yuca en dicha entidad, basándose en una muestra para sí obtener una información clara concreta y precisa.

Esta investigación se realizó en 3 diversas etapas:

- 1) Recopilación de información documental y de datos estadísticos básicos, principalmente sobre la situación nacional e internacional de la producción, comercialización y consumo de la yuca.



2) Recopilación de información técnica y económica a nivel local, mediante la aplicación de una encuesta a productores, comerciantes y consumidores.

3) Sintetizar la información y redactar la investigación en su fase preliminar a efecto de realizar su discusión y validación por los principales agentes que intervienen en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Los resultados arrojados en las encuestas realizadas se encuentran representados con gráficos estadísticos y con sus respectivas interpretaciones.

Esta investigación ha sido dividida en tres capítulos tales como:

**CAPÍTULO I.** Comprende sobre los fundamentos teóricos de la economía y para su mejor comprensión y sus divisiones son: macroeconomía, microeconomía además todo lo referente a la producción de la yuca y al productor y sus medios de comercialización, los tipos de canales para conocer la rentabilidad que tiene el cultivo y la comercialización de la yuca y la gestión empresarial.

**CAPÍTULO II.** Contiene el análisis e interpretación de la información obtenida con la aplicación de los instrumentos de investigación representada en gráficos estadísticos el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la encuestas, además se conoce el diseño metodológico empleado, la unidad de estudio mediante el tamaño de la muestra, se identifican las preguntas científicas. Las conclusiones obtenidas en el desarrollo de la tesis y las recomendaciones que el caso lo amerita.

**CAPÍTULO III.** Se describe el desarrollo y la aplicación de la propuesta, en que se recopiló la información necesaria para el estudio. También contiene la justificación empleada para la realización de la tesis, los objetivos generales y específicos. La determinación de los estados financieros detallando los costos de producción, balance general, estado de resultados, el análisis de los índices financieros, el flujo de caja el TIR y el VAN.

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1. Antecedentes

A través de la investigación entorno al tema, se encontró resultados de proyectos similares al tema Planteado, los mismos que servirán de base para desarrollar de la mejor manera el presente trabajo de investigación y detallamos a continuación:

#### *1.1.1. Proyecto 1*

**Proyecto de Factibilidad para la Producción y Exportación de Yuca fresca parafinada (Mandioca) al mercado del Reino Unido, 2011.**

La yuca es un vegetal que hoy en día a tenido una gran acogida debido a sus características muy particulares, suelos bastante agrestes y gran resistencia a largas épocas de sequía, fácil cultivo y significativo valor nutricional, en los mercados internacionales se la utiliza en la cocina como base para sopas o como materia prima para la industria de almidones y la preparación de alimentos infantiles como la tapioca. Una conciencia generalizada en la población mundial respecto a la necesidad de preservar los recursos naturales: suelos, agua, vegetación y fauna silvestre, aún no intervenidos por el hombre.

Sin embargo, para evitar la depredación de dichos recursos y detener la expansión inconveniente de las fronteras agrícolas, se requiere propiciar técnicas alternativas de desarrollo del sector agropecuario con nuevos enfoques que reduzca en parte la contaminación del medio ambiente y ofreciendo un producto muy apreciado por

las nuevas generación extornadas hacia la alimentación en base a alimentos de etiqueta verde.

En la primera fase de la investigación se demostrará la factibilidad de la comercialización del producto en el Mercado británico.

En la segunda fase se aspira a conocer ampliamente el Sistema General de Preferencias “SGP” para la liberación de aranceles para la yuca. Así mismo se pretende que inversionistas tengan una opción nueva de un producto que es de gran acogida en el mercado europeo que por lo tanto no necesita mayor publicidad.

La investigación es factible porque en la elaboración de la propuesta existe un modelo operativo viable que brinda una solución al problema de la ejecución del proyecto.

La tasa que recibirá el inversionista por haber decidido invertir en el proyecto de producción y exportación de yuca, el inversionista tendrá un 42,78%, y un van de 1492,23 podemos decir que esta tasa es atractiva debido a que es superior a la tasa de oportunidad y es aceptable la inversión. (BITHMAN Ojeda, Web. 2011, p.15).

### ***1.1.2 Proyecto 2***

#### **Exportación de pan de yuca al mercado español, Madrid, 2011.**

Tradicionalmente, el principal sector económico del Ecuador ha sido el agrícola, con el producto de la yuca, que durante largos períodos de tiempo se ha suministrado este producto que se exporta a diversas partes de países. Debido a las perspectivas de un posible agotamiento de las reservas de petróleo han llevado a varias personas a destacar la necesidad de volver a prestar atención al sector agrícola, aplicando una política macroeconómica neutra, o al menos no discriminatoria con esta actividad, y una política sectorial que propicie un

desarrollo más intensivo. Esta se orientaría a elevar los niveles de eficiencia en aquellos cultivos que ofrecen ventajas comparativas, recuperando los que se perdieron.

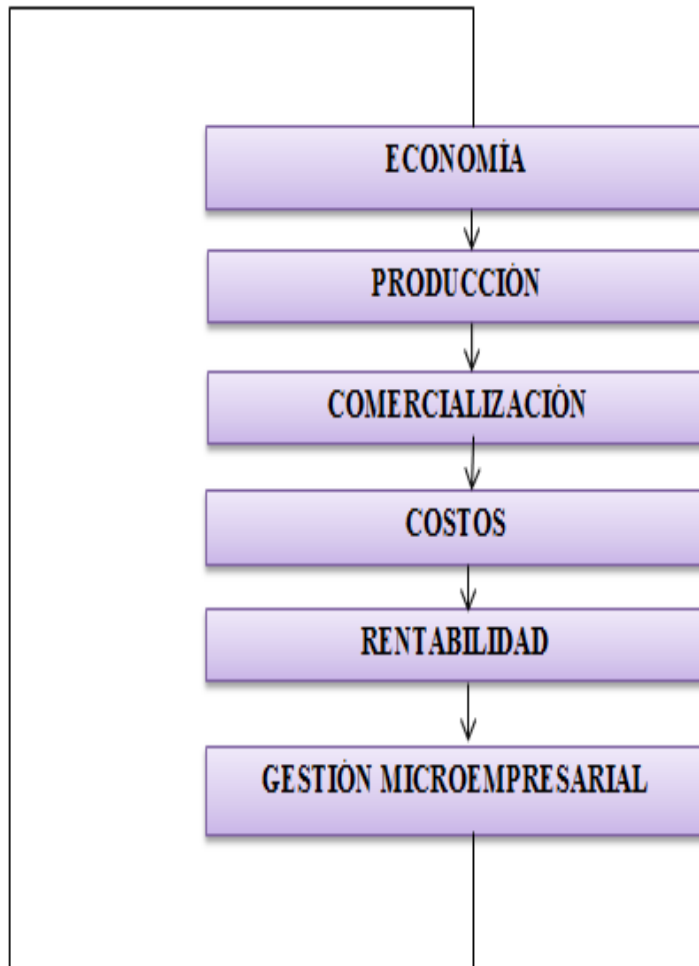
En el Ecuador, se cultiva la yuca o mandioca cuyo nombre científico es *Manihot Esculenta*, tiene un alto contenido de carbohidratos es resistente a la sequía, plagas y enfermedades, se la cosecha en varias épocas del año y es utilizada en la industria y en la alimentación humana y animal.

En la actualidad dado el incremento constante de la migración de ecuatorianos hacia el exterior, por razones de bienestar económico, ha hecho que más familias ecuatorianas acostumbradas a la gastronomía autóctona de su país deseen tener más de éstos productos en sus nuevos países de residencia, lo que genera un potencial de demanda de estos productos en el exterior.

Es una medida práctica y ampliamente utilizada en finanzas. El criterio de la TIR es de 58,25% establece que las empresas deberían aceptar cualquier inversión que ofrezca una Tasa Interna de Retorno, con un VAN de 3488,40 por tanto, dará una respuesta acertada a la inversión de la yuca. (POGO Diana, Web. 2011, p.25).

## GRÁFICO 1

### 1.2. Categorías Fundamentales



**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

## 1.3 MARCO TEÓRICO

### *1.3.1. Economía*

La economía como ciencia, es la disciplina que estudia las relaciones de distribución, intercambio producción, y consumo de servicios y bienes, analizando el comportamiento social y humano en torno de éstas. Si bien es cierto se trata de una ciencia eminentemente social ya que su objeto de estudio es la actividad humana, la economía como ciencia dispone de un conjunto de técnicas que estriban en la práctica científico – matemáticos. (YEPEZ Miguel 2009 P. 96)

Como tal, la economía dispone de múltiples conceptos que apuntan a explicar el devenir en ocasiones, arbitrario de los sistemas nacionales e internacionales a partir de prácticas sociales y culturales (ZORRILLA Santiago, 2008, P. 22).

La economía es una ciencia que se ocupa de la forma en que se administran unos recursos, con objeto de producir bienes y servicios, y distribuirlos para su consumo entre los miembros de una sociedad.

#### *1.3.1.1. Ramas de la Economía*

La economía se divide en dos ramas muy importantes que se detallan a continuación cada una de ellas:

*1.3.1.1.1. Macroeconomía.* Estudia el comportamiento de aquellas variables que están relacionadas con el ahorro, el consumo, la inversión, inflación, el tipo de cambio, entre otras. La macroeconomía es la rama de la economía que analiza los indicadores macros de un país, que estudia variables agregadas, como la producción nacional total, la renta, el desempleo, la balanza de pagos y la tasa de inflación es decir se refiere al estudio del funcionamiento de la economía nacional y de la economía global (STHEPEN Philip, 2009, p. 91).

La macroeconomía centra su criterio en la estabilización económica para regular el ciclo económico y fomentar el crecimiento el mismo pero de forma real. Los puntos de vista sobre la efectividad de estas políticas son diversos ya que existen criterios divididos y contraposiciones que se pueden clasificar como intervencionistas y no intervencionistas. (SABBATELLA, 2009, p.28).

La macroeconomía estudia diversos indicadores globales que afectan a un país, región y al mundo entero, entre ellos la producción, niveles de renta, tasa de desempleo, balanza de pago e inflación, todos estos argumentos nos ayudan a manejar un equilibrio financiero.

**1.3.1.1.2. Microeconomía.** La microeconomía habla de indicadores, tales como el producto total, el empleo total, el ingreso total, los gastos agregados, y el nivel general de precios, cuando analiza los diversos problemas económicos, no presta atención o les presta poca a las unidades específicas que conforman esos agregados (GILSES, 2008, p. 264).

La microeconomía del entorno específico social de la organización, es decir el consumidor, el trabajador, el ahorrista considerados como sujetos individuales microeconómicos y de magnitud tales como, la producción de la empresa, el precio del producto, el mercado de un bien, ( COOTER, 2009, p. 34).

La microeconomía forma parte de la economía, estudia de manera específica el comportamiento y la evolución económica de los agentes individuales, como son los trabajadores, las empresas, los consumidores, y los inversores; así como de los mercados.

### **1.3.1.2 Elementos del Mercado**

**1.3.1.2.1. Oferta.** Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo, en un periodo dado de tiempo, lugar y

diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como la tecnología , la disponibilidad de recursos , los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes.(MOYA, 2008, p.39).

La oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se le conoce con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma organizada sea verbal o escrita, indica de forma detallada las condiciones de la venta. (NAVARRETE, 2008, p.229).

La oferta es la cantidad de productos y servicios que los vendedores están dispuestos a vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos de las personas.

**1.3.1.2.2. Demanda.** La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado a medida que el precio de un bien aumenta la cantidad de dicho bien disminuye, se puede identificar una demanda individual, que es la realizada por un sujeto económico en particular, y una demanda social que se obtiene como suma de las demandas individuales presentadas (JONES Charles, 2009, p. 254).

La demanda está representada por el comportamiento de las necesidades del consumidor en un tiempo determinado, decisión en la cual prima el precio de los bienes o servicios, como un mecanismo que puede hacer variar las condiciones del mercado. (KATZ Michael, 2009, p.17).

La demanda toma en cuenta la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto adquirir a un precio dado o establecido, con el fin de satisfacer totalmente sus necesidades particulares o a su vez tener utilidades al momento de comprar un producto.



### ***1.3.1.3. Economía Agrícola***

Puede definirse como una ciencia social aplicada que estudia como la sociedad elige usar el conocimiento técnico y los recursos productivos escasos, como la tierra, el trabajo y el capital y la capacidad administrativa para producir alimentos y fibras y distribuirlos para el consumo de los miembros de la sociedad. (SERRANO 2008, p. 32).

La economía agraria se refiere al estudio organizado de la empresa agrícola, de la dirección y estructura de la labranza, orientado hacia la investigación de los medios productivos empleados en la explotación agrícola y su combinación, al objeto de conseguir el mejor resultado. Se trata de un estructura planificada y dirigida exclusivamente a la empresa agraria, sin considerar aspectos más amplios como los de política agraria, mercados, estructura agraria, etc. (VILLAGRA, 2008, p. 28).

Se puede definir que la economía agraria forma parte de la agronomía, pudiendo considerarse como el cálculo último que sirve para determinar la rentabilidad de las distintas actividades agrarias realizadas en determinado país.

### ***1.3.1.4. Mercado***

El mercado es el área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar y vender a un precio determinado (MÉNDEZ Silvestre, 2009, p. 123).

Grupo de personas más o menos organizado en constante comunicación, en calidad de productores, intermediarios y consumidores, para realizar transacciones comerciales (SICKLE Van, et al, 2009, p. 33).

Mercado es el espacio geográfico donde los clientes, productores realizan actividades comerciales, los primeros busca compensar sus necesidades y los segundos vender sus bienes, a un precio idóneo para beneficio de ambas partes.

### ***1.3.1.5 Tipos de Mercado***

#### **a) *Mercado Mayorista***

El mercado mayorista es un intermediario que se dedica a la venta de productos o servicios al por mayor y que realiza dicha venta principalmente a los minoristas aunque también puede hacer a otros mayoristas o a la industria, en ocasiones se les denomina almacenistas o distribuidores, en sentido estricto a un mayorista habría que pedirle para calificarlo como tal de medios físicos para el movimientos y reparto de mercancías (SAINZ, 2008, p. 39).

Son aquellos en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades, esta venta puede ser a minoristas y a otros comerciantes o usuarios industriales, pero que no venden en cantidades significativas a los consumidores finales, los mayoristas pueden cumplir ciertas funciones tanto para sus propios clientes como para sus proveedores, es decir para quienes están por encima y por debajo de ellos en un canal, (MASCARENAS, 2010, p. 45).

El mercado mayorista consiste en abastecer a los mercados y a las industrias con los productos adquiridos a los pequeños y grandes productores agrícolas o de cualquier otro bien con el objetivo de obtener rentabilidad y de satisfacer las necesidades de los clientes

#### **b) *Mercado Minorista***

El mercado minorista es el intermediario que se dedica a la venta de productos o servicios al menor a consumidor o usuario final, representa el punto de contacto del canal de distribución con el ultimo comprador, por lo que lógicamente es quien está en la mejor posición para recoger, analizar y transmitir información de gran relevancia sobre los gustos hábitos y necesidades de los consumidores (SANTOS, 2008, p. 50).

Un comerciante minorista es aquel que vende al por menor o al detalle y de ahí que a los minoristas se les denomine también detallistas. Un minorista compra a un mayorista o a un fabricante (o incluso a otro minorista) para vender directamente al público. Existe una gran variedad de instituciones minoristas (KOTLER, 2009, p.310).

El mercado minoristas está formado por quienes, adquieren los productos en propiedad, para luego venderlos a otros Intermediarios o al consumidor final. También se les denomina mediadores comerciales ya que revenden los productos que compran.

#### ***1.3.1.6. Indicadores Económicos***

Dentro de los indicadores financieros destacamos cuatro que se detallan a continuación.

***1.3.1.6.1. Inflación.*** Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo. Otros criterios la explican como el alza del nivel general de precios o disminución del poder adquisitivo del dinero.(GUIRE, 2009, p.161).

La inflación es un aumento general en el nivel de precios de bienes y servicios durante un periodo de tiempo. Cuando los niveles estándares cambian los precios tienden al alza e decir suben, cada unidad monetaria de la economía en cuestión puede comprar menos bienes y servicios. (ANDINO, 2009, p.289).

La inflación tiene cierta capacidad para promover el crecimiento económico, básicamente, en aquellas economías que muestran bajos niveles de ingresos y por tanto, una baja capacidad para generar ahorro que permita financiar inversiones, incrementar el empleo y en general, la actividad productiva.

**1.3.1.6.2 Desempleo.** Es aquella situación en que se encuentra quienes teniendo y queriendo trabajar, pierdan su empleo o vean reducida su jornada ordinaria de trabajo puede ser total o parcial consiste si es total, con carácter temporal o definitivo en la actividad que venía desarrollando y sea privado consiguientemente de su salario también puede ser parcial cuando el trabajador vea reducida temporalmente su jornada ordinaria de trabajo al menos la tercera parte siempre que el salario sea objeto de análoga reducción.(ENRICO, 2008, p.136).

El desempleo está compuesta por personas mayores de una edad especificada que no aportan su trabajo para producir bienes y servicios, pese a encontrarse disponibles. Cuando se calcula con respecto a un período de referencia corto, este concepto engloba a todas las personas que no tienen empleo y que durante el período de referencia habrían aceptado un empleo adecuado o puesto en marcha una empresa si se les hubiese presentado la oportunidad, (BENAVIDES, 2008, p.471).

El desempleo es aquella situación en la que los países presentan, cuando la cantidad de equipos, recursos financieros y técnicos con que cuenta un país son insuficientes para permitir el empleo de toda la fuerza de trabajo disponible.

**1.3.1.6.3 Producto Interno Bruto.** El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. (MADRIL, 2008, p.102).

El PIB mide el valor de mercado de la producción anual; es su medida monetaria. Así debe ser si queremos comparar conjuntos heterogéneos de bienes y servicios que se producen en años diferentes y tener una idea de su valor relativo que tenga algún sentido (CONNELL Campbell, 2009, p. 129).

El Producto Interno es el valor total de la corriente de bienes y servicios finales, al ser el Producto Interno un agregado o la suma total de numerosos componentes, las unidades de medida en que estos vienen expresados son heterogéneas. Para obtener un valor total, es preciso transformarlos a términos homogéneos lo que se consigue dando valores monetarios a los distintos bienes y servicios; el Producto Interno es pues, una operación matemática de multiplicación en la que entran dos grandes factores: uno real, formado por las unidades físicas, bienes y servicios y el otro monetario integrado por sus precios.

**1.3.1.6.4. Producto Nacional Bruto.** Es el valor de la producción de la totalidad de bienes y servicios producidos por factores de producción de propiedad de nacionales (independientemente de su ubicación territorial a la hora de realizar la producción) en un periodo determinado. (CASANI, 2008 p. 147).

Producto Nacional Bruto de un país se define como el valor de todos los bienes y servicios finales producidos por sus factores de producción y vendidos en el mercado durante un periodo de tiempo dado, generalmente un año. Se excluye a los extranjeros trabajando en el país y se incluye a los nacionales trabajando en el extranjero. (LEQUILLER, 2009, p. 26).

En efecto, El Producto Nacional Bruto es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos por los factores productivos propiedad de residentes durante un determinado de tiempo, se mide el valor de la producción final imputable a los factores, trabajo y capital, propiedad de los residentes de un país.

### **1.3.2. Producción**

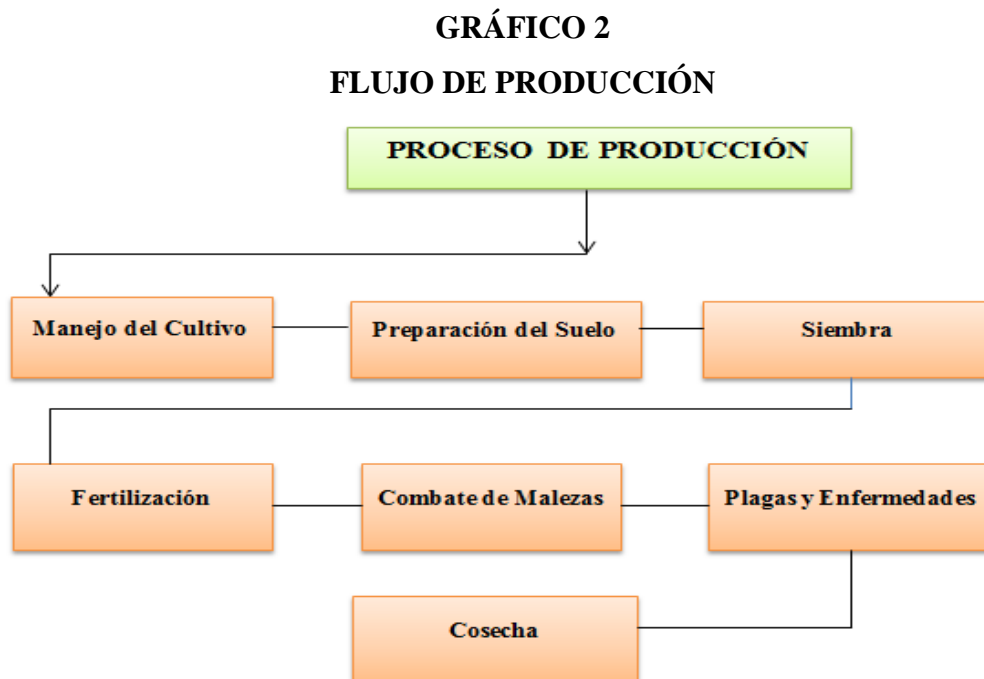
La producción es el estudio de las técnicas de gestión y el procesamiento de bienes empleadas para conseguir la mayor diferencia de los procesos económicos a través del cual el trabajo humano genera riqueza entre el valor agregado y el costo incorporado de los productos finales. (PASHOAL, 2008, p.60).

La producción, no sólo alcanza a la producción, sino también a la transformación y comercialización de alimentos y otros productos agrarios alcanzar una agricultura situada entre la agricultura convencional y la ecológica, que asegure una producción agraria sostenible, dando preferencia a métodos y técnicas más respetuosos con el entorno. (SÁNCHEZ Ángel, 2008, p. 189).

La producción es la actividad a través de la cual todos los seres humanos actuamos sobre la naturaleza, modificándola para adaptarla a nuestras necesidades diarias y hacer producir, de esta manera poder lograr, obtener beneficios económicos.

### 1.3.2.1 Proceso de Producción

La producción de la yuca es producida en su mayor parte por pequeños agricultores que no depende de insumos y tecnologías asociadas con la agricultura moderna. la yuca se la define en primera instancia por la cantidad y la calidad de yuca producida, que también está condicionada por otros factores (MENDOZA, WEB, 2010, p 30).



**Fuente:** Productores de Yuca

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### ❖ *Manejo del Cultivo*

La tecnología debe incluir de fácil manejo y prácticas agronómicas y fitosanitarias que son sencillas y baratas. Con esta tecnología se ha logrado obtener más rentabilidad en la producción de la yuca. Estas tecnologías consisten básicamente de lo siguiente.

### ❖ *Preparación del Suelo*

La yuca se cultiva en plano, en suelos bien sueltos, en este caso se realiza una quema previa con paraquat, en este caso el destino de la yuca es el mercado nacional.

Para la exportación de este producto requiere un manejo diferente para lograr un buen desarrollo de raíces comerciales, se necesita buena preparación de terreno, se recomienda hacer una arada, dos pases de rastra, una alomillada, el alomillado es fundamental cuando la yuca es destinada a la exportación como parafinada, pues se facilita la cosecha, y se disminuye el daño de las raíces al cosecharlas.

### ❖ *Siembra*

La distancia de siembra en plano se realiza con una distancia entre calles de 1m y entre plantas de 0.50-0.60m. Cuando se mecaniza se siembra 1.2-1.5m entre lomillos y 0.30- 0.40m entre plantas, para obtener yucas de un tamaño mediano. La siembra de las estacas se realiza en forma inclinada para facilitar la cosecha.

### ❖ *Fertilización*

Cuando se siembra por primera vez en un terreno, no se fertilizar. Cuando se cultiva consecutivamente en un mismo terreno se recomienda hacer una fertilización para reponer los nutrientes extraídos.

Se puede aplicar 2 sacos de 10-30-10 ó 12-24-12, cuando ocurre la mayoría de la brotación, luego 3 meses de brotación, 4 sacos de 15-3-31, 20-3-20, 18-5-15-6-2

#### ❖ *Combate de Malezas*

Una vez realizada la siembra, se aplica un pre-emergente Gesaprim+ Prowl a 150 ml de cada producto en mezcla por bomba de espalda, si existen malezas pequeñas debe agregarse a la mezcla, 100 ml de Gramoxone. Cuando el efecto del pre-emergente haya desaparecido es necesario combatir las gramíneas, con productos como Fusilade 60 ml/bomba, Galant 45 ml/bomba, o bien debido al alto costo de estos graminicidas, podría realizarse chapias, y aplicaciones de Gramoxone.

#### ❖ *Plagas y Enfermedades*

Comercialmente se cultivan 2 variedades de yuca, (Mangi, Valencia), la variedad Valencia es susceptible a la sarna o súper alargamiento (Sphaceloma manihotícola), para combatir esta enfermedad se recomienda utilizar semilla limpia, además tratar la semilla con algún producto cúprico, también hacer aplicaciones preventivas de productos cúpricos.

#### ❖ *Cosecha*

Antes de cosechar es necesario que el agricultor visite las empacadoras, para determinar cuándo puede llevar su producto a la planta empacadora o bien quién se le compra y las normas de calidad que exige en ese momento el mercado. La cosecha se realiza a los 10 meses de la siembra.

Para la cosecha, se elimina la parte aérea, luego se procede a arrancar la yuca, se reúne en montones para su posterior despica o separación de la yuca del tallo, cuando se destina la yuca a la parafinación se debe tener cuidado en esta separación cuidando de dejar suficiente pedúnculo para finalmente en la



empacadora darle el arreglo final, además se debe tener cuidado en la arranca para impedir daños físicos en la yuca.

### **1.3.2.2. Factores de Producción**

**1.3.2.2.1. La Tierra.** La parte más importante de la naturaleza, en relación con la producción, es la tierra y el subsuelo.

Ella comprende la superficie del planeta con todos los recursos naturales (bosques y aguas), que el hombre utiliza para el cultivo de las plantas de donde extrae la mayor parte de los alimentos, es indispensable para la producción. También incluye el riesgo de los campos de labranza, y el curso de los ríos para la navegación. (FAJARDO, 2008, P.790).

El universo material entero exclusivo de los seres humanos y sus productos. Toda cosa física (que no sea los seres humanos) la que no es resultado de esfuerzo humano se encuentra dentro de la definición económica de tierra. Este concepto incluye no solamente la superficie seca de la tierra, pero también todo material, fuerza y oportunidad natural. Los árboles en un bosque virgen son tierra; en un bosque cultivado son riqueza. (PEREZ, 2008, p.76).

La tierra es lugar físico donde los seres humanos utilizan para el cultivo de las plantas donde se extrae la mayor parte de los alimentos ya sea para vender o consumir esto es muy indispensable para las personas.

**1.3.2.2.2. Capital.** Se denomina capital al patrimonio que se posee para ser invertido en cualquier negocio el cual es un factor de producción, un insumo durable por sí mismo, es un producto de la economía, la mayoría de nosotros nos damos cuenta de nuestras actividades económicas dependen del capital (JONES, 2009, p.123).

Capital: En teoría económica, es uno de los factores de la producción y comprende el conjunto de bienes materiales que, habiendo sido creados por las

personas, son utilizados para producir otros bienes o servicios. Dos características importantes del capital son que su creación involucra un costo, porque es necesario utilizar recursos que podrían destinarse al consumo; y que su aplicación al proceso de producción incrementa la productividad de los otros factores productivos, tales como el trabajo y la tierra. (ANDALUISA, 2009, p. 49).

El capital se lo denomina como un factor de producción o insumo durable por sí mismo es un producto de la economía, la mayoría de nosotros no nos damos cuenta de cuantas de nuestras actividades económicas dependen del capital.

**1.3.2.2.3 Trabajo.** Factor productivo que consiste en el esfuerzo humano aplicado a la producción de la riqueza. Es el factor productivo básico, pues sin él no es posible subsistir ni satisfacer las necesidades humanas. El trabajo humano describe el conjunto de servicios productivos representados por el esfuerzo físico, las aptitudes y la habilidad intelectual y artística de las personas. Por ello el trabajo es un concepto genérico, que engloba aptitudes y esfuerzos de muy diversa índole. La remuneración de este factor es el salario, el cual se determina en el mercado de trabajo. (DETLEV, 2009, p. 6)

Trabajo es toda actividad humana intelectual y física que se emplea en la elaboración y transformación de recursos, a medida que transcurre el tiempo van apareciendo las especialidades en el trabajo, los trabajos que revisten mayor complejidad y valoración económica son los que provienen del campo intelectual. (VILLALBA, 2008, p. 68).

Al trabajo se lo define como un conjunto de servicios productivos por ende representa el esfuerzo físico que las personas realizan ya sea en un almacén empresa entre otros y se lo denomina que el pago al factor trabajo es el salario que la persona adquiere por prestar sus servicios.

### ***1.3.3. Comercialización***

Se denomina comercialización a la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado se encuentre en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables (MANKIWI Gregory, 2008, p. 260).

La comercialización de productos agrarios entendemos que es el proceso que lleva a los productos desde la explotación agraria hasta el consumidor este concepto coincide con lo que en los países anglosajones se conoce con el nombre agricultura marketing y se centra fundamentalmente en el análisis de las funciones y las instituciones que actúan en el indicado proceso, así como en la intervención del gobierno en el mismo. (BRACHFIELD, 2009, p.20).

Se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercadería, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

#### ***1.3.3.1. Canales de Comercialización***

Es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.(MORENO, P, 2008 P. 85)

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto

elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios. (MANKIW Gregory, 2008, p. 280).

Los canales de comercialización son aquellos que permiten tener idea clara del proceso de distribución que requiere un producto determinado los indirectos son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante.

#### ***a) Canales Directos***

Se denomina canales directos cuando el un productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo (GARCÍA, B.2008, P. 58).

Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios. (NIKITIN Peter, 2008, p. 36).

La ventaja de hacer uso de este tipo de canal es que permite tener un mayor control sobre nuestros productos o sobre la venta, por ejemplo, permite asegurarnos de que los productos serán entregados en buenas condiciones, poder ofrecer un buen servicio o atención al cliente.

#### ***b) Canales Indirectos***

Este tipo de canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el

camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo. (ROMERO, B.2008, P. 98).

En este canal de comercialización largo intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación. (BENITEZ, Groelck 2009, P7 185).

En general, se considera que los canales de distribución cortos directos conducen a precios de venta al consumidor reducidos ya que su proceso de distribución es rápido y, a la inversa, los canales de distribución largos indirectos son sinónimo de precios elevados ya que su distribución requiere de gastos de mucha mano de obra.

### ***1.3.3.2. Variables del Marketing Mix***

***1.3.3.2.1 Precio.*** Es la cantidad de dinero que el consumidor tiene que pagar a cambio de un producto o servicio. Por tanto, es la representación monetaria del valor de un bien o un producto en el mercado, nos dice cuánto están dispuestos a gastar los consumidores para cubrir su necesidad con dicho bien (SORIANO, 2008, p 12).

Precio en su acepción económica, representa la relación de intercambio de un bien por otro. En otras palabras, es la medida del valor de cambio de los bienes y servicios (AMANTA, 2009, p.68).

El precio se refiere a la expresión del valor que se cobra por un producto o servicio para la determinación de los precios en los productores se deberá realizar con los costos y gastos que se generarán para la elaboración de un bien a cambio de sus beneficios.

**1.3.3.2.2. Producto.** Es todo bien elaborado que las empresas exhiben al mercado dando a conocer las características que contiene, para que de esta manera el cliente tome la decisión de adquirir o no el producto bajo un determinado precio (SORIANO, 2010, p. 10).

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles e intangibles que da forma, tamaño, color, marca, imagen de empresa, servicio que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo (BUSTAMANTE, 2008, p. 16).

El producto es el bien que las personas lo poseen para satisfacer sus necesidades o deseos como por ejemplo la compra de una moto etc., el producto es un conjunto de atributos y está compuesto por: empaque, precio, calidad, marca para sí tener una mejor acogida en mercado competitivo.

**1.3.3.2.3 Promoción.** Es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan. (TERAN Cesar, 2008, p.39).

Consiste en seleccionar los medios para hablar con los intermediarios en la distribución de sus productos, así como también con sus consumidores actuales y potenciales. (FAREZ Nicolás, 2009, p. 18).

La promoción se refiere a la oferta que se hace de un producto dando a conocer cuáles son sus beneficios que este tiene con el fin de convencer al consumidor hasta que lo adquiera para su consumo.

**1.3.3.2.4 Plaza.** También es conocida como distribución y se constituye en la estructura interna y externa que permite establecer el vínculo físico entre la empresa y sus mercados para permitir la compra de sus productos o servicios (ARMSTRONG, 2009, p. 235).

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos. (KOTLER, 2009, P.19).

Se denomina plaza aquel espacio físico que forma parte de un mercado donde se entrega o se distribuye los productos a diferentes partes y por lo general existen diversas ofertas que son muy factibles para los clientes.

#### **1.3.4. Costos**

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto (TAPIA, 2009, p. 91).

Se refiere al costo total de la mercadería comprada, disponible para la venta, sin considerar los inventarios de la misma, su aplicación está referida a las empresas comerciales que no producen el bien, sino que solo lo adquieren para comercializarlo en el mercado, en calidad de intermediarios (FLORES, 2009, p. 30).

Los costos son valores monetarios que están destinados para la compra de un producto o actividad, el mismo que se recupera cuando se vende dicho el

producto, estos costos son tomados en cuenta al momento de fijar el precio de venta.

#### ***1.3.4.1 Costo Fijo***

Los costos fijos: son aquellos que en su magnitud pertenecen contantes o casi constantes, independientes de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta. (SALAS, 2009, p 38).

Los costos fijos solo tienen importancia en el largo plazo en un periodo de tiempo dado los componentes, o insumos, que forman los costos fijos están dedicados a la producción del producto en consideración los servicios de esos insumos valen, en su posición de fijos exactamente lo que produzca. Si el ingreso producido por los insumos fijos es mayor que lo que se esperaba de acuerdo a su costo histórico será menor la producción (ARYA, 2008, p. 59)

Los costos fijos son aquellos costos que se mantienen dentro de los ciertos límites, es decir aunque la producción aumente o disminuya hasta cierto límite, habrá que cubrir ciertos gastos constantes.

#### ***1.3.4.2 Costos Variables***

Los costos variables para las empresas que no están sujetas a control de precios, resulta muy interesante ver las diferentes opciones de éstos, y su repercusión en la demanda y, por tanto, su efecto sobre las utilidades de la empresa. Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa (SAPAG, 2009, p. 50).

Son los que cambian con los diferentes niveles de producción de la empresa, a mayor cantidad de producto son necesarias cantidades mayores de recursos variables y por lo tanto mayores costos variables totales. (FOSTER, 2008, p. 31).



Los costos variables se refieren a la variación del volumen de producción de un producto, es decir que depende de la cantidad de la producción que se vaya a realizar en el transcurso de un periodo, en conjunto con los materiales que se utilicen para producir.

#### ***1.3.4.3 Costo de Producción***

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procedimiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto. (HERRERA, 2008, p. 170).

El costo de producción es lo que cuesta producir un artículo determinado y es igual a la sumatoria de los tres elementos del costo: Materias primas consumidas más la mano de obra directa, más los costos indirectos de fabricación (FLORES, 2009, p. 32).

El costo de producción es el valor neto al momento de producir un determinado producto, se debe fijar el precio por tal razón debe ser calculado con precisión tomando en cuenta el precio pagado para la elaboración del insumos, el costos de producción varía de acuerdo con los cambio del volumen de producción.

##### ***1.3.4.3.1. Elementos del Costo de Producción***

###### **a) *Materia Prima***

Es el material o materiales sobre los cuales se realizan la transformación se identifican plenamente con el producto elaborado. Ejemplo en la industria textil el algodón, en la industria cervecera la cebada (TERAN, 2009, p. 19).

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final (SOLDEVTLA Pilar, 2008, p. 71).

La materia prima es la parte fundamental para la elaboración de un producto, el costo de materia prima se refiere al valor que tiene que pagar por todos aquellos materiales que directamente van a formar parte del producto.

#### ***b) Mano de Obra***

Constituye el segundo elemento del costo y corresponde a las remuneraciones que perciben las personas que trabajan directamente con la elaboración del producto, o sea la mano de obra aplicada de forma directa a los componentes de los productos terminados, es decir es el costo de tiempo que los trabajadores invierten en el proceso productivo y que por lo tanto deben ser cargados a la producción. (NOGALES, 2009, p. 30).

Es el salario que se pagan a los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto. Ejemplo pago a obreros de planta (SANTANA, 2010, p. 19).

Los costos de la mano de obra directa esto representa al sueldo de los trabajadores que se encargan al procesamiento del producto o servicio, ya sea de modo manual o con ayuda de las máquinas.

### ***c) Costos Indirectos***

También conocido con el nombre de carga fabril, comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima y la mano de obra (CALDERON, 2009, p. 241).

Costos indirectos de fabricación (costos generales de fabricación. Carga fabril). Constituye el tercer elemento del costo de producción, se caracteriza por cuanto el conjunto de costos no se identifica plenamente con el producto, no son fácilmente medibles ni cuantificables por lo que requiere ser calculados de acuerdo a una base de distribución específica (BRAVO, 2008, p. 51).

Los costos de fabricación o evolución del producto, se involucran directamente con el bien en su transformación, del mismo modo se lo calcula de acuerdo a una repartición equitativa.

### ***d) Punto de Equilibrio***

El punto de equilibrio se considera como el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables, si el costo total de producción excede a los ingresos obtenidos por las ventas de los objetos producidos, la empresa sufre una pérdida (SERRANO Arturo, 2008, p. 195).

Es el punto de volumen en que los ingresos y los costos son iguales, es decir una combinación de cuentas y costos que da resultados la operación de un negocio sin producir utilidad ni pérdida.(HORNGREN. 2008. p. 15).

El punto de equilibrio permite establecer el volumen que produce una empresa cuando su ingreso inicial es suficiente para igualar los costos totales además ayuda analizar la información, también es una útil herramienta para la toma de

decisiones, fijación de precios y análisis de costos, gastos e ingresos de la producción.

#### *e) Depreciación*

La depreciación forma parte del costo fijo que tiene el negocio y que los afecta por el uso de los equipos y maquinarias por el tiempo, este factor importante deberá también tomarse en cuenta para el cálculo del costo total del producto (VARGAS, 2008, p. 38).

La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil (duración).(FLORES, 2009, p. 29).

La depreciación son todos aquellos gastos indirectos que la empresa tiene, tales como: el uso equipos y maquinarias por el tiempo de su vida útil deberá ser distribuido adecuadamente en los periodos contables.

### ***1.3.5. Rentabilidad***

Rentabilidad es sinónima a la de productividad, o a la de rendimiento. En todos los caso se trata de un índice, de una relación tal como, por ejemplo, la relación entre un beneficio y un coste incurrido para obtenerlo, entre una utilidad y un gasto, o entre un resultado y un esfuerzo. La noción económica de productividad, como relación entre producción y factores de producción empleados, es de este mismo tipo. (RUEDA, 2009 P22).

La rentabilidad es el resultado del proceso productivo. Si este resultado es positivo, la empresa gana dinero (utilidad) y ha cumplido su objetivo. Si este resultado es negativo, el producto en cuestión está dando pérdida por lo que es

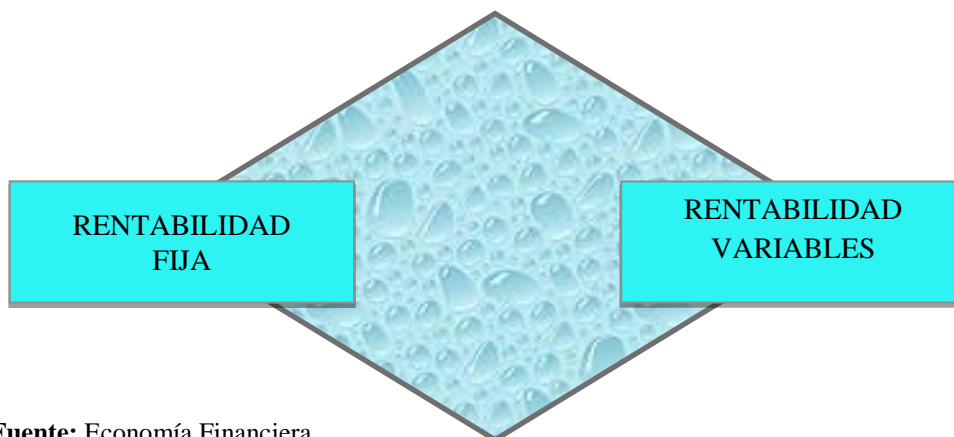
necesario revisar las estrategias y en caso de que no se pueda implementar ningún correctivo, el producto debe ser discontinuado (MORA Roberto, 2008. p. 79).

La rentabilidad también es utilizada para determinar la relación que existe entre las utilidades o beneficios de una empresa, y diversos aspectos de ésta, tales como las ventas, los activos, el patrimonio, el número de acciones, etc.

### ***1.3.5.1. Tipos de Rentabilidad***

Básicamente existen dos tipos de rentabilidad son los siguientes:

**GRAFICO 3**



**Fuente:** Economía Financiera

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

***1.3.5.1.1. Rentabilidad Fija.*** Es la inversión. Dentro de las herramientas más comunes que proporcionan una rentabilidad de este tipo están los bonos, los certificados de depósito a término o CDFS y los TES o títulos de tesorería. Usualmente este tipo de tasas envuelven una referencia como él la rentabilidad fija, es aquella que se pacta al hacer la inversión como es un CDT, bonos, títulos de deuda, etc. Este tipo de inversiones aseguran al inversionista una rentabilidad aunque no suele ser elevada. (MARTINEZ, 2010, p.171).

Es el acuerdo de una tasa de interés fija que se paga periódicamente o con una fecha de vencimiento pactada para índice de precios al consumidor (IPC) o la tasa de captación de los certificados de depósitos a término (DTF), a la cual se le

suman unos puntos fijos para crear la tasa final. No obstante hemos de tener presente que quienes resuelven vender el valor de renta fija en una fecha antes de su vencimiento, se exponen a una rentabilidad variable, ya que recogerán por el valor un precio determinado por el mercado.(LARRAGA, 2008, p. 22).

Es aquella donde se pacta una tasa fija de interés dentro del índice de precio para el consumidor ya sea en bonos, títulos de deuda, etc. Este tipo de inversiones aseguran al inversionista una rentabilidad aunque no suele ser elevada.

**1.3.5.1.2 Rentabilidad Variable.** Es propia de las acciones, activos fijos, etc. En este tipo de inversiones la rentabilidad depende de la gestión que de ellas hagan los encargados de su administración. En el caso de las acciones, según sea la utilidad de la empresa, así mismo será el monto de las utilidades o dividendos a distribuir. (ARTAL, 2011, p. 455).

Al contrario que la mencionada anteriormente supone la inexistencia de una tasa determinada de antemano, ya que la rentabilidad del valor dependerá de aspectos tales como las circunstancias del mercado o la situación real de las empresas emisoras. Por ejemplo para este tipo de rentabilidad son las acciones. En este tipo de inversiones debemos saber que así cómo es posible hallar muy buenas rentabilidades que incrementen el capital originariamente comprometido en la compra de acciones, también es viable que veamos reducido nuestro capital por variaciones negativas del valor de la acción en el mercado.(CZINKONTA, 2008, p.19).

Este tipo de rentabilidad variable se refiere de la manera como están administrando los encargados de dichas entidades de ellos depende que las utilidades de las empresas sean altas al momento de ser repartidos entre los accionistas y de esta manera sea competitiva en el mercado.

### ***1.3.5.2. Rentabilidad Económica***

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. (MEDINA, 2008, p. 300).

La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.(GARCIA, 2011, p. 166).

De tal manera que la rentabilidad económica es considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar el valor de qué forma han sido financiados y para ver si es o no rentable en términos económicos.

### ***1.3.5.3. Rentabilidad Financiera***

La rentabilidad financiera mide la rentabilidad de los accionistas como así también la rentabilidad del capital propio ¿cómo se obtiene la rentabilidad financiera? Para poder conocer la rentabilidad debemos dividir el beneficio anual (deduciendo intereses por el costo del capital ajeno, o por deudas, y sumarle aquel impuesto que grava la renta, por el valor de fondos (capital más reservas), y al resultado debemos multiplicarlo por 100. Si el numerador del ratio anterior le sumamos la cuota que corresponde al impuesto que grava la renta de la sociedad de esta forma, se obtiene la rentabilidad financiera. (MINA, 2009, p.120).

La rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista. Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera

sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones, etc.(BESLEY, 2008, p.408).

La rentabilidad financiera es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancias la empresa a partir de la inversión realizada por los accionistas incluyendo las utilidades no distribuidas, de las cuales se han privado.

#### ***1.3.5.4. Estados Financieros***

Los estados financieros, también denominados estados contables son el resultado de los registros contables realizados en un documento periódico los mismos que demuestran los cambios o variaciones de la situación financiera de la empresa, ocurrido en un ejercicio económico de conformidad con los principios de la contabilidad vigente en el país (RENFUJO, 2009, p. 131).

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un periodo a una fecha o periodo determinado.(VEGA, 2009, p. 12).

Los estados financieros implican una comparación del desempeño de la empresa en el tiempo, así como una comparación con otras compañías que participan en el mismo sector es decir que de muestran sus pérdidas o ganancias.



### **a) *Balance General***

Representa el término del ciclo contable, el mismo que permite conocer la situación financiera en conjunto, el importe y la naturaleza del activo, del pasivo y del capital que comparado con el estado de situación inicial, dará a conocer los motivos que han originado los cambios en el campo financiero de la empresa (GUTIÉRREZ, Manuel. 2008. p. 235).

El balance general representa la situación de los activos y pasivos de una empresa así como también el estado de su patrimonio. En otras palabras presenta la situación financiera o las condiciones de un negocio, en un momento dado, según se refleja en los registros contables.(BENITEZ. 2008. p. 103).

El balance general, es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y lo que realmente le pertenece a su propietario en una fecha determinada.

### **b) *Estados de Pérdidas y Ganancias***

Informe financiero básico producto de todo el sistema contable, que se presenta conjuntamente con el estado de situación financiera, el mismo consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con el plan de cuentas de los ingresos percibidos o ganados y los gastos efectuados y el resultado final relacionado con las operaciones financieras de una empresa (SERRANO, 2008, p. 187).

El estado de ganancias y pérdidas conocido también como estado de resultado, estado de ingresos y gastos, o estados de rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un periodo determinado, es decir las ganancias o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.(MEJIA, 2009, p. 44).

Este estado financiero permite que el empresario, luego de un periodo de funcionamiento de su empresa, pueda determinar si obtuvo utilidad o pérdida, con esta información se podrá analizar su situación financiera, tomar decisiones acertadas sobre el futuro de su empresa.

### **c) *Flujo de Efectivo***

El estado de flujos de efectivo está incluido en los estados financieros básicos que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales(YANQUI , 2010, p. 14).

Se conoce como flujo de efectivo al estado de cuenta que refleja cuanto efectivo queda después de los gastos, los intereses y el pago en concepto al capital. El estado de flujo de efectivo, por lo tanto es un estado contable que presenta información sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes.(VILLACIS, 2008, p. 201).

Las empresas deben preparar el estado de flujo de efectivo con el objetivo de aprovechar los beneficios que este proporciona y no simplemente para cumplimiento normativo, sino para tener muy presente que es una herramienta idónea para tomar decisiones.

### **d) *Inversión Inicial***

Es el volumen de producción de una economía depende en gran parte de la masa de capital físico acumulado y de la distribución de la inversión inicial entre los diferentes sectores de la actividad económica que se pretenda poner en marcha, las inversiones tienen un efecto importante en la productividad de una empresa y por

lo tanto en todos los sectores de actividades de un país, comprende la compra de todos los activos fijos o tangibles, así como todos los activos diferidos o intangibles que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa (LOVATO, 2008, p. 111).

La inversión inicial es la cantidad de dinero necesaria para poder en marcha una empresa. No es necesario que todo el dinero sea líquido, también se pueden aportar bienes. (CERVANTES, 2008, p. 123).

La inversión inicial representa a todos los gastos que se deben cubrir en el momento de iniciar un negocio sean estos activos fijos tangibles o intangibles, los mismos que tienen una esperanza de obtener una recompensa o un rendimiento en el futuro.

#### ***1.3.5.5 Evaluación Financiera***

La evaluación financiera determina de manera cuantitativa y monetaria al costo de la operación del negocio, adquisición de activo fijo y gastos pre-operativos hasta obtener indicadores financieros de los estados financieros, la evaluación financiera permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión.(SERRANO, 2008, p. 218).

La evaluación financiera sintetiza toda la información que el proyecto requiere para que a través del estudio y análisis de algunos indicadores y financieros, se pueda llegar a la conclusión final, si el proyecto se aprueba o no.(ALBAN, 2009, p. 27).

La evaluación financiera consiste en analizar la rentabilidad de la empresa de esta manera se puede ver si el porcentaje específico de la inversión inicial tiene un nivel máximo de crecimiento y endeudamiento de dicha entidad, se determina mediante la base datos reales de la empresa.

### ***1.3.5.6 Ratios Financieros***

Los ratios financieros, llamados también índices, cociente, razón o relación, expresan el valor de una magnitud en función de otra y se obtienen dividiendo su valor por otro. De esta forma se puede apreciar cuantas veces está contenida una magnitud (que se ha considerado en el numerador) en otra que hemos indicado en el denominador. (FRANCO, 2010, p. 50).

Los ratios financieros son cocientes que relacionan diferentes magnitudes, extraídas de las partidas componentes de los estados financieros, con la finalidad de buscar una relación lógica y relevante para adecuada toma de decisiones, por parte de la gerencia de una empresa. (PALLO, 2009, p. 34).

Los ratios financieros, constituyen una herramienta vital para la toma de decisiones, sirven para obtener un rápido diagnóstico de la gestión económica y financiera de una empresa.

#### ***a) Índices de Productividad***

Se lo define como la capacidad de una economía para aumentar su participación con sus productos de exportación en los mercados internacionales.(FONTALVO, 2010,p. 277).

El índice de productividad se puede usarse para comparar los beneficios relativos que puede obtener con algún cambio en la utilización de los efectos de producción ejemplo: la utilización de la materia prima diferentes, la compra de un nuevo equipo.(CABALLERO, 2008,p. 79).

#### **1. Margen de Utilidad:**

Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} = \%$$

## 2. Margen de Utilidad Bruta:

Relaciona las ventas menos el costo de ventas con las ventas. Indica la cantidad que se obtiene de las ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce o vende, lo que significa que tiene un bajo costo de las mercancías que produce.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} = \%$$

## 3. Utilidad de Operación:

Indica la cantidad que se obtiene de las ventas, después de que la empresa ha cubierto todos los gastos que se generan en la producción de un bien o la prestación de un servicio.

$$\text{Margen de utilidad operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}} = \%$$

El índice de productividad se refiere al indicador de la eficiencia de la empresa para saber la cantidad de recursos utilizados para la elaboración de un determinado producto.

### b) *Índices de Endeudamiento*

Tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.(ORTIZ, 2008, p.45).

De la misma manera se trata de establecer el riesgo que corre tales acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa. (GONZALEZ, 2008, p. 289).

Ratio de endeudamiento mide la relación existente entre el importe de los fondos propios de una empresa con relación a las deudas que mantiene tanto en el largo como en el corto plazo

### **1. Razón de Patrimonio a Pasivo:**

Representa el porcentaje de incidencia de los pasivos sobre la cantidad de patrimonio.

$$\text{Razón de Patrimonio a Pasivo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}} = \%$$

### **2. Razón de Patrimonio a Activo:**

Representa el porcentaje de participación del patrimonio en los activos.

$$\text{Razón de Patrimonio a Activo} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} = \%$$

### **3. Razón de Pasivo a Activo:**

Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, en los activos. En este caso, el objetivo es medir el nivel global de endeudamiento o proporción de fondos aportados por los acreedores.

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} = \%$$

Los ratios de endeudamiento permite tener información sobre la utilización de la deuda o recursos propios de la empresa para poder conocer si los activos y las utilidades son suficientes para cubrir los intereses y el capital endeudamiento de la empresa.

### c) *Índices de Rentabilidad*

Son denominados también de rentabilidad o lucrativita, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.(ROBAYO, 2009, p. 88).

El índice de rentabilidad es el más representativo de la empresa porque permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total de activos, abarcando el conjunto de ratios que comparan las ganancias de un período con determinadas partidas del estado de resultado y del estado de situación, por tales razones la dirección de la entidad debe velar por el comportamiento de estos índices. (BENITEZ, 2008, p. 178).

#### **1. Tasa de rendimiento sobre la inversión de activos:**

Lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles.

$$\text{Rendimiento sobre activos totales} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}} = \%$$

## 2. Tasa de rendimiento sobre la inversión de los inversionistas:

Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

$$\text{Rendimiento sobre el patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} = \%$$

El índice de rentabilidad mide la capacidad de la utilidad de la empresa por medios de sus activos y ventas, es decir de la manera que los directivos han utilizado los recursos, mientras más altas sean las utilidades obtenidas tendrá una mayor rentabilidad la empresa

### 1.3.5.7. Valor Actual Neto (VAN).

Es el valor monetario que resulta de restar, el total de los flujos descontados a la inversión inicial, es decir mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión, una inversión es ejecutable cuando el VAN >0; es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial, es decir mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. (MASCAREÑAS Juan, 2010, p. 190).

El van es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. (OTERO, 2008, p. 98).

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = -I_n + \frac{\text{FN1}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN2}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN3}}{(1+i)^n}$$



Dónde:

**A** = Capital invertido o coste inicial.

**FNC**= Flujo neto de caja o flujo de tesorería al final de cada periodo.

**K** = Tipo de actualización, expresados en tantos por uno, referido a la misma unidad de tiempo que los flujos de tesorería.

**n** = Vida útil estimada para la inversión. (OTERO, 2008, p. 98).

Es un método que permite conocer la rentabilidad neta de la empresa una vez cubierto todos los gastos que se adquirido para la institución, se debe tener en cuenta que si el resultado es positivo la inversión es viable y si es negativo no es viable.

#### **1.3.5.8. Tasa Interna Retorno (TIR).**

Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, o dicho de otro modo, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, mediante está tasa se iguala el valor presente descontado de todos los flujos de efectivo o ingresos que genera el proyecto durante su vida útil y el monto total de la inversión realizada (MASCAREÑAS Juan, 2010, p. 196).

La fórmula que nos permite calcular la Tasa Mínima de Retorno es:

$$TIR = VAN(+) + \left[ \frac{VAN(+)}{VAN(+)-VAN(-)} \right]$$

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) es aquella tasa de interés con la cual se igualan el valor presente descontado de todos los flujos de efectivo o ingresos que genera el proyecto durante su vida útil y el monto total de la inversión realizada (ABRIL, 2008 p.17).

La tasa interna de retorno se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. El TIR se lo compara como una tasa de costo de oportunidades de la inversión a subes si el proyecto no tienen riesgos, siempre

debe superar a la tasa de descuento, para que sea considerada su factibilidad y viabilidad.

### ***1.3.6. Gestión Microempresarial***

Gestión Microempresarial es todo lo que debe hacer como microempresario para iniciar, ampliar, aumentar la producción, relacionarse con los clientes, vender más los productos terminados, adquirir y usar bien los Microcréditos, y todo cuanto se haga para generar mayores ingresos, manejar y controlar bien el negocio. En otras palabras, Gestión Microempresarial es la forma como se planifica, organiza, integra, dirige y controla las acciones que llevarán a obtener mayores utilidades monetarias. (MIELES. 2008 Pág. 9).

Gestión microempresarial es un término que abarca un conjunto de técnicas que se aplican a la administración de una pequeña empresa y dependiendo del tamaño de la empresa, dependerá la dificultad de la gestión del empresario o productor. El objetivo fundamental de la gestión del empresario es mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo. (MIELES. 2008 Pág. 11).

Conocer las bases de la gestión microempresarial es lo que todo empresario debe aprender para iniciar ampliar, aumentar la producción, relacionarse bien con los clientes, vender más los productos terminados si no expandir la empresa y generar mayores márgenes de utilidad y rendimiento.

#### ***1.3.6.1 PYMES***

Pequeñas y Microempresas (PYMES) son todas aquellas en donde se involucra una persona o un pequeño grupo de personas que pueden o no tener algún vínculo familiar y que participan de la rentabilidad que la empresa genere, siendo pequeña su capacidad de operación, es así como encontramos PYMES desde un negocio hasta una microempresa en desarrollo (CHIAVENATO, 2008, p. 401).

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión (SAINZ, 2009 p. 12)

Las PYMES se caracterizan por ser pequeñas y medianas empresas, se refieren a empresas que poseen menos empleados que las otras entidades, por su tamaño se caracterizan que no tienen las mismas oportunidades de acceder a créditos o competir con empresas grandes.

#### ***1.3.6.2. Importancia de las PYMES***

La pequeña y medianas empresas, PYMES, tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo a las aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y de gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza (SAINZ José, 2009 p. 12).

La importancia de las pequeñas y medianas empresas, radica en la influencia que ésta ejerce en el proceso de industrialización necesaria, que conlleve al mejoramiento de la calidad de vida a un mejor suministro de viviendas, alimentos, educación, etc., y al desarrollo socio - económico que demanda un país como el nuestro. (CHIAVENATO, 2008, p. 384).

Las PYMES poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que son de una buena fuente generadora de empleo, sobre todo profesionales y además personal calificado.

### ***1.3.6.3 Funciones de la Gestión Microempresarial***

***1.3.6.3.1 Planeación.*** Es una anticipación del futuro para la práctica. Es la función inicial del Management y su contenido se concreta en la ayuda a la toma de decisiones. (VELÁSQUEZ Gustavo, 2008, p. 18).

La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización (VILLACIS José, 2009, p. 15).

En esencia, se formula un plan o un patrón integrando predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, de visualizar, del propósito de ver hacia delante.

Los resultados de la planificación se concretan en una serie de instrumentos llamados planes.

- a) Metódico: que se basa en un análisis exacto y exhaustivo posible de la información existente.
- b) Flexible: que pueda adaptarse a las constantes evoluciones de los distintos procesos.
- c) Exactitud: para lograr efectividad y operatividad y que se integre en una planificación global.

***1.3.6.3.2 Organización.*** La estructura organizativa del trabajo que tenga una empresa influye directamente en la percepción que pueda tener un trabajador de sus condiciones laborales y en su rendimiento profesional. (Loreto, 2009, P. 34)

Una estructura organizativa muy vertical, con una larga cadena de mando y tramos de control corto no favorece el trabajo en equipo, por el contrario las estructuras horizontales facilitan mejor el trabajo en equipo. MARTÍNEZ, Guerra, 2009, P. 196).

La estructura organizacional influye en la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados los trabajadores en el desarrollo de su trabajo.

**1.3.6.3.3 Dirección.** Es el ejercicio del poder o de influencia en colectividades sociales tales como grupos, organizaciones, comunidades o naciones, existen diferentes estilos de dirección, cada dirigente tiene su estilo propio de acuerdo con su personalidad o con la situación que se plantee en cada momento.(LORETO, 2009, P. 36)

Esta etapa del proceso administrativo, llamada también ejecución, comando o liderazgo, es una función de tal trascendencia, que algunos autores consideran que la administración y la dirección son una misma cosa (VILLACIS José, 2009, p. 19).

La dirección es la base donde se sustenta el equilibrio de una microempresa de ahí depende su estructura, fuerza sólida y organizada, la dirección siempre va de acuerdo a lo que se plantea.

**1.3.6.3.4. Control.** El control es un proceso que sirve para guiar la gestión empresarial hacia los objetivos de la organización y un instrumento para evaluarla. (RIVERA, 2009, P. 36)

Existen diferencias importantes entre las concepciones clásica y moderna de control de gestión. La primera es aquella que incluye únicamente al control operativo y que lo desarrolla a través de un sistema de información relacionado con la contabilidad de costos, mientras que la segunda integra muchos más

elementos y contempla una continua interacción entre todos ellos. (AYALA Jorge, 2009, p. 19).

El concepto de control de gestión centra su atención en el desarrollo organizado de la planificación que rige como parte imperante del control microempresarial, y precisa de una orientación estratégica que dote de sentido sus aspectos más operativos.

#### **1.3.6.5 FODA**

Es una herramienta sencilla que le permite analizar la situación actual de su negocio y obtener conclusiones que le ayuden a ser en el futuro. Implica que reconozca los elementos internos y externos que afectan positiva y negativamente al cumplimiento de las metas planteada.(BUSTAMANTE, 2008, p. 45).

FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

##### **a) Fortalezas**

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente.

##### **b) Oportunidades**

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

**c) Debilidades**

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no desarrollan positivamente, etc.

**d) Amenazas**

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a tentar incluido contra permanencia de la organización.(DUQUE, 2009, p. 27).

Es una herramienta muy útil para examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa, sin duda el FODA constituye en un sistema que proporciona para ejecutar estrategias adecuadas en las decisiones adoptadas por el gerente o jefe administrativo.

**FODA**

**CUADRO 1**



**Fuente:** Administración

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

## **CAPITULO II**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **2.1 Breve Caracterización de la Producción Comercialización y Rentabilidad de la Yuca (Manihot Esculenta) en el cantón La Maná.**

La Maná fué un recinto que perteneció a la parroquia El Tingo del cantón Pujilí por varios años pero debido a su crecimiento y desarrollo sus habitantes organizaron un comité pro-parroquialización buscando un mejor porvenir para su pueblo hasta que, finalmente lograron la cantonización de La Maná, gracias a la tenaz gestión de hombres patriotas y decididos.

Sus inmensos bosques, sus gigantescas siembras de banano, orito, yuca, cacao, tabaco y café, tanto como su estratégica ubicación geográfica y su riqueza aurífera le confieren características especiales que propician su desarrollo y le otorgan un papel protagónico en la economía de nuestro país.

Esta joven ciudad alberga a grupos humanos de diversa procedencia, tanto serranos como costeños conviven en La Maná formando un solo pueblo donde las manifestaciones culturales de todos ellos se han fusionado, dando lugar a una población inmensamente rica en tradiciones folclóricas.

Los habitantes del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, en su mayoría se dedican al comercio y a la agricultura; tales como yuca, cacao, café, naranja etc.



Mientras, otro grupo muy importante obtiene sus principales ingresos económicos a partir del turismo. En cuanto a Estero Hondo la población se dedica al turismo ya que este lugar reúne características muy particulares debido a su ubicación geográfica, sin embargo, si bien la afluencia de turistas ayuda a la generación de Riqueza; también causa impactos sobre los recursos naturales: suelo, agua, flora y fauna.

Otra característica en Estero Hondo se halla la Planta Envasadora Splendor, que está afectando la calidad de aire debido a la utilización de diesel para la producción de energía; así como también, la contaminación en los efluentes originando problemas a nivel biofísico, social y ambiental. A estos factores se suman las actividades agrícolas y pecuarias existentes en la zona.

El cantón La Maná está localizado en la región natural occidental de las estribaciones externas de la cordillera de Los Andes, en la provincia de Cotopaxi. Se ubica en la zona templada subtropical entre los 200 y 1150 msnm. Está situada a unos 150 Km de Latacunga, capital de la provincia, siendo una zona importantísima del país en producción agrícola, ganadera, turística y cultural. La vegetación está comprendida mayoritariamente por la tropical y la subtropical hacía los pisos más altos formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región subandina.

## CUADRO 2

### 2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INSTRUMENTO
I N D E P E N D I E N T E S	Economía	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Macroeconomía</li> <li>❖ Microeconomía</li> <li>❖ Economía Agrícola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elementos del Mercado</li> <li>❖ Tipos de Mercado</li> </ul>	E  N  C  U  E  S  T   A  S
	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Proceso de Producción</li> <li>❖ Factores de Producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Manejo del cultivo</li> <li>❖ Tierra</li> <li>❖ Capital</li> <li>❖ Trabajo</li> </ul>	
	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tipos de Comercialización</li> <li>❖ Variables del Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Macro – Micro comercialización</li> <li>❖ Precio</li> <li>❖ Promoción</li> <li>❖ Plaza</li> <li>❖ Producto</li> </ul>	
	Costo	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Costo de Producción</li> <li>❖ Elementos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Fijos – Variables</li> <li>❖ Mano de Obra</li> <li>❖ Materia Prima</li> <li>❖ Costo de Producción</li> <li>❖ Costos Indirecto</li> </ul>	
	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tipos de Rentabilidad</li> <li>❖ Estados Financieros</li> <li>❖ Ratios Financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Fijos Variables</li> <li>❖ Balance General</li> <li>❖ Estados de Pérdidas y Ganancias</li> <li>❖ Ind. Liquidez</li> <li>❖ Ind. Prueba Acida</li> </ul>	
D E P E N D I E N T E	Gestión Microempresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pymes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Organización</li> <li>❖ Dirección</li> <li>❖ Control</li> </ul>	

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

## ***2.3 Metodología Empleada***

### ***2.3.1 Tipos de Investigación***

Para la preparación del proyecto de tesis se utilizó la investigación exploratoria por lo cuanto nos permitió conocer la problemática de los productores, intermediarios y consumidores ya que fueron útiles para la elaboración de la tesis.

También se utilizó la investigación descriptiva que nos permitió conocer en forma detallada la caracterización de la industria, potenciales clientes, beneficiarios, procesos teóricos y la evaluación de las variables. Esto facilitó para el estudio de mercado, para conocer las características del producto, los precios, recursos humanos.

En el trabajo investigativo se utilizó estudios correlacionales, en cuanto se estableció varias relaciones de variables de manera simple, tales como: producción, comercialización, rentabilidad, economía, canales de distribución, promoción, ventas.

Por último aplicamos la investigación explicativa para la búsqueda de las causas y efectos de la problemática que se resolvió.

### ***2.3.2 Metodología***

En este trabajo se realizó la investigación de la metodología del diseño no experimental, de la misma forma, se utilizó el lineamiento transaccional para el levantamiento de datos.

Además, la metodología que sea utilizado en la investigación se basó al mejoramiento de los comerciantes de la yuca en los aspectos técnicos orientados o procedimientos y métodos relacionados con: estudio de mercado, estudio técnico comercial, evaluación financiera, evaluación económica y el estudio de impacto

ambiental. Se estableció estrategias a seguir para superar debilidades, minimizar las amenazas, aprovechar las oportunidades y optimizar las fortalezas.

### 2.3.3 Unidad de estudio (población y muestra)

#### 2.3.3.1 Población universo

La población universo de la investigación está constituida por los productores, comercializadores, consumidor final de la población del cantón La Maná.

**CUADRO 3**  
**POBLACIÓN POR FAMILIAS**

<b>Estrato por Tamaño</b>	<b>Población</b>
Productores	834
Intermediarios	20
Familias	7672
Total	8526

**Fuente:** INEC, población, año 2010

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica.

#### 2.3.3.2 Tamaño de la Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

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

Dónde = Población

n = Tamaño de la muestra

E = Error (0,05)

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{8526}{(0,05)^2(8526 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{8526}{21.3125 + 1}$$

$$n = \frac{8526}{22.3125}$$

$$n = 382$$

### 2.3.3.3 Criterios de selección de la muestra

**CUADRO 4**  
**MUESTRA POR ESTRATO**

<b>Estrato</b>	<b>Población</b>	<b>Fracción</b>	<b>Muestra</b>
Productores	834	0.044804128	38
Familias	7672	0.044804128	344
Total	8506		382

**Fuente:** INEC, población, año 2010

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica.

En el cuadro anterior se observa la cantidad de familias que se encuesta en el cantón La Maná definido para la investigación, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula.

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{382}{8526}$$

$$f = 0.044804128$$

Dónde:

**f**=Factor de Proporcionalidad

**n**=Tamaño de la Muestra

**N**= Población del Universo

La selección de la muestra se realizó mediante el método estratificado proporcional, en base a los cuadros anteriores.

A los intermediarios se les aplicó un censo ya que existió una cantidad mínima donde se recolectó la información mediante encuestas a los 20 intermediarios que existen en el cantón La Maná.

### ***2.3.4 Métodos y Técnicas a ser Empleadas***

#### ***2.3.4.1 Métodos.***

La investigación aplicó los siguientes métodos:

La investigación aplicó deducción en base a los siguientes razonamientos:

Todos los negocios necesitan de canales de distribución, promoción y publicidad para impulsar las ventas por tanto los productores de yuca requieren de tales herramientas para vender sus productos.

La investigación trabajó con el método de análisis, para identificar, los elementos y las relaciones existentes entre ellos.

Se consideró a la gestión micro-empresarial entre los siguientes elementos a estudiar son: producción, comercialización, rentabilidad de la yuca, siendo una relación relevante de dichos elementos, la generación de estadísticas sobre la producción y comercialización de la yuca en el cantón La Maná.

La síntesis, se estudió los elementos establecidos relacionados con los productores de yuca, con el fin de verificar que cada uno de ellos, reúnan los requerimientos necesarios para poder determinar conclusiones y establecer recomendaciones.

#### ***2.3.4.2 Técnicas.***

El levantamiento de datos se realizó mediante encuestas aplicables tanto a los consumidores como a los productores del cantón La Maná y sus zonas de influencia, considerando que es la forma más adecuada para obtener información que permita realizar un estudio correcto sobre la producción, comercialización rentabilidad de la yuca.

### 2.3.5. Encuesta dirigida a los productores mayoristas de la yuca del cantón La Maná

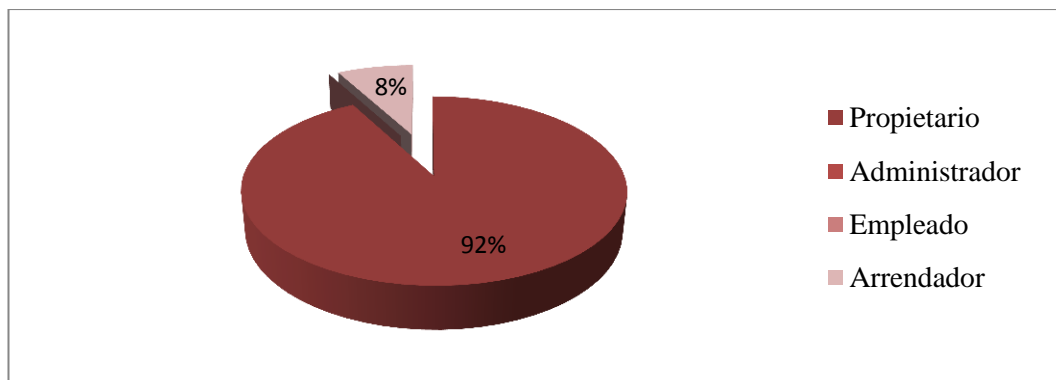
1.- ¿Cuál es la relación que tiene usted con la producción de la yuca?

**CUADRO 5**  
**RELACIÓN DE PRODUCCIÓN CON LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propietario	35	92%
Administrador	0	0%
Empleado	0	0%
Arrendador	3	8%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 4**  
**RELACIÓN DE PRODUCCIÓN CON LA YUCA**



**Fuente:** Dato Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

#### **Análisis e Interpretación**

Del 100% de los productores 92% supieron manifestar que la relación que tienen con las fincas es ser propietarios y el 8 % dijeron que son arrendatarios, por lo que se observa que existe un alto nivel de propietarios de la producción de yuca.



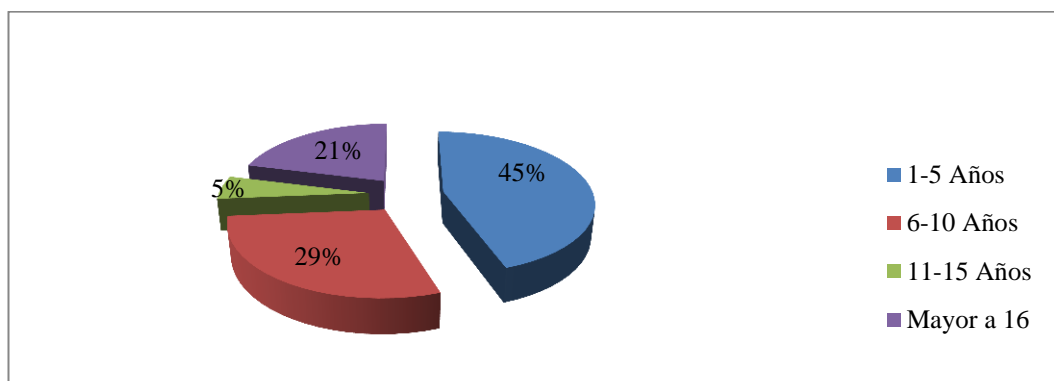
## 2.- ¿Cuánto tiempo viene produciendo la yuca?

**CUADRO 6**  
**TIEMPO DE PRODUCCIÓN CON LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-5 Años	17	45%
6-10 Años	11	29%
11-15 Años	2	5%
Mayor A 16	8	21%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 5**  
**TIEMPO DE PRODUCCIÓN CON LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Luego de analizar las respuestas de la pregunta antes mencionada y muestra que hay un 45% que vienen produciendo por más de 1-5 años, el 29% de 6-10 años, el 21% mayor de 16 años y el 5% de menos de diez y seis años, realizando el análisis refleja que la producción de yuca se ejecuta desde hace mucho tiempo atrás por los propietarios de las fincas.

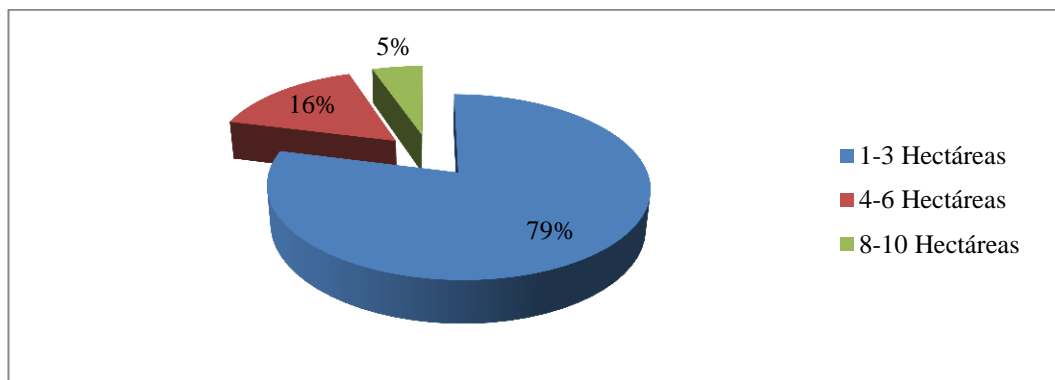
### 3.- ¿Cuántas hectáreas de yuca cultiva al año?

**CUADRO 7**  
**HECTÁREAS CULTIVADAS AL AÑO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-3 Hectáreas	30	79%
4-6 Hectáreas	6	16%
8-10 Hectáreas	2	5%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 6**  
**HECTAREAS CULTIVADAS AL AÑO**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### Análisis e Interpretación

De la información obtenida existe un 79% que respondieron que tienen 1-3 hectáreas de la producción de yuca, y 16% tiene de 4-6 hectáreas y un 5% menos de once hectáreas, por lo que se puede notar que la mayoría de los productores tienen una cantidad mínima de sembrío de yuca.

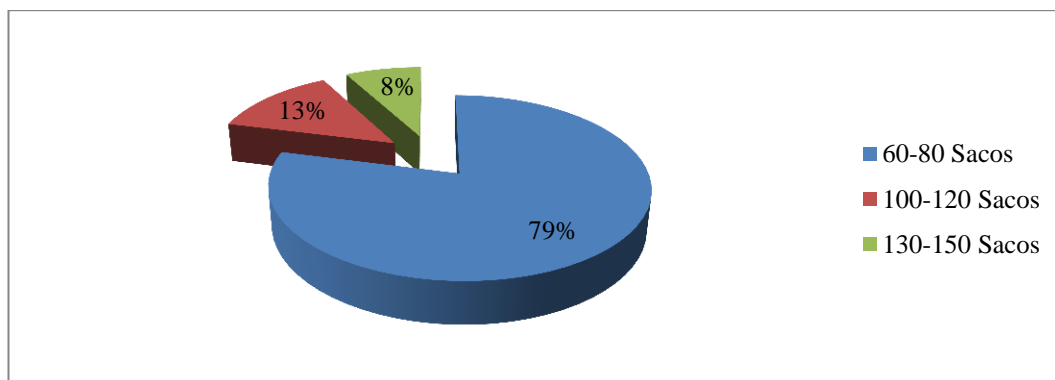
#### 4.- ¿Cuántos sacos cosecha por hectárea?

**CUADRO 8**  
**SACOS COSECHADOS POR HECTÁREA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
60-80 Sacos	30	79%
100-120 Sacos	5	13%
130-150 Sacos	3	8%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 7**  
**SACOS COSECHADOS POR HECTÁREA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

#### **Análisis e Interpretación**

La mayor parte de los encuestados respondieron que el 79% cosechan de una hectárea 60-80 sacos y el 13% de 100-200 sacos y la última opción de 130-150 sacos, según la respuesta de los agricultores se aprecia que la cosecha por hectárea es de setenta sacos promedios.

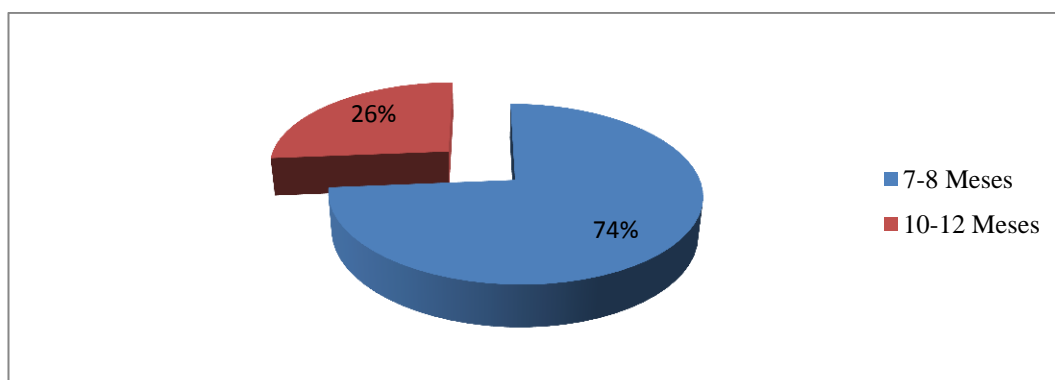
## 5.- ¿Cuántos meses dura el cultivo de la yuca?

**CUADRO 9**  
**DURACIÓN DE MESES DEL CULTIVO DE LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7-8 Meses	28	74%
10-12 Meses	10	26%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 8**  
**DURACIÓN DE MESES DEL CULTIVO DE LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Según los datos obtenidos en la pregunta de 7-8 mese obtuvo mayor porcentaje que es del 74% y la otra opción de la siembra de la yuca obtuvo un 26% la mayoría de los productores manifestaron que el tiempo de la cosecha del cultivo de la yuca se da en un tiempo determinado de diez meses donde la yuca esta en un buen estado para venderla.

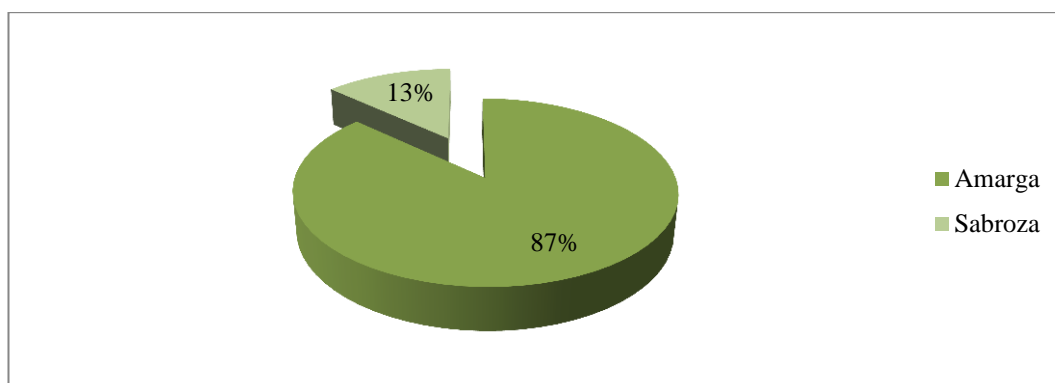
## 6.- ¿Qué tipo de yuca comercializa?

**CUADRO 10**  
**TIPOS DE YUCA QUE SE COMERCIALIZA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amarga	33	87%
Sabrosa	5	13%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 9**  
**TIPOS DE YUCA QUE SE COMERCIALIZA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

De la información obtenida indica que existe un 87% que respondieron positivamente que comercializan la yuca amarga, y el 13% que cultiva la yuca sabrosa, según los productores que la yuca comercializada en los mercados del Ecuador es la yuca amarga porque tiene más propiedades de nutrición para el consumo humano.

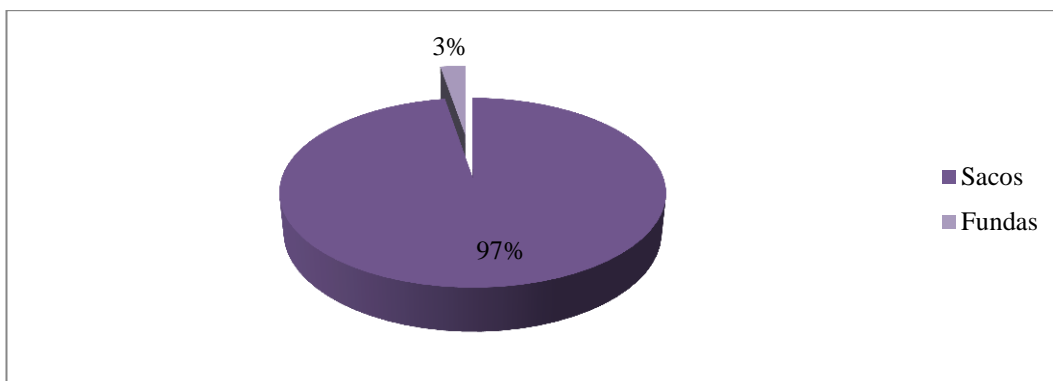
## 7.- ¿Cómo realiza la venta de la yuca?

**CUADRO 11**  
**VENTA DE LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sacos	37	97%
Fundas	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 10**  
**VENTA DE LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Los productores de la yuca encuestados supieron responder que el 97% se vende por sacos y el 3% se vende en fundas por lo que se puede apreciar que la mayoría de los productores vende la yuca por sacos ya que resulta mejor, por lo que no existe una medida específica.

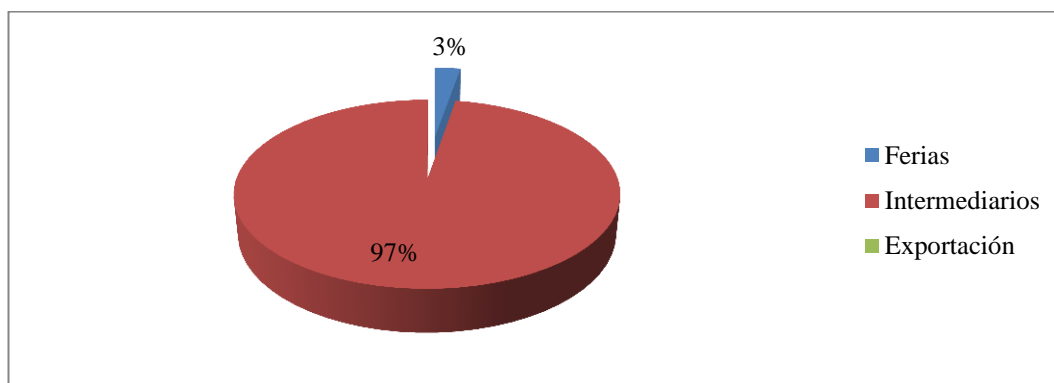
## 8.- ¿Dónde comercializa usted la yuca?

**CUADRO 12**  
**DÓNDE COMERCIALIZA USTED LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ferias	1	3%
Intermediarios	37	97%
Exportación	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 11**  
**DÓNDE COMERCIALIZA USTED LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### Análisis e Interpretación

Según los datos realizados se observa que el 97% de los productores venden a los intermediarios y el 3% a las ferias por lo tanto la mayoría de los agricultores venden su producción en sus fincas y a los comerciantes.

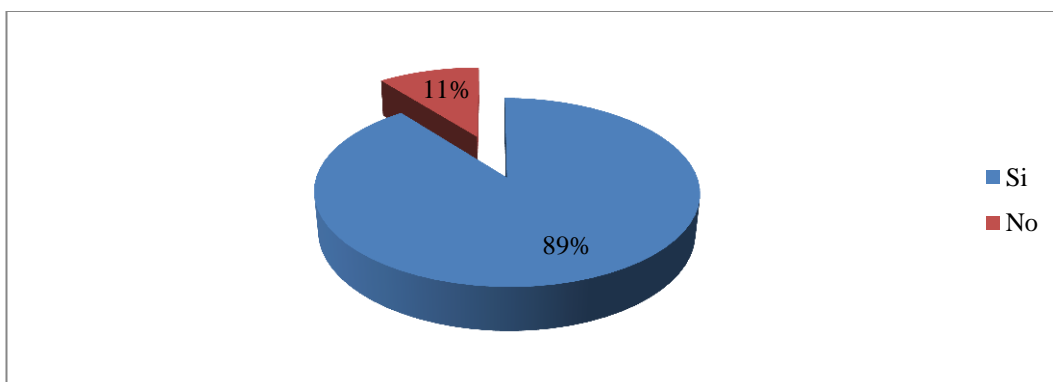
**9.- ¿Usted fertiliza el terreno para la producción de la yuca?**

**CUADRO 13**  
**FERTILIZACIÓN DE LA TIERRA PARA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	34	89%
No	4	11%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 12**  
**FERTILIZACIÓN DE LA TIERRA PARA LA PRODUCCIÓN**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**Análisis e Interpretación**

La información realizada indica que existe un 89% que respondieron a la encuesta que fertilizan el terreno para la siembra de la yuca, y el 11% no fertilizan su producción esto quiere decir que la mayoría de los agricultores abonan el terreno para poder sembrar por lo que les genera más ganancias durante la producción a los agricultores.



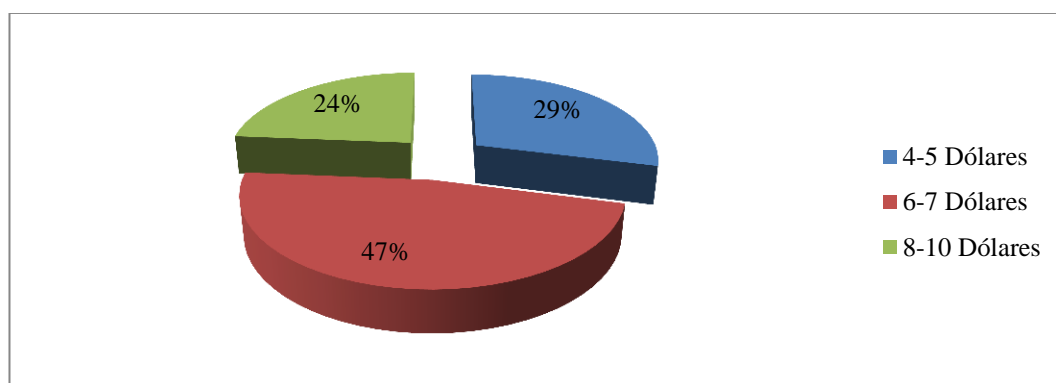
10.- ¿Cuál es el precio por que usted vendió en la última cosecha la yuca?

**CUADRO 14**  
**PRECIO QUE VENDIO LA ÚLTIMA COSECHA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4-5 Dólares	11	29%
6-7 Dólares	18	47%
8-10 Dólares	9	24%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 13**  
**PRECIO QUE VENDIO LA ÚLTIMA COSECHA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

La mayoría de los encuetados respondieron que el 47% vendieron de 6 a 7 dólares la última cosecha, el 29% de 4 a 5 dólares el 24% de 8 a 10 dólares, se puede decir que los productores de la yuca, vendieron a un precio moderado la cosecha, ya que esto les trajo un buen ingreso a sus familias.

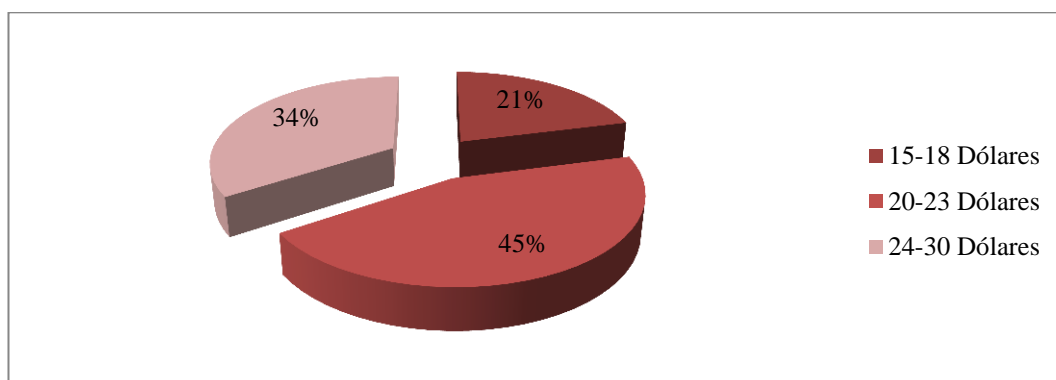
**11.- ¿El tiempo de escasez de cosecha del producto cual ha sido el precio al que ha vendido?**

**CUADRO 15**  
**ESCASEZ DE YUCA PRECIO MÁXIMO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-18 Dólares	8	21%
20-23 Dólares	17	45%
24-30 Dólares	13	34%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 14**  
**ESCASEZ DE YUCA PRECIO MÁXIMO**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

De los productores encuestados el 45% respondieron positivamente que cuando existe escasez de producción venden de 20 a 23 dólares el saco de yuca, y el 21% venden de 15 a 18 dólares, y el 34% vende de 24 a 30 dólares el saco de yuca, cuando existe escasez en el mercado, es muy beneficioso para los agricultores por que les genera más ingresos de esta manera pueden aumentar más la producción para la otra cosecha.

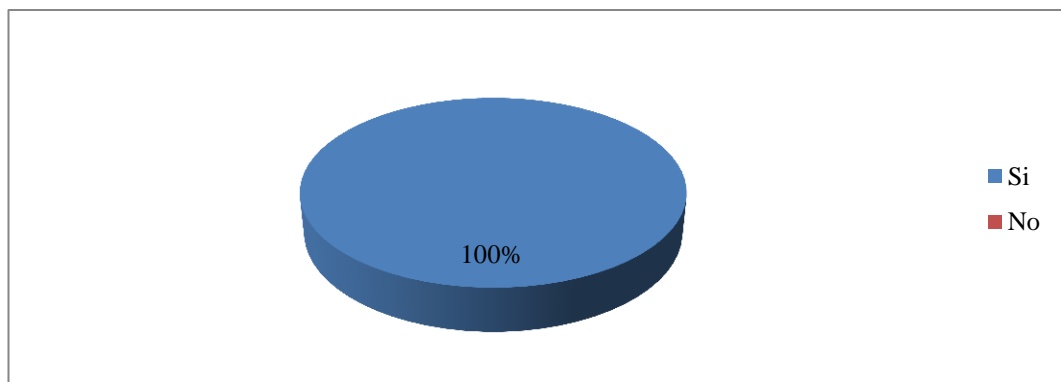
**12.- ¿Cuándo usted comercializa la yuca existe variaciones en el precio?**

**CUADRO 16**  
**VARIACIONES DEL PRECIO EN ESCASEZ DE YUCA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	38	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 15**  
**VARIACIONES DEL PRECIO EN ESCASEZ DE YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**Análisis e Interpretación**

Del 100% de los productores de yuca encuestados todos supieron manifestar que al momento de vender la yuca siempre existe variaciones en el precio a veces esta variación de precios le perjudica al productor para la venta del producto.

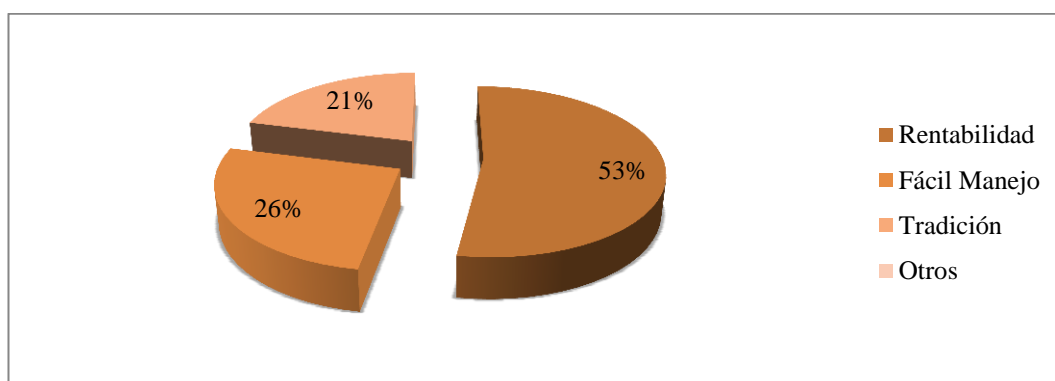
### 13.- ¿Cuál es la razón que continua en el cultivo de la yuca?

**CUADRO 17**  
**RAZÓN QUE CONTINÚA EN EL CULTIVO DE LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rentabilidad	20	53%
Fácil Manejo	10	26%
Tradicición	8	21%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 16**  
**RAZÓN QUE CONTINÚA EN EL CULTIVO DE LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

#### **Análisis e Interpretación**

El total de los encuestados el 53% respondieron que su producción es por rentabilidad, el 26% por el fácil manejo, y el 21% manifestaron que producen por tradición, se cabe recalcar que la mayoría de los agricultores se dedican a la producción de la yuca, ya que esto les genera más ingresos para el sustento diario de su familia.

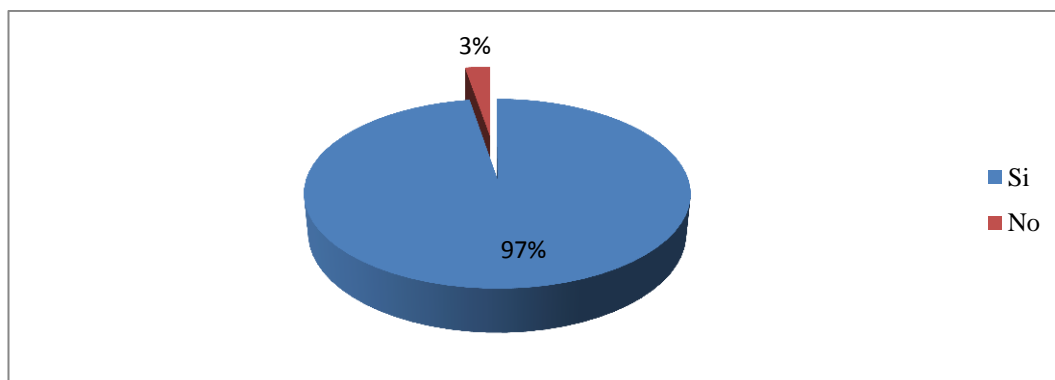
**14.- ¿Cree usted que es importante contar con un asesor para la producción de la yuca?**

**CUADRO 18**  
**IMPORTANCIA DE CONTAR CON UN ASESOR**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	37	97%
No	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 17**  
**IMPORTANCIA DE CONTAR CON UN ASESOR**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Según los datos obtenidos en la pregunta existen un 97% que opinaron que es importante contar con un asesor, el 2% dijeron que no era necesario contar con un asesor para la producción de la yuca, es muy necesario que todo productor cuente con asesoramiento técnico, para que así no exista contra tiempo en la producción de la yuca, para que eviten en algún futuro pérdidas económicas.

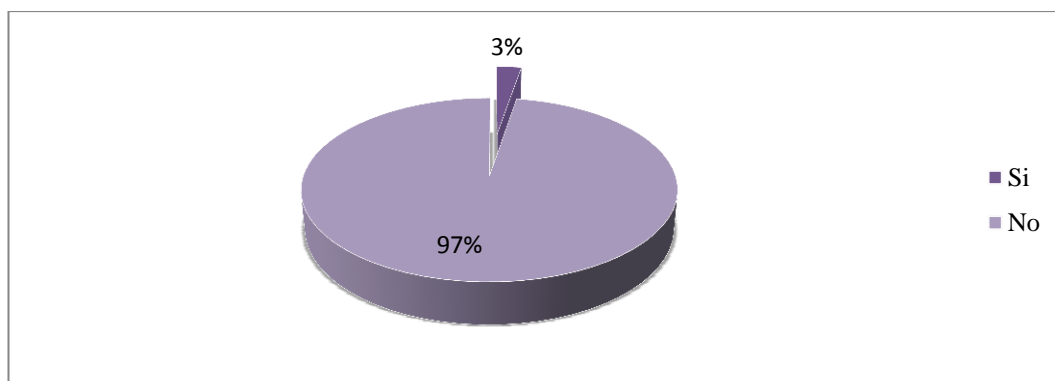
**15.- ¿lleva usted un registro contable de la venta de su producción?**

**CUADRO 19**  
**REGISTRO CONTABLE DE LA VENTAS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	97%
No	37	3%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 18**  
**REGISTRO CONTABLE DE LA VENTAS**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**Análisis e Interpretación**

La mayoría de los productores encuestados el 97% no tienen un registro para las ventas que realizan y solo el 3% si llevan registro de ingreso o egreso, es importante que se lleve un registro contable para que de esta forma puedan tener un mayor, control de los ingresos y egresos de la producción en un tiempo determinado o en el periodo de cosecha.

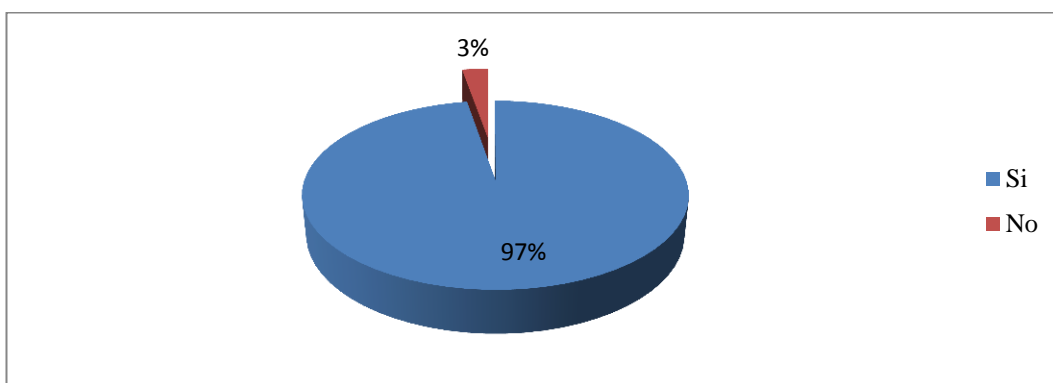
16.- ¿Cree usted que sea necesario un análisis de la producción de yuca?

**CUADRO 20**  
**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	37	97%
No	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 19**  
**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a los productores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Del 100% de los productores encuestados el 97% indicaron que si están de acuerdo que se realice un análisis a la producción de la yuca y el 3% respondieron negativamente a la pregunta, el estudio a la producción de yuca es importante para obtener datos reales de la inversión y su utilidad.

### 2.3.6. Encuesta dirigida a los intermediarios de la yuca del cantón La Maná

1.- ¿Cree usted que es importante que los comerciantes de yuca asistan a cursos de capacitaciones?

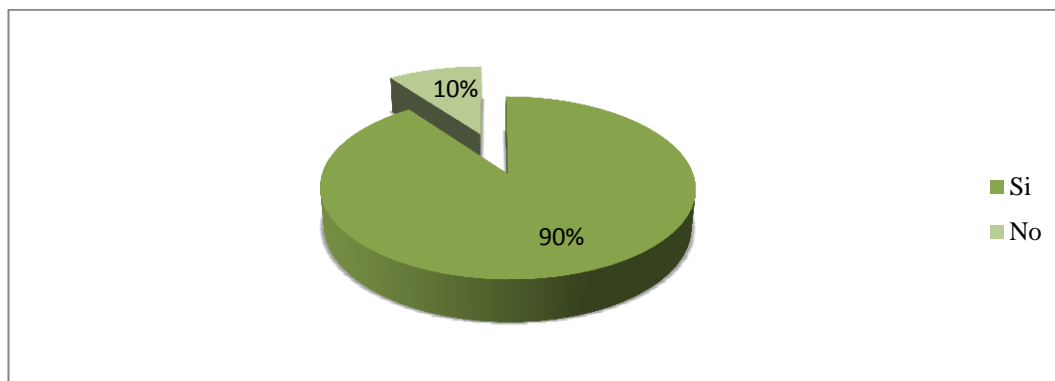
**CUADRO 21**  
**CURSOS DE CAPACITACIONES PARA LOS COMERCIANTES**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	90%
No	3	10%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicadas a intermediarios

Elaborado por: Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 20**  
**CURSOS DE CAPACITACIONES PARA LOS COMERCIANTES**



Fuente: Encuesta aplicadas a intermediarios

Elaborado por: Cajas Robles Claribel Angélica

#### Análisis e Interpretación

De los 20 intermediarios encuestados manifestaron el 90% que están de acuerdo que los comerciantes asistan a cursos de capacitaciones por lo cual el 10% respondieron negativamente a la pregunta, los cursos de capacitaciones ayudaran a obtener mejores conocimientos de la producción y calidad de la yuca.



## 2.- ¿La cantidad de producto que usted compra semanales?

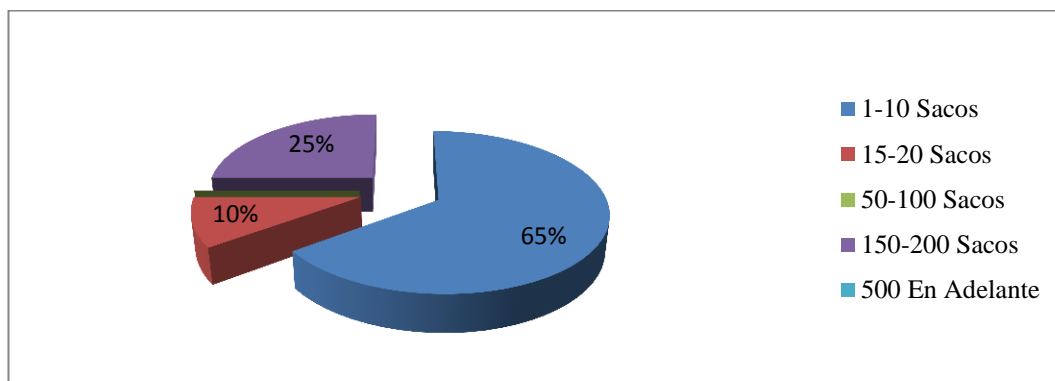
**CUADRO 22**  
**CANTIDAD DE PRODUCTO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-10 Sacos	13	65%
15-20 Sacos	2	25%
50-100 Sacos	0	0%
150-200 Sacos	5	10%
500 En Adelante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 21**  
**CANTIDAD DE PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Según los datos obtenidos se refieren a un 65% es de 1-10 sacos y el 25% es de 15-20 sacos, el 10% es de 150-200 sacos la mayor parte de los intermediarios compran de 1-10 sacos de yuca, la mayoría de los intermediarios obtienen poca cantidad de la yuca por su comercialización es realizada en ferias o plazas.

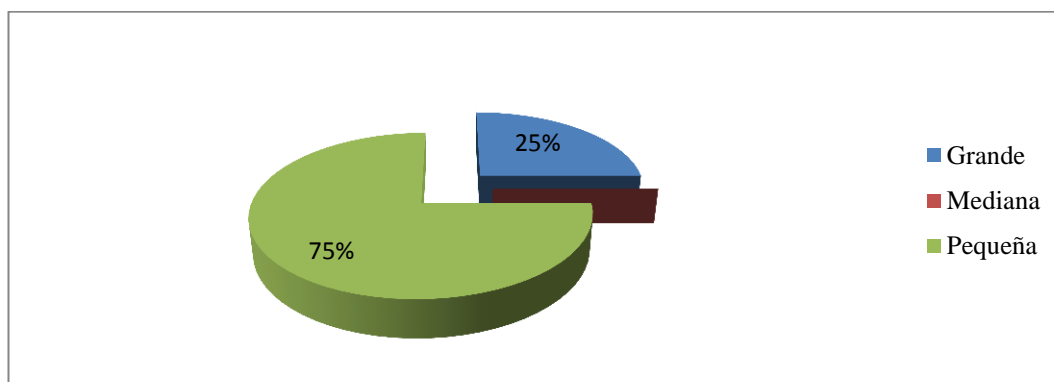
### 3.-¿La bodega para el almacenamiento del producto es?

**CUADRO 23**  
**BODEGA DE ALMACENAMIENTO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Grande	5	25%
Mediana	0	0%
Pequeña	15	75%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 22**  
**BODEGA DE ALMACENAMIENTO**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

#### **Análisis e Interpretación**

De acuerdo a los resultados presentados en el gráfico se obtiene un 75% poseen bodegas pequeñas para guardar los productos en cambio el 25% tienen bodegas grandes para el almacenamiento de sus productos, gran parte de los intermediarios tienen un punto de almacenamiento pequeño por lo que va de acuerdo a la cantidad de producto que comercializan.

#### 4.-¿Dónde comercializa el producto?

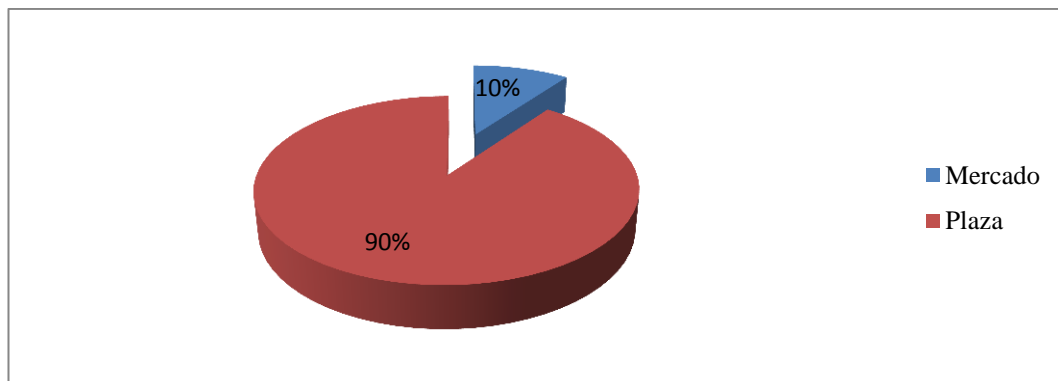
**CUADRO 24**  
**COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado	2	10%
Plaza	18	90%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 23**  
**COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

#### **Análisis e Interpretación**

La mayoría de los intermediarios comercializan sus productos a las plazas que vienen hacer el 90% el otro 10% es distribuido a los mercados de diversas regiones, los productores cuentan con una plaza fija para comercializar el producto por lo que no corren el riesgo de quedarse con el producto.

## 5.-¿Hace que tiempo usted comercializa la yuca?

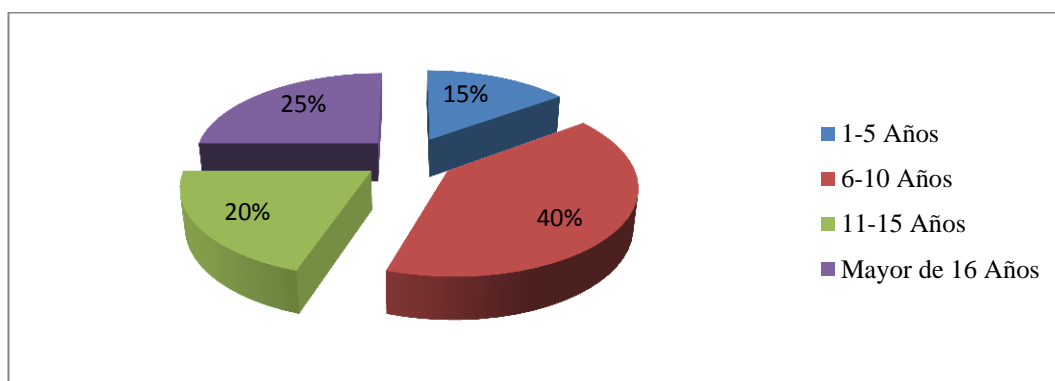
**CUADRO 25**  
**TIEMPO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-5 Años	3	15%
6-10 Años	8	40%
11-15 Años	4	20%
Mayor De 16 Años	5	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 24**  
**TIEMPO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Del 100% de los encuestados manifestaron que el 40% comercializan la yuca de 1 a 5 años y el 25% mayor de 16 años y el 20% es de 11 a 15 años el 15% es de 1 a 5 años como podemos observar la mayoría de los intermediarios tienen 1 a 5 años en la venta de la yuca, los productores de yuca mantienen sus cultivos desde hace algunos años por lo que les hace obtener experiencia en el manejo del cultivo.

6.- ¿Usted se encuentra registrado en alguna organización de comerciantes?

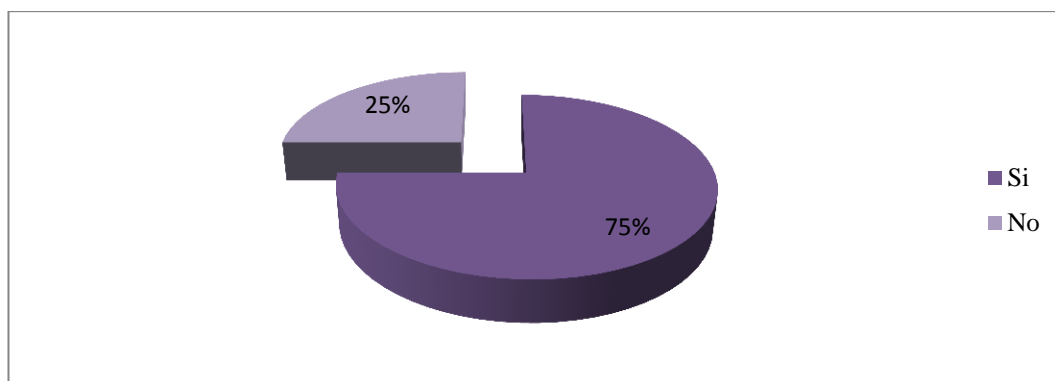
**CUADRO 26**  
**REGISTRÓ DE ORGANIZACIONES DE COMERCIANTES**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	75%
No	5	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 25**  
**REGISTRÓ DE ORGANIZACIONES DE COMERCIANTES**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

De acuerdo a los resultados que se encuentran en el grafico es de 75% se encuentran registrados en algunas organizaciones ya que el 25% respondieron negativamente a la pregunta, cómo podemos observar que la mayor parte de los comerciantes si están afiliados en organizaciones esto les ayuda a tener mayores beneficios.

## 7.- ¿Qué otro producto comercializa?

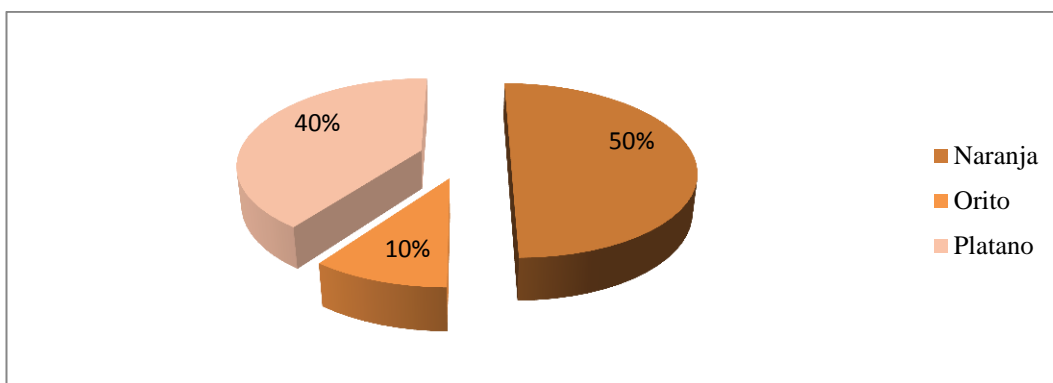
**CUADRO 27**  
**PRODUCTOS DE COMERCIALIZACIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Naranja	10	50%
Orito	2	10%
Plátano	8	40%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 26**  
**PRODUCTOS DE COMERCIALIZACIÓN**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Según los datos realizados a los intermediarios se puede analizar que también venden otros productos tales como la naranja con el 50% y el 40% al plátano y el otro 10% al orito esto indica que la mayoría de los comerciantes no solo se dedican a la venta de yuca esto cabe destacar que existe una combinación de productos para la comercialización.

**9.-¿Cree necesario que se realice estudios técnicos sobre la comercialización?**

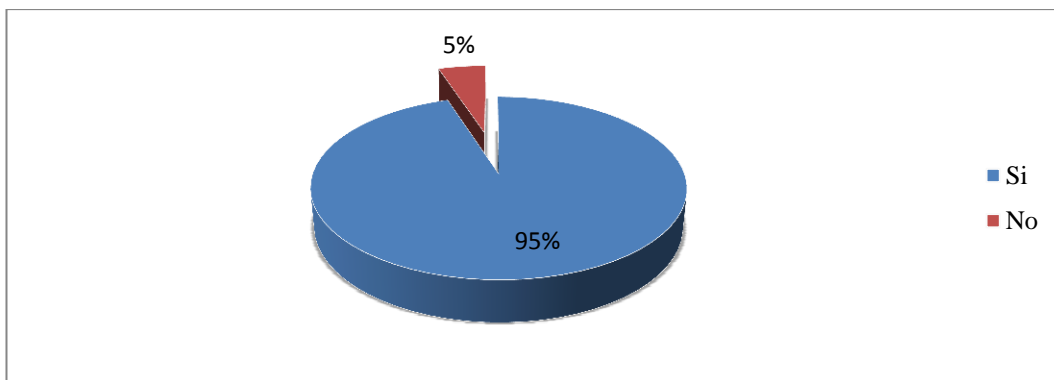
**CUADRO 28**  
**ESTUDIOS TÉCNICOS SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	19	95%
No	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 27**  
**ESTUDIOS TÉCNICOS SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a intermediarios

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**Análisis e Interpretación**

De los 20 intermediarios encuestados el 95% supieron responder que están de acuerdo que se realice estudios técnicos sobre la comercialización y el otro 5% manifestaron que no era necesario que se haga estudios técnicos sobre la comercialización de la yuca en nuestro Cantón, a través de un estudio técnico se podrá tener datos reales de los ingresos y egresos de la producción.

### 2.3.7 Encuesta dirigida a los consumidores de la yuca del cantón La Maná

1.-¿De los siguientes tipos de productos?, ¿cuáles consume con frecuencia?

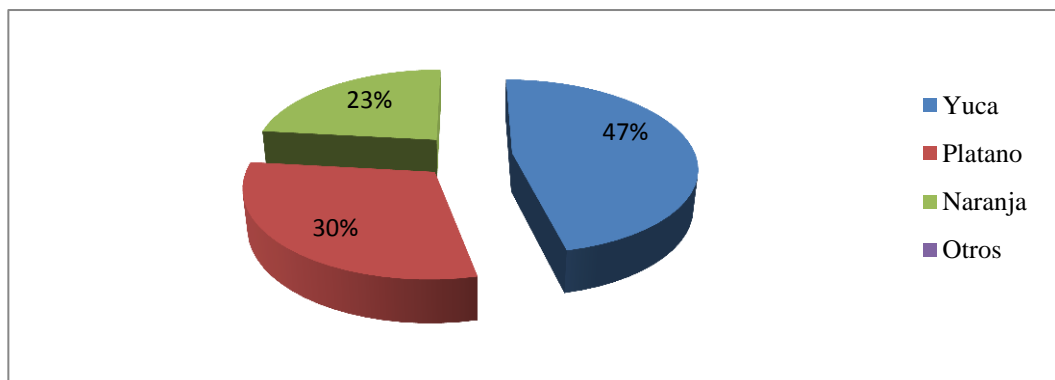
**CUADRO 29**  
**TIPOS DE PRODUCTOS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Yuca	160	30%
Plátano	104	47%
Naranja	80	23%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 28**  
**TIPOS DE PRODUCTOS**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

#### Análisis e Interpretación

Del 100% de los consumidores encuestados el 47% consume yuca, el 30% consume plátano, el 23% consume naranja, la yuca es consumida tradicionalmente por las familias cabe recalcar que el consumo de los productos es de gran importancia debido al carbohidrato que esta contiene.



## 2.-¿Cuántas veces a la semana usted consume yuca?

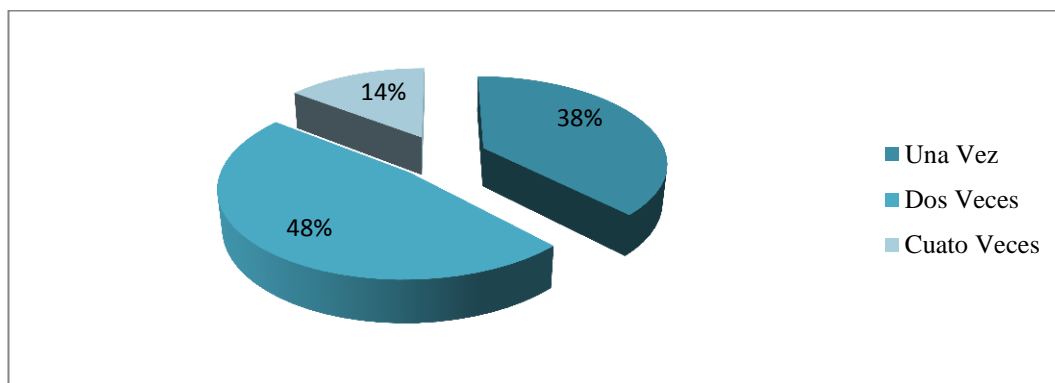
**CUADRO 30**  
**CONSUMO DE YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una Vez	130	38%
Dos Veces	164	48%
Cuatro Veces	50	14%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 29**  
**CONSUMO DE YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

La mayoría de consumidores encuestados respondieron 48% consumen dos veces el producto y el 38% consumen una vez por semana y el 14% consumen cuatro veces por semana, la mayor parte de las personas consumen la yuca dos veces ya que este producto es nutritivo para la salud.

### 3.-¿Cuál es el precio que usted paga por cada yuca?

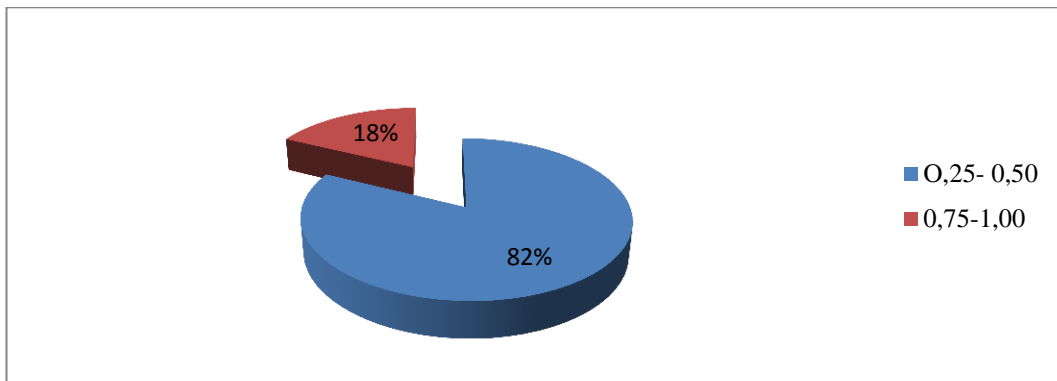
**CUADRO 31**  
**PRECIO DE LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,25- 0,50	283	82%
0,75-1,00	61	18%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 30**  
**PRECIO DE LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Según La información que arrojan los datos estadísticos sobre el precio de la yuca para el consumo es del 82% y el precio es de 0.25-0.50 centavos y el 18% es de 0.75-1.00- centavos de dólar la mayoría de los consumidores el producto lo obtienen a 0.25-0.50 centavos ya sea en plazas, mercados etc., el precio de la yuca es accesible para los consumidores porque es consumido habitualmente brindando muchos beneficios para la salud.

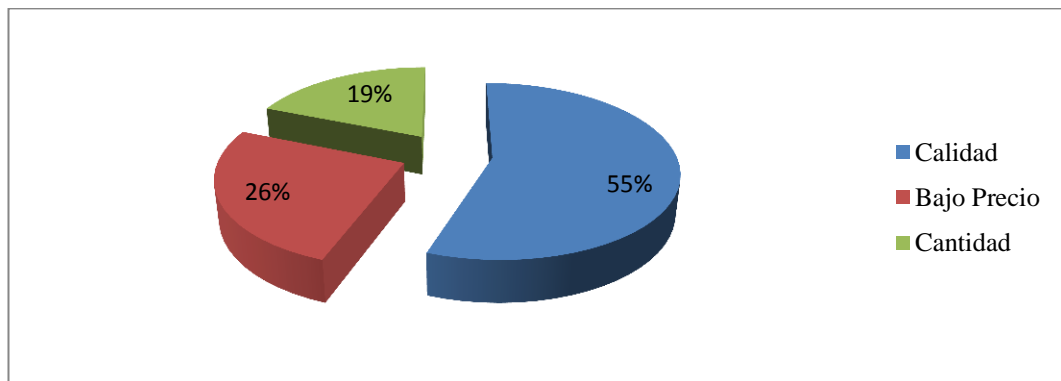
4.- ¿Al momento de la compra indique cuál de estos factores es de gran importancia para usted?

**CUADRO 32**  
**FACTORES DE GRAN IMPORTANCIA PARA LA COMPRA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	191	55%
Bajo Precio	88	26%
Cantidad	65	19%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 31**  
**FACTORES DE GRAN IMPORTANCIA PARA LA COMPRA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

Reflejando en el gráfico los consumidores encuestados respondieron que los factores para la compra es 55% por la calidad y el 26% respondieron que es por bajo precio y el 19% se refiere cantidad, los consumidores para adquirir el producto primero toman en cuenta la cantidad y el precio.

## 5.- ¿En qué lugar usted adquiere la yuca?

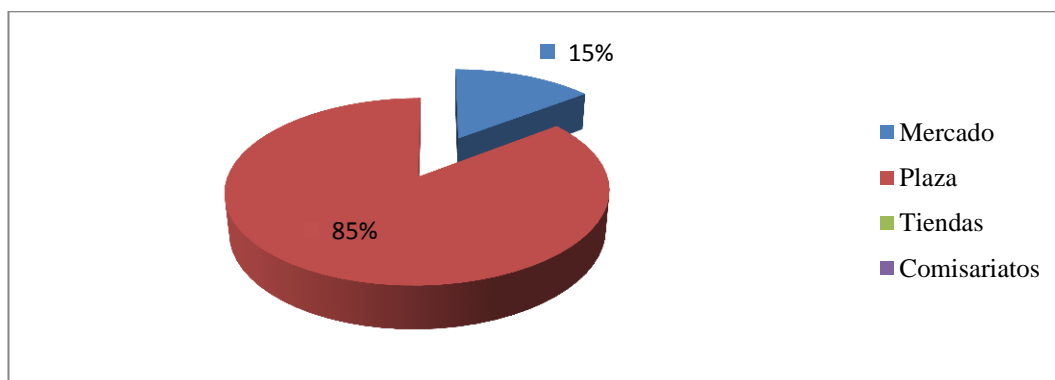
**CUADRO 33**  
**LUGAR DONDE SE ADQUIERE LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercados	50	15%
Plaza	294	85%
Tiendas	0	0%
Comisariatos	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 32**  
**LUGAR DONDE SE ADQUIERE LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

De los 344 consumidores encuestados el 85% respondieron que los productos adquieren en las plazas en cambio, el 15% compran sus productos en los mercados. La mayoría eligió comprar en las plazas porque el producto está fresco al momento de adquirirlo.

**6.-¿Usted cree que el consumo de yuca es nutritivo?**

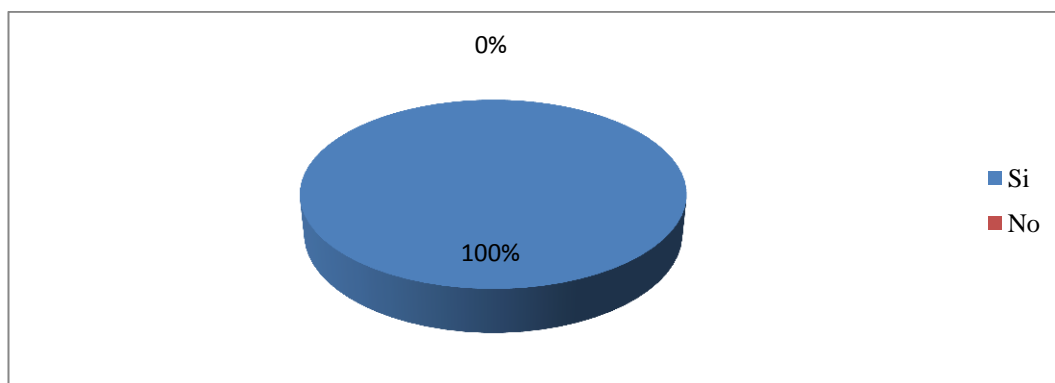
**CUADRO 34**  
**CONSUMO DE YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	344	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 33**  
**CONSUMO DE YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**Análisis e Interpretación**

El 100% de los consumidores encuestados manifestaron que el producto es nutritivo, para la salud de los seres humanos, ya que de este producto existen muchas derivaciones que son consumidos de diversas maneras.

**7.- ¿Cree usted que paga un precio justo por el producto que adquiere?**

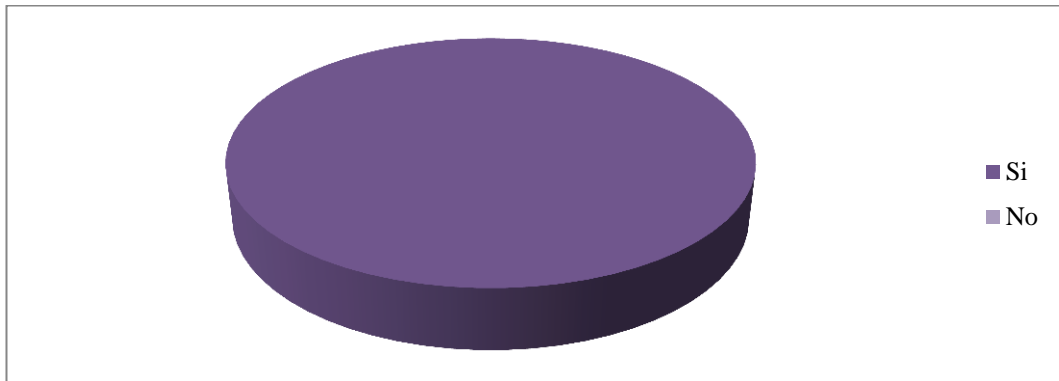
**CUADRO 35**  
**PRECIO JUSTO DEL PRODUCTO**

<b>DESCRPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	344	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 34**  
**PRECIO JUSTO DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**Análisis e Interpretación**

De acuerdo a los datos investigados los consumidores respondieron el 100% que el precio es justo por el producto que adquieren por lo que es importante para el consumo humano, debido su riqueza en nutrientes.

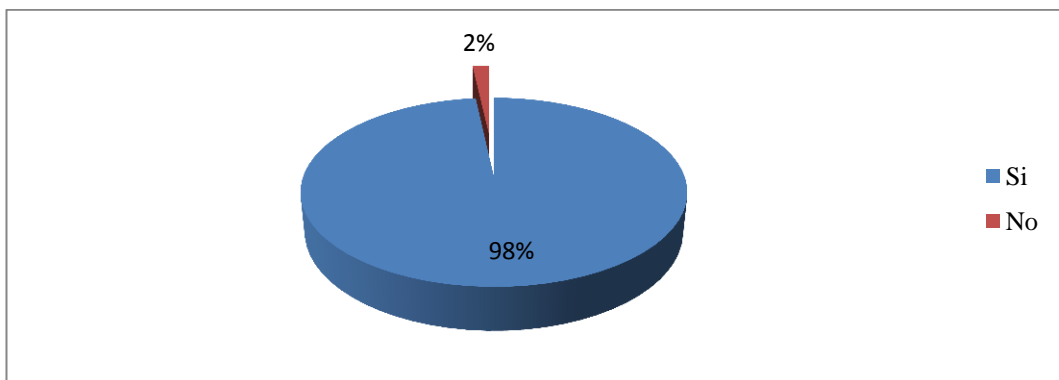
**8¿Cree usted que es importante realizar un análisis del consumo de la yuca en nuestro cantón?**

**CUADRO 36**  
**ANÁLISIS DEL CONSUMO DE LA YUCA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	338	98%
No	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

**GRÁFICO 35**  
**ANÁLISIS DEL CONSUMO DE LA YUCA**



**Fuente:** Encuesta aplicadas a consumidores  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **Análisis e Interpretación**

La mayoría de los consumidores opinan que si es importante que se realice un diagnóstico sobre el consumo de la yuca considerando que un pequeño grupo no están de acuerdo con la propuesta planteada, ya que esto nos permite mantener una información más amplia, y exacta del consumo de este producto.

## **2.3.8. Conclusiones de los encuestados**

### **2.3.8.1. Conclusiones:**

De acuerdo al análisis realizado a los productores, intermediarios y consumidores de la yuca del cantón La Maná se concluye lo siguiente:

- ❖ Luego del análisis de la encuesta realizada a los productores de yuca se determina que la producción de yuca en esta región suboccidental de Cotopaxi presta las condiciones óptimas y favorables para el desarrollo de dicho producto el mismo que se realiza en periodos de 7 a 8 meses
- ❖ Mediante la investigación se conoció que no existe un análisis de producción comercialización y rentabilidad de la yuca el mismo que permite conocer la rentabilidad y los canales de comercialización de la yuca y las formas de expender el producto.
- ❖ Se puede identificar que los productores no llevan registro contable de las actividades realizadas por que no tienen conocimiento real de los estados financieros así como los márgenes de utilidad que obtienen al finalizar el periodo.



#### **2.3.8.2. Recomendaciones:**

Este tipo de producto de consumo, es muy importante realizar investigaciones de cultivo de manera periódica para su producción.

- ❖ Al ser un producto que se desarrolla todo el año es importante que los productores reciban asesoramiento técnico profesional para mejorar la producción de la yuca y de esta manera obtener mejores ganancias.
- ❖ Se recomienda realizar un análisis de producción y de rentabilidad del cultivo del producto para definir los porcentajes de pérdidas o ganancias que genera el cultivo a través de un asesoramiento contable para su correcto registro de ingresos y gastos de la cantidad producida anualmente.
- ❖ Es importante que los productores de yuca tengan el conocimiento de los estados financieros del negocio, tomando como base la producción comercialización y rentabilidad del producto de esta manera obtendrán los beneficios que brinda esta investigación.

## **2.4. Preguntas Científicas**

### **1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos necesarios para la producción comercialización y rentabilidad?**

Para realizar el trabajo investigativo del primer capítulo se utilizaron diferentes herramientas, como fueron revistas, textos, wedsites y bibliografía utilizada anteriormente que sirven como fuente de consulta facilitando el trabajo del mismo

### **2. ¿Cuáles son las causas de escasez dentro de la producción, comercialización y rentabilidad para recomendar sugerencias de mejoramiento de la economía del cantón La Maná?**

La causa principal es el desconocimiento que tienen los productores de lo que es una comercialización y rentabilidad del cultivo de la yuca, quienes no manejan ninguna información sobre este procesos, así como los canales adecuados de comercialización del producto.

### **3. ¿Cuáles son las características y estrategias que se debe implantar en producción, comercialización y rentabilidad?**

La característica fundamental que debe tener la producción, comercialización y rentabilidad debe ser flexible y apropiada que se adapte a los requerimientos de los distribuidores lo que permita generar mayores ganancias con el uso de las herramientas contables necesarias asegurando estabilidad en el mercado en que se desenvuelven.

## CAPITULO III

### APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

#### 3.1 Datos Informativos

Este estudio se lo realizó en las Parroquias Rurales del cantón La Maná con la finalidad de analizar la producción, comercialización y rentabilidad de la yuca por lo que se tomó en cuenta a tres productores que se lo denomino como grande, mediano y pequeño.

##### **Finca Buena Aventura**

Actividad económica:	Productor de yuca
Propietario:	Guillermo Ortega
Ubicación:	Recinto Puenbo
Cantón:	La Maná
Extensión:	10 hectáreas de yuca

##### **Finca Lupita**

Actividad económica:	Productor de yuca
Propietario:	Isidro Franco
Ubicación:	Recinto La Libertad
Cantón:	La Maná
Extensión:	4 hectáreas de yuca

##### **Finca Leonorcita**

Actividad económica:	Productor de yuca
Propietario:	Humberto Mejía
Ubicación:	Recinto Estero Hondo
Cantón:	La Maná
Extensión:	1 hectárea de yuca

### **3.2 Justificación**

La investigación del proyecto se justificó con la necesidad de brindar un apoyo financiero a los productores de yuca permitiendo minimizar recursos y maximizar ganancias, aportando en el desarrollo económico del cantón La Maná.

En la actualidad es indispensable que las empresas determinen los parámetros necesarios de Producción, Comercialización y Rentabilidad el mismo que permitirá revisar y analizar los estados financieros así como los márgenes de utilidad que se percibe con la distribución del producto.

Para efectos de la presente la elaboración de la propuesta toma datos financieros reales de los productores las mismas que en cantidad de tres representan empresas significativas en el desarrollo comercial de este producto que considerado insumo de primera necesidad en el cantón.

Al ejecutar el estudio correspondiente se estableció que la producción de la yuca es de suma importancia para satisfacer las necesidades alimenticias y económicas de sus habitantes, por lo que se hizo una investigación al productor, al comercializador y la rentabilidad de la yuca.

Al realizar los estudios y análisis de los balances e indicadores financieros nos permitió conocer el movimiento real y económico del productor, que en tiempos se han dedicado a la agricultura, especialmente a la producción de la yuca, de esta manera se identificó el costo real de producción.

El estudio en mención fue especialmente sorprendente porque por primera y única vez se realizó una investigación de la producción de la yuca la cual proporciona resultados claros, veraz y precios para un cálculo de producción y comercializador de este producto y su relación con la economía, que es el desarrollo de este cantón.

Una vez elaborada la investigación se tuvo como beneficiarios a los productores, comerciantes, consumidores, y la ciudadanía en general fortaleciendo con opiniones, sugerencias a la producción de yuca ya que de esta manera se ayudara a construir la economía del cantón.

### **3.3. Objetivos**

#### ***3.3.1. Objetivo General***

Analizar la producción comercialización y rentabilidad de la yuca en el cantón La Maná.

#### ***3.3.2. Objetivo Específicos***

- Identificar el proceso productivo que sigue el cultivo en estudio.
- Conocer el medio de comercialización propuesta para este producto en el mercado.
- Realizar un análisis de los indicadores financieros proyectados, para la evaluación de la rentabilidad de la producción de estudio.
- Analizar el impacto en la economía del cantón La Maná, del producto en mención.

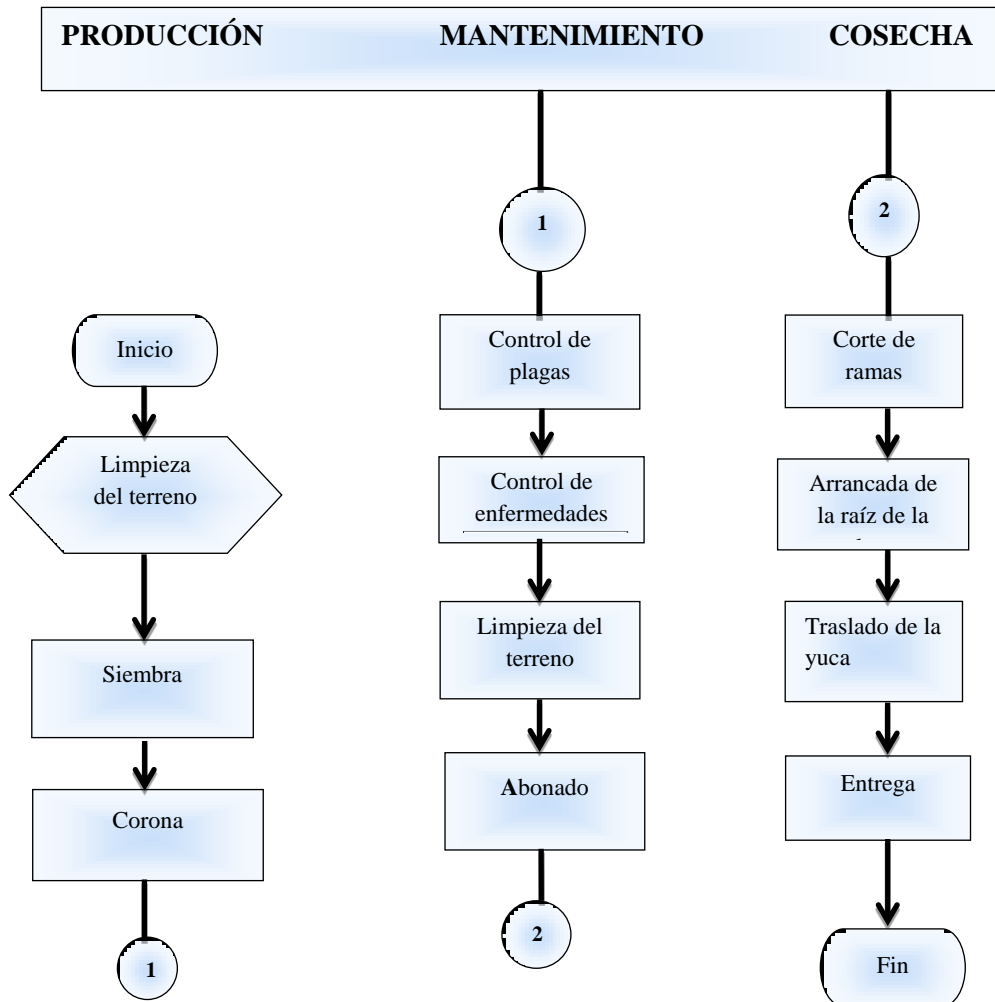
### **3.4 Descripción de la Propuesta**

- 3.5. Producción
  - 3.5.1 Flujo de la Producción de la Finca Buena Aventura
    - 3.5.1.1. Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo
  - 3.5.2 Flujo de la Producción de la Finca Lupita
    - 3.5.2.1. Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo
  - 3.5.3 Flujo de la Producción de la Finca Leonorcita
    - 3.5.3.1. Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo
  - 3.5.4 Análisis del Flujo de Producción de los Tres Productores
  - 3.5.5 Distribución de Planta de la Producción de Yuca
    - 3.5.5.1. Análisis de la Distribución en Planta de la Producción de Yuca
- 3.6. Costo de Producción
  - 3.6.1 Costo de Producción de la Finca Buena Aventura
  - 3.6.2 Costo de Producción de la Finca Lupita
  - 3.6.3. Costo de Producción de Finca Leonorcita
  - 3.6.4. Análisis de los Costos de Producción de los Tres Productores
- 3.7. Rentabilidad
  - 3.7.1 Finca del Sr. Guillermo Ortega Productor Grande
    - 3.7.1.1 Estados Financieros Finca Buena Aventura
      - 3.7.1.2 Balance General
      - 3.7.1.3 Estado de Resultados
      - 3.7.1.4 Análisis Vertical del Balance
      - 3.7.1.5 Análisis de los Índices Financieros de la Finca Buena Aventura
        - 3.7.1.5.1. Índices de Productividad
        - 3.7.1.5.2. Índices de Rentabilidad
        - 3.7.1.5.3. . Índices de Endeudamiento
        - 3.7.1.5.4 Valor Actual Neto (VAN)
        - 3.7.1.5.5. Tasa Interna De Retorno (TIR)
      - 3.7.1.6. Impacto Financiero de la Finca Buena Aventura
      - 3.7.1.7 Flujo de Caja
      - 3.7.1.8. Comercialización

- 3.7.1.8.1. Carta de Presentación
- 3.7.2. Finca del Sr. Isidro Franco Productor Mediano
  - 3.7.2.1. Estados Financieros Finca Lupita
  - 3.7.2.2. Balance General
  - 3.7.2.3. Estado de Resultados
  - 3.7.2.4. Análisis Vertical del Balance
  - 3.7.2.5. Análisis de los Índices Financieros de la Finca Lupita
    - 3.7.2.5.1. Índices de Productividad
    - 3.7.2.5.2. Índices de Rentabilidad
    - 3.7.2.5.3. Índices de Endeudamiento
    - 3.7.2.5.4. Valor Actual Neto (VAN)
    - 3.7.2.5.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)
  - 3.7.2.6. Impacto Financiero de la Finca Lupita
  - 3.7.2.7. Flujo de Caja
  - 3.7.2.8. Comercialización
- 3.7.3. Finca del Sr. Humberto Mejía Productor Pequeño
  - 3.7.3.1. Estados Financieros Finca Leonorcita
  - 3.7.3.2. Balance General Finca Leonorcita
  - 3.7.3.3. Estado de Resultados
  - 3.7.3.4. Análisis Vertical del Balance
  - 3.7.3.5. Análisis de los Índices Financieros de la Finca Leonorcita
    - 3.7.3.5.1. Índices de Productividad
    - 3.7.3.5.2. Índices de Rentabilidad
    - 3.7.3.5.3. Índices de Endeudamiento
    - 3.7.3.5.4. Valor Actual Neto (VAN)
    - 3.7.3.5.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)
  - 3.7.3.6. Impacto Financiero de la Finca Leonorcita
  - 3.7.3.7. Flujo de Caja
- 3.9. Resumen de Producción
  - 3.9.1. Impacto Económico
  - 3.9.2. Relación con la Economía del cantón La Maná
- 3.9. Conclusiones y Recomendaciones

### 3.5. Producción

#### FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN FINCA 1 BUENA AVENTURA



**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

#### 3.5.1 Flujo de la Producción o Manejo de Cultivo de la Finca Buena Aventura

La Finca Buena Aventura siendo su propietario el Sr. Guillermo Ortega cuenta con diez hectáreas destinadas a la producción de yuca en la cual sigue las



secuencias de la producción, mantenimiento y la cosecha del producto, para obtener una así una mejor calidad del mismo para que genere mejores ingresos.

#### ***3.5.1.1. Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo***

***Preparación del Suelo.-*** La yuca, como cualquier otro cultivo, requiere una preparación del suelo que varía según el clima, el tipo de suelo y sus características físicas.

***La Selección del Material de Siembra.-*** Se debe tener en cuenta el potencial de rendimiento, la estabilidad, el tipo de planta, el número de ramificaciones, la resistencia a plagas y enfermedades.

***Siembra.-*** La siembra de la yuca es realizada en forma manual.

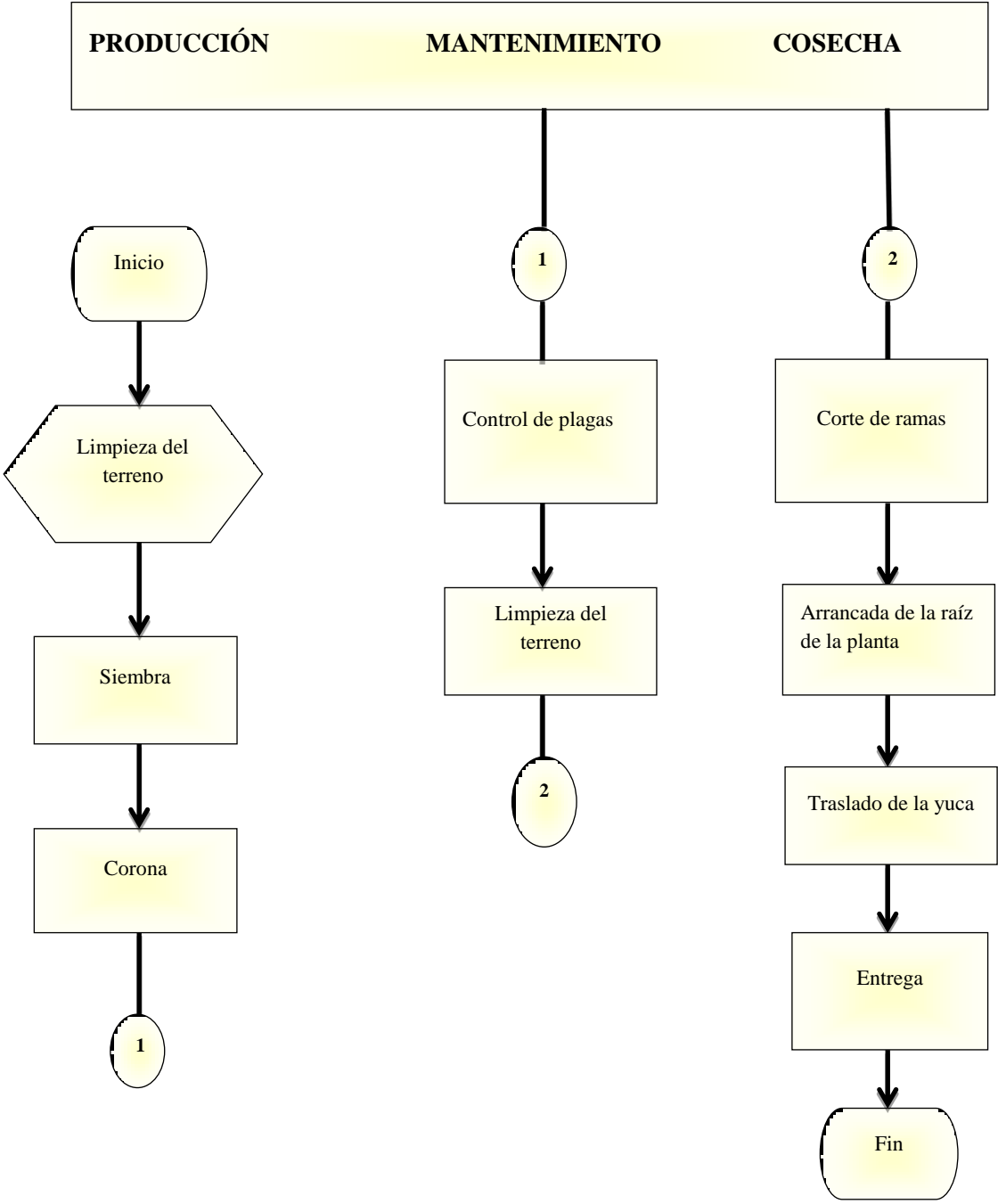
***Control de Malezas.-*** Es necesario realizar el control de malezas para evitar el crecimiento de las gramíneas y las malezas de hojas ancha ya que la competencia de las malezas es por la luz, agua y nutrimentos durante los primeros 60 días en el cultivo de la yuca.

***Fertilización.-*** La fertilización se realiza para recuperar, sostener y aumentar la productividad de los suelos y para aumentar el rendimiento y la calidad del cultivo.

***Manejo de Enfermedades.-*** La yuca es afectada por varias enfermedades fungosas y bacterianas que causan manchas foliares, necrosis del tallo o pudriciones radicales con consecuentes pérdidas en el rendimiento del cultivo.

***Cosecha.-*** La cosecha constituye la etapa final del cultivo cuya época es definida por el por el agricultor en función de su productividad, del contenido de materia seca y de la calidad culinaria de las raíces, del clima y del estado de madurez del cultivo.

**FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN 2  
FINCA LUPITA**



**Fuente:** Datos investigativos  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### ***3.5.2 Flujo de la Producción o Manejo de Cultivo de la Finca Lupita***

La finca Lupita se encuentra ubicada en el recinto La Libertad, con una extensión de 6 has de las cuales 4 has. Están destinadas a la producción de la yuca cuyo propietario es el Sr, Isidro Franco la misma que pertenece al cantón La Maná,

#### ***3.5.2.1. Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo***

***Preparación del Suelo.-*** Una preparación adecuada del suelo garantiza una cama propicia para la semilla y en consecuencia, altos niveles de brotación y de producción.

***Selección y Manejo del Material de Siembra.-*** Para seleccionar la semilla, se acostumbra realizar una prueba de viabilidad que consiste en efectuar un corte superficial en la corteza del tallo.

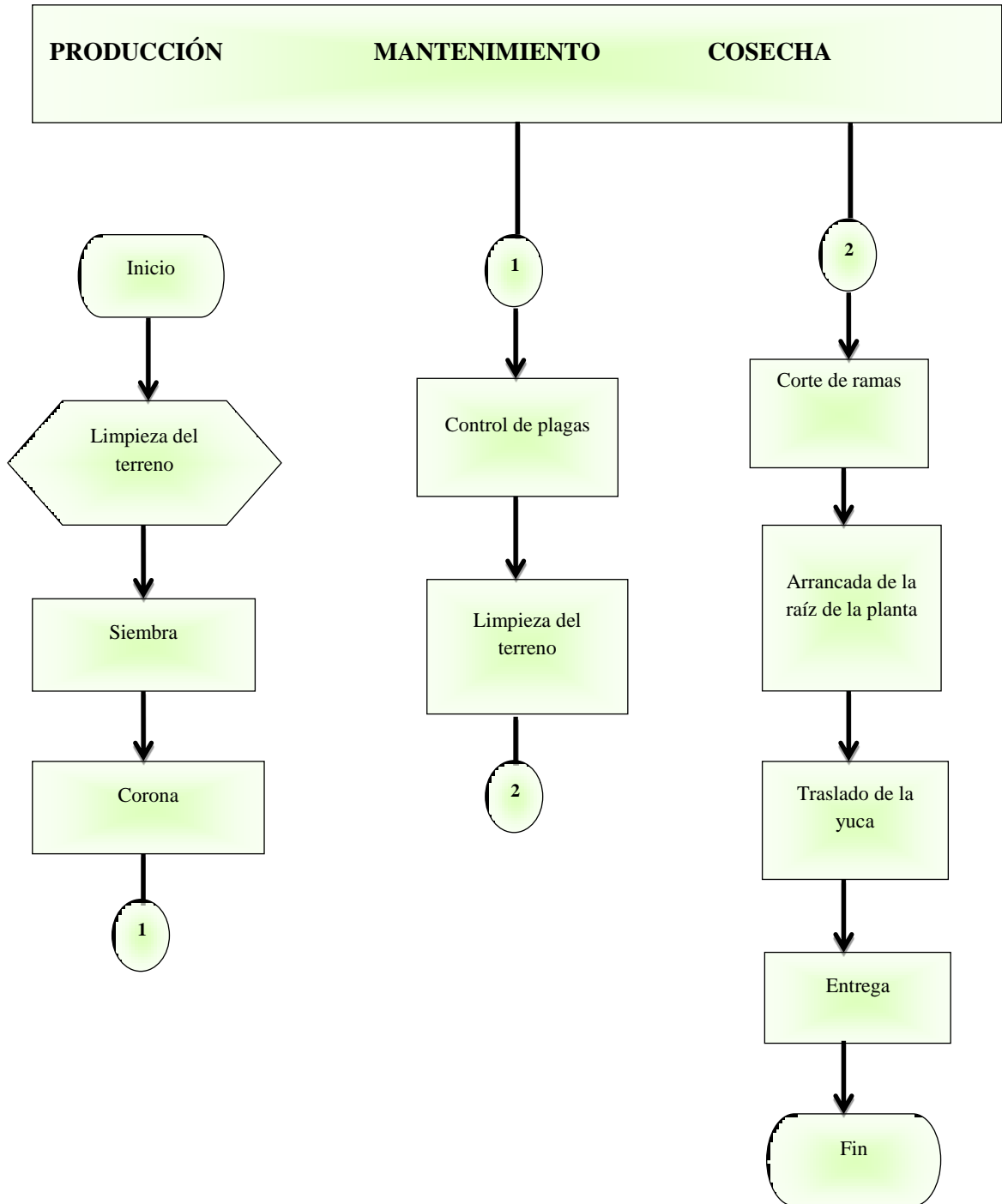
***Siembra.-***La siembra de la yuca puede ser realizada de forma manual.

***Control de Malezas.-*** Se realiza mediante el uso de herbicidas pres emergentes que evitan el crecimiento de malezas.

***Fertilización.-*** Se utilizan en el cultivo para obtener una mejor producción y rentabilidad.

***Cosecha.-*** La cosecha puede ser realizada en forma manual dependiendo del tamaño de la plantación.

### FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN 3 FINCA LEONORCITA



**Fuente:** Datos investigativos  
**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### ***3.5.3 Flujo de la Producción o Manejo de Cultivo de la Finca Leonorcita***

El señor Humberto Mejía poseen 4 has de terreno se encuentra situado en recinto Estero Hondo el cual una ha tiene destinado para el cultivo de la yuca por tal razón se puede definir como productor pequeño, lleva 8 años produciendo por tal razón lo hace acreedor de suficiente experiencia en dicho producto.

#### ***3.5.3.1. Actividades de la Producción o Manejo del Cultivo***

***Preparación del Suelo.-*** El terreno debe estar limpio para el cultivo de la yuca para obtener un buen sembrío.

***Selección y Manejo del Material de Siembra.-*** La semilla debe ser clasificada

***Siembra.-***La siembra de la yuca puede ser realizada de forma manual. Las estacas se colocan sobre el caballón o en plano y se entierran de 5-10 cm.

***Control de Malezas.-*** Se utiliza en plantaciones pequeñas y consiste en deshierbes con implementos manuales.

***Cosecha.-*** La cosecha puede ser realizada en forma manual para obtener el productor y luego ser distribuido a los diferentes mercados o plazas.

#### ***3.5.4 Análisis del Flujo de Producción de los Tres Productores***

Realizando un análisis de los tres productores se puede dar cuenta que exista una diferencia entre el productor grande, el productor pequeño y el mediano ya que el grande realiza una inversión más destinada al abonado por lo que existirá una cosecha de mejor producción del pequeño y el mediano por lo que tendrá una desperdicio menor de los demás productores.

#### ***3.5.5 Distribución de Planta de la Producción de Yuca***

### **GRÁFICO 36**

#### **DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO**



**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### **3.5.5.1. Análisis de la Distribución en Planta de la Producción de Yuca**

Por lo general la distribución en planta y siembra a la vez se puede notar que la yuca debe plantarse con drenaje interno y superficial sobre el terreno el cual debe tener una medida de 20 a 25 cm. Dejando fuera de la tierra una sola yema que será tapada con los aporques que realizan posteriormente y de superficie tomando en cuenta que la distancia de entre plantas 0.80 metro a 0.90 metros y la distancia de hilera a hilera es de 1.30 metros a 1.50 metros.

## **3.6. Costo de Producción**

### **3.6.1 Costo de Producción de la Finca Buena Aventura**

<b>ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE LA FINCA BUENA AVENTURA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011</b>	
Semilla	300,00
(+) Mano de Obra Directa	3.807,36
(+) Costos Indirectos de Producción	150,00
(+) Gasto de producción	480,00
Costo de Producción	4.657,36
(/) Número de sacos yucas Cosechadas	1.800,00
Costo Unitario de Producción	2,6
<b>CONTADOR</b>	<b>GERENTE PROPIETARIO</b>

**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.6.2 Costo de Producción de la Finca Lupita

<b>ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE LA FINCA LUPITA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011</b>	
Semilla	120,00
(+) Mano de Obra Directa	1.575,36
(+) Costos Indirectos de Producción	150,00
(+)Gasto de producción	200,00
Costo de Producción	2.045,36
(/) Número de sacos yucas Cosechadas	560,00
Costo Unitario de Producción	3,65
<b>CONTADOR</b>	
<b>GERENTE PROPIETARIO</b>	

**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.6.3. Costo de Producción de Finca Leonorcita

<b>ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE LA FINCA LEONORCITA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011</b>	
Semilla	40,00
(+) Mano de Obra Directa	504,00
(+) Costos Indirectos de Producción	30,00
(+)Gasto de producción	110,00
Costo de Producción	684,00
(/) Número de sacos yucas Cosechadas	240,00
Costo Unitario de Producción	2,85
<b>CONTADOR</b>	
<b>GERENTE PROPIETARIO</b>	

**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica



#### ***3.6.4. Análisis de los Costos de Producción de los Tres Productores***

Para realizar el análisis del costo de producción es importante partir del número de semillas que se plantan, a este valor se le suma los gastos y los costos del mantenimiento del cultivo una vez obtenido este valor se lo divide por la cantidad producida por el cultivo y se obtiene el costo unitario de la producción

- La Finca Buena Aventura tiene un número de 15000 semillas con un costo aproximado de 300 dólares las mismas que le darán una producción que oscila de 1800 sacos de yuca, al realizar el procedimiento de la fórmula podemos darnos cuenta que su costo de producción es elevado tomando en cuenta que son 10 hectáreas de producción sin embargo al estimarlo por el número de sacos de yuca producidos nos da un costo unitario muy beneficioso porque permite que la empresa comercialice el producto a un precio adecuado y este reporte mejore rentables en la economía de la empresa.
- La Finca Lupita tiene un número de 6000 semillas con un costo aproximado de 120 dólares las mismas que le darán una producción aproximada de 560 sacos de yuca, al realizar el procedimiento de la fórmula se determina que su costo de producción está dentro de los parámetros normales pero al dividirlo por el número de sacos de yucas producidos el costo unitario de producción es mayor este factor eleva los costos unitarios de producción pero no impide que la empresa genere ganancias.
- La Finca Leonorcita tiene un número de 2000 semillas las mismas que le darán una producción aproximada de 240 sacos de yuca, al realizar el procedimiento de la fórmula se determina que su costo de producción es un poco elevado y al dividirlo por el número de sacos de yucas producidos el costo unitario de producción es mayor al anterior porque lo que el cultivo al por menor genera más gasto y menor utilidad.

### 3.7. Rentabilidad

#### 3.7.1 Finca del Sr. Guillermo Ortega Productor Grande

##### 3.7.1.2 Balance General

**FINCA BUENA AVENTURA**  
**BALANCE GENERAL**  
**DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
1.1.01.01	Caja		\$200,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$100,00
1.1.01.03	Bancos		\$1.000,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente del Banco Pichincha # 5010689751	\$600,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060201002570	\$400,00	
1.1.02.01	Inventario		\$1.020,00
1.1.02.02	Inventario de Materia prima	\$1.020,00	
<b>1.2</b>	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		
1.2.02.01	Equipos		
1.2.02.02	Bomba de mochila JACTO		\$130,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Mochila JACTO	\$26,00	
1.2.02.04	Bomba de motor CIFARELY		\$1.300,00
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Motor CIFARELY	\$260,00	
1.2.02.06	Muebles de oficina		\$269,00
1.2.02.07	(-) Depreciación muebles de Oficina	\$53,80	
1.2.02.08	Equipos de Computación		\$850,00
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo	\$566,61	
1.2.02.10	vehículo		\$18.000,00
1.2.02.11	(-) Depreciación vehículo	\$7.200,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>\$14.762,59</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTE</b>		
<b>2.2</b>	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
2.2.01	Préstamo Bancario a largo Plazo		\$4.335,00
	<b>TOTAL DEL PASIVO</b>		<b>\$4.335,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
3.1.01	Capital Social		\$3.964,72
3.2.01	Utilidad del Ejercicio		\$6.462,87
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>\$10.427,59</b>
	<b>TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$14.762,59</b>
			<b>\$ 14.762,59</b>

GERENTE

CONTADOR

**3.7.1.3 Estado de Resultados**

**FINCA BUENA AVENTURA**

**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

<b>4</b>	<b>INGRESOS</b>		
<b>4.1</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
4.1.01	Ventas	\$13.500,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$4.737,36	
<b>3.3.01</b>	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		\$8.762,64
<b>5</b>	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
<b>5.1</b>	<b>Gastos Administrativo</b>		\$1.080,00
5.1.01	Gastos personal supervisor	\$1.080,00	
<b>5.2</b>	<b>Gastos de Ventas</b>		\$480,00
5.2.2	Gastos mantenimiento de maquinaria	\$200,00	
5.2.4	Gastos Mantenimiento Vehículos	\$100,00	
5.2.3	Gastos Suministros de Comercialización	\$180,00	
<b>5.3</b>	<b>Gastos Financieros</b>		\$739,77
5.3.1	Gastos Intereses Pagados	\$739,77	
<b>3.3.03</b>	<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$6.462,87</b>

**GERENTE**

**CONTADOR**

### 3.7.1.4 Análisis Vertical del Balance

**FINCA BUENA AVENTURA**  
**ANÁLISIS VERTICAL**  
**DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
1.1	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
1.1.01.01	Caja	\$200,00	0,87%
1.1.01.02	Caja Chica	\$100,00	0,44%
1.1.01.03	Banco	\$1.000,00	4,37%
1.1.02.01	Inventario	\$1.020,00	4,4%
<b>1.2</b>	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		
<b>1.2.02.01</b>	Bomba de mochila JACTO	\$130,00	0,57%
<b>1.2.02.02</b>	Bomba de motor CIFARELY	\$1.300,00	5,68%
<b>1.2.02.03</b>	Muebles de Oficina	\$ 269,00	1,18%
<b>1.2.02.04</b>	Equipos de Computación	\$ 850,00	3,72%
<b>1.2.02.05</b>	Vehículos	\$18.000,00	78,71%
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$14.762,59</b>	<b>100,00%</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTE</b>		
<b>2.2</b>	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
2.2.01	Préstamo Bancario a largo Plazo	\$4.335,00	100,00%
	<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>\$4.335,00</b>	<b>100,00%</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
3.1.01	Capital Social	\$3.964,72	38,02%
3.2.01	Utilidad del Ejercicio	\$6.462,87	61,98%
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>\$10.427,59</b>	<b>100,00%</b>
	<b>TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$14.762,59</b>	

Como se puede observar, el análisis vertical de un estado financiero que permite identificar con claridad cómo está compuesto a través de los porcentajes de las cuentas y con ello definir la importancia y relevancia. Podemos observar el desglose de tres cuentas activos pasivos y el patrimonio en lo correspondiente al activo se refiere que la cuenta más importante está conformada por el vehículo el mismo que cuenta con 78,71%, seguido de la propiedad de planta y equipo donde se pone de manifiesto la maquinaria que corresponde a un 5,68% existen además

otras cuentas como caja banco e inventario que forman parte del activo pero con porcentajes poco representativos.

Frente a esta interpretación, se debe tener claridad en que el pasivo son las obligaciones que la empresa tiene con terceros en los pasivos se pudo determinar que la cuenta de mayor importancia es el préstamos bancarios que corresponden al 100 % en cuanto al patrimonio la cuenta más predominante es el capital social con 62,75 % y la utilidad del ejercicio que corresponde al 37,25%.

### ***3.7.1.5 Análisis de los Índices Financieros de la Finca Buena Aventura***

Uno de los instrumentos más usados para realizar un análisis financiero son los indicadores o razones financieras. Estas tienen la capacidad de medir un alto grado de eficacia y el comportamiento de la producción dando una perspectiva amplia de la situación financiera, debido a esto se puede apreciar el grado de liquidez, rentabilidad, el apalancamiento financiero de la producción de la yuca.

#### ***3.7.1.5.1. Índices de Productividad***

##### **a) Margen de utilidad**

<b>FÓRMULA</b>	
1,-Margen de utilidad	
$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$	
	0,48
	\$13.500,00

Mediante el índice de productividad aplico la fórmula para verificar el margen de utilidad y podemos determinar que la Finca Buena Aventura ha generado un margen de utilidad con respecto a las ventas de 0,48 lo que quiere decir que por cada dólar que vendió la productora tuvo una utilidad del 0,48.

**b) Margen bruto**

<b>FÓRMULA</b>		
2,-Margen de utilidad bruta		
<u>Utilidad bruta</u>		
Ventas netas		
	\$8.762,64	0,65
	\$13.500,00	

Los resultados obtenidos en la productora refleja el 0,65. Lo que demuestra que este tipo de operaciones es rentable por su bajo costo de producción y ventas a buen precio.

**Margen de operación**

<b>FÓRMULA</b>		
3,-Margen de operación		
<u>Utilidad operacional</u>		
Ventas netas		
	\$7.202,64	0,53
	\$13.500,00	

El resultado de este ratio financiero esclarece que la utilidad de la operación es inferior a las ventas netas por que el margen de operación después de pagarlos gastos producción y sobre las ventas netas corresponden al 0,53.

**3.7.1.5.2. Índices de Rentabilidad**

**a) Rendimiento sobre inversiones**

<b>FÓRMULA</b>		
1,-Rendimiento sobre las inversiones.		
<u>Utilidad neta</u>		
activos totales		
	\$6.462,87	0,44
	\$14.762,59	

La tasa de rendimiento sobre la inversión en activos establece la efectividad total de la administración quiere decir, que cada dólar invertido en los activos produjo ese año un rendimiento de 0,44 sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

**b) Rendimiento sobre el patrimonio**

<b>FÓRMULA</b>		
2.- Rendimiento sobre el patrimonio		
<u>Utilidad neta</u>		
Capital social		
	<u>\$6.462,87</u>	1,63
	\$3.964,72	

Esto significa que por cada dólar que el dueño mantiene genera un rendimiento del 1,63 sobre el capital. Es decir, mide la capacidad de la productora para generar utilidad a favor del propietario.

**3.7.1.5.3. Índices de Endeudamiento**

**a) Razón de patrimonio a pasivo**

<b>FÓRMULA</b>		
1.- Razón de patrimonio a pasivo		
<u>Patrimonio</u>		
Pasivo		
	<u>\$10.427,59</u>	2,41
	\$4.335,00	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto y largo plazo la Finca Buena Aventura cuenta con \$ 2,41 dólares de patrimonio para hacer frente a sus obligaciones lo que muestra la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones.

#### b) Razón de patrimonio a activo

<b>FÓRMULA</b>		
2.-Razón de patrimonio a activo		
<u>Patrimonio</u>		
Activo		
	<u>\$10.427,59</u>	0,71
	\$14.762,59	

Indica que el patrimonio es inferior a los activos que presenta la productora lo que permite que el propietario pueda financiarse con capital propio del 0,71 sin que dependa del patrimonio para hacer frente a sus necesidades.

#### c) Razón de pasivo a activo

<b>FÓRMULA</b>		
3.- Razón de pasivo a activo		
<u>Pasivo</u>		
Activo		
	<u>\$4.335,00</u>	0,29
	\$14.762,59	

Para este año la razón pasivo activo corresponde a 0,29 lo que refleja que la situación financiera de la Finca Buena Aventura es buena ya que su pasivo es inferior al activo.

#### d) Razón de cobertura de interés

<b>FÓRMULA</b>		
4.- Razón de cobertura de interés		
<u>Utilidad de operación</u>		
Gastos financieros		
	<u>\$7.202,64</u>	9,74
	\$739,77	



La cobertura de interés de la Finca Buena Aventura para el año 2011 es de 9,74 esto quiere decir que la productora pago un interés bajo por el préstamo otorgado ya que la utilidad de la operación supera a los gastos financieros.

**e) Razón de cobertura del pasivo**

<b>FÓRMULA</b>	
5.- Razón de cobertura del pasivo	
<u>Utilidad de operación</u>	
Gastos financ + pago principal	
<u>\$7.202,64</u>	1,41
<u>\$5.074,77</u>	

En este ratio la productora para el año 2011 muestra de cuanto fue su cobertura sobre el pasivo obteniendo el 1,41 lo cual es un índice considerable. Porque la utilidad de la operación cumple satisfactoriamente con los gastos.

**3.7.1.5.4 Valor Actual Neto (VAN)**

El Valor Actual Neto (VAN), de la empresa es \$ **3.898,37**

El VAN arrojo valores positivos, lo que demuestra una vez más la rentabilidad de la Productora.

**3.7.1.5.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión en lo que corresponde a la empresa el valor es TIR productora = **16 %**

### 3.7.1.6. Impacto Financiero de la Finca Buena Aventura

**CUADRO 42**  
**IMPACTO FINANCIERO**

<b>PRODUCTIVIDAD</b>	<b>PORCENTAJES</b>
1. Margen de Utilidad	0,48%
2. Margen de Utilidad Bruta	0,65%
3. Utilidad de operación	0,53%
<b>ENDEUDAMIENTO</b>	
1. Razón de Patrimonio a Pasivo	2,41%
2. Razón de Patrimonio a Activo	0,71%
3. Razón de Pasivo a Activo	0,29%
4. Razón de cobertura de interés	9,74%
5. Razón de cobertura del pasivo	1,44%
<b>RENTABILIDAD</b>	
1. Rendimiento sobre el Patrimonio	1,63%
2. Rendimiento sobre la inversión	0,44%

**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

Luego de haber analizado el flujo financiero de la producción comercialización y rentabilidad de la yuca de la Finca Buena Aventura tomamos como principales cuatro índices financieros que ayudaron a tener una visión real de la situación financiera y de la rentabilidad de la distribuidora.

La primera razón financiera fue los índices de productividad podemos notar que el margen de utilidad es considerable tomando en cuenta el margen bruto podemos determinar que el cultivo es muy productivo ya que es tan exigente con los gastos y su utilidad es óptima; en cuanto al endeudamiento se puede establecer que la

productora tiene estabilidad ya que no posee mucha dependencia bancaria más bien depende de su propio ejercicio para sus ingresos en lo que concierne a la rentabilidad podemos darnos cuenta que la productora tiene índices positivos de productividad.

#### ***3.7.1.7 Flujo de Caja***

Son estimaciones de entrada y salida de efectivos presupuestados, es una base que permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la producción.

### 3.7.1.7.1. Flujo de Caja

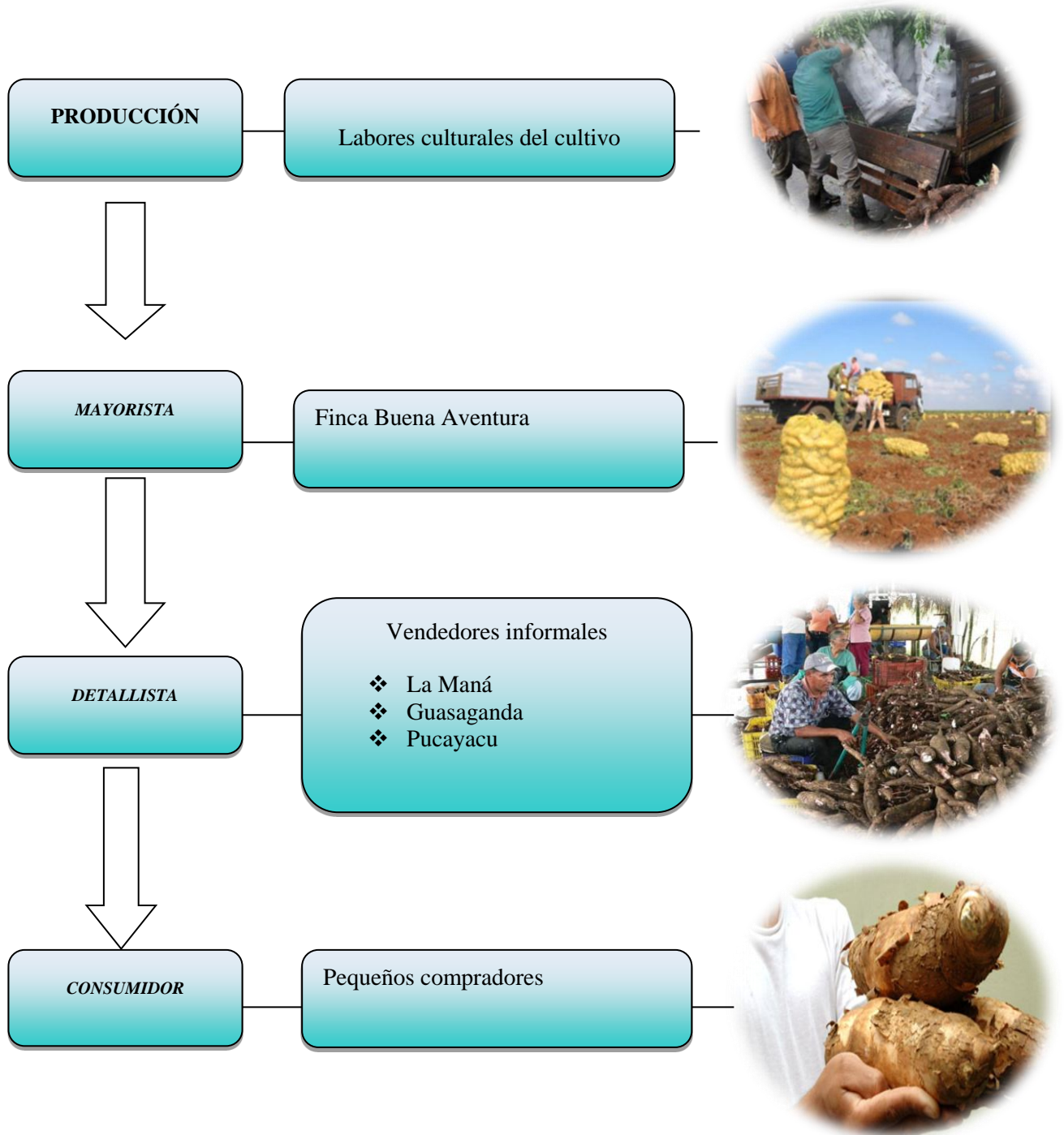
Cuentas	COSTOS		AÑOS									
	PREOPERACIONALES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>												
Ingresos ventas			\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00	\$13.500,00
Ingresos Clientes			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Total de ingresos operacionales</b>			<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>	<b>\$13.500,00</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>				\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Costos de Comercialización (Ventas)			\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36	\$4.737,36
Gastos de Administración			\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00	\$1.080,00
Gastos de Venta			\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00
Gasto de Alquiler del Terreno			\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00
Inversión Inicial		\$21.769,00										
<b>Total</b>			<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>	<b>\$8.297,36</b>
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>			<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
<b>Total ingresos no operacionales</b>			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
Pago Créditos			\$2.852,42	\$1.482,58								
<b>Total de egresos no operacionales</b>			<b>\$2.852,42</b>	<b>\$1.482,58</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL</b>			<b>-\$2.852,42</b>	<b>-\$1.482,58</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)</b>		<b>-\$21.769,00</b>	<b>\$2.350,22</b>	<b>\$3.720,06</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>	<b>\$5.202,64</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>			<b>12%</b>									
<b>VAN</b>			<b>\$ 3.898,37</b>									
<b>TIR</b>			<b>16%</b>									

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.7.1.8. COMERCIALIZACIÓN

GRÁFICO 37



**Fuente:** Productor de Yuca

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.7.1.9. CARTA DE PRESENTACIÓN

Para dar a conocer a la productora y que los clientes tengan como acceder a pedidos sean estos mayor o menor es importante la utilización de tarjetas de presentación la misma que brinda mayor realce y seriedad a la empresa y da la facilidad de dar a conocer sus servicios y datos personales para un contacto directo con el productor sin intermediarios.

GRÁFICO 38



Elaborado por: Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.7.2. Finca del Sr. Isidro Franco Productor Mediano

#### 3.7.2.1. Estados Financieros Finca Lupita

#### 3.7.2.2. Balance General

## FINCA LUPITA

### BALANCE GENERAL

DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.

1	<b>ACTIVO</b>		
1.1	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
1.1.01.01	Caja		\$200,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$100,00
1.1.01.03	Banco		\$1.000,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente del Banco Bolivariano # 1111020689	\$600,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060215647895	\$400,00	
1.1.02.01	Inventario		\$320,00
1.1.01.01.02	Inventario Materia prima	\$320,00	
1.2	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		
1.2.02.01	Equipos		
1.2.02.02	Bomba de mochila JACTO		\$100,00
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada mochila JACTO	\$20,00	
1.2.02.04	Bomba de motor		\$900,00
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada motor CIFARELY	\$180,00	
1.2.02.06	Muebles de oficina		\$200,00
1.2.02.07	(-) Depreciación muebles de oficina	\$40,00	
1.2.02.08	Equipos de Computación		\$850,00
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo	\$566,61	
1.2.02.10	Vehículos		\$12.000,00
1.2.02.11	(-) Depreciación Acumulada Vehículos	\$4.800,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>\$10.063,39</b>
2	<b>PASIVOS</b>		
2.1	<b>PASIVOS CORRIENTE</b>		
2.2	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
2.2.01	Préstamo Bancario a largo Plazo		\$3.580,00
	<b>TOTAL DEL PASIVO</b>		<b>\$3.580,00</b>
3	<b>PATRIMONIO</b>		
3.1.01	Capital Social		\$4.073,27
3.2.02	Utilidad del Ejercicio		\$2.410,12
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>\$6.483,39</b>
	<b>TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$10.063,39</b>
			<b>\$ 10.063,39</b>

GERENTE

CONTADOR

3.7.7.3. Estado de Resultados

**FINCA LUPITA**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

4	<b>INGRESOS</b>		
4.1	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
4.1.01	Ventas	\$5.600,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$2.045,36	
3.3.01	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		\$3.554,64
5	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
5.1	<b>Gastos Administrativo</b>		\$324,00
5.1.01	Gastos personal supervisor	\$324,00	
<b>5.2</b>	<b>Gastos de Ventas</b>		\$200,00
5.2.2	Gastos mantenimiento de maquinaria	\$100,00	
5.2.4	Gastos Mantenimiento Vehículos	\$50,00	
5.2.3	Gastos Suministros de Comercialización	\$50,00	
5.3	<b>Gastos Financieros</b>		\$620,52
5.3.1	Gastos Intereses Pagados	\$620,52	
3.3.03	<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b><u>\$2.410,12</u></b>

**GERENTE**

**CONTADOR**



### 3.7.2.4. Análisis Vertical del Balance

## FINCA LUPITA

### BALANCE GENERAL

DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.

1	<b>ACTIVO</b>		
1.1	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
1.1.01.01	Caja	\$200,00	1,28%
1.1.01.02	Caja Chica	\$100,00	0,64%
1.1.01.03	Banco	\$1.000,00	6,38%
1.1.01.04	Inventario	\$320,00	2,04%
1.2	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		
1.2.02.01	Bomba de Mochila <b>JACTO</b>	\$100,00	0,64%
1.2.03.02	Bomba de Motor <b>CIFARELY</b>	\$900,00	5,74%
1.2.03.03	Muebles de Oficina	\$200,00	1,28%
1.2.03.04	Equipo de Computo	\$850,00	5,42%
1.2.03.05	Vehículo	\$12.000,00	76,58%
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$10.063,39</b>	<b>100,00</b>
2	<b>PASIVOS</b>		
2.1	<b>PASIVOS CORRIENTE</b>		
2.2	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
2.2.01	Préstamo Bancario a largo Plazo	\$3.580,00	100,00%
	<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>\$3.580,00</b>	<b>100,00%</b>
3	<b>PATRIMONIO</b>		
3.1.01	Capital Social	\$4.073,27	62,82%
3.2.02	Utilidad del Ejercicio	\$2.410,12	37,17%
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>\$6.483,39</b>	<b>100,00%</b>
	<b>TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$10.063,59</b>	

Como se puede observar, el análisis vertical de un estado financiero permite identificar con claridad cómo está compuesto a través el análisis del porcentaje de las cuentas y con ello definir la importancia y relevancia las mismas. En el balance general encontramos tres cuentas importantes divididas en sub cuentas las mismas que son activo pasivo y patrimonio en lo correspondiente al activo se

infera que la cuenta más importante está conformada por el vehículo el mismo que cuenta con 76,58%.seguido de la propiedad de planta y equipo que posee un 5,74% existen además otras cuentas como caja banco e inventario que forman parte del activo pero con porcentajes poco representativos.

Frente a esta interpretación, se debe tener claridad en que el pasivo son las obligaciones que la empresa tiene con terceros en los pasivos se pudo determinar que la cuenta de mayor importancia es el préstamos bancarios que corresponden al 100 % en cuanto al patrimonio la cuenta más predominante es el capital social con 62,82% y la utilidad el ejercicio que corresponde al 37,17%.

### ***3.7.2.5. Análisis de los Índices Financieros de la Finca Lupita***

Uno de los instrumentos más usados para realizar un análisis financiero son los indicadores o razones financieras.

#### ***3.7.2.5.1. Índices de Productividad***

##### **a) Margen de utilidad**

<b>FÓRMULA</b>	
1,-Margen de utilidad	
<u>utilidad neta</u>	
Ventas netas	
	0,43
<u>\$2.410.12</u>	
\$5.600,00	

Mediante el índice de productividad se aplicó la fórmula para verificar el margen de utilidad y podemos determinar que la Finca Lupita ha generado un margen de utilidad con respecto a las ventas de 0,43 lo que quiere decir que por cada dólar que vendió la productora tuvo una utilidad del 0,43.

**b) Margen bruto**

<b>FÓRMULA</b>		
2,-Margen de utilidad bruta		
$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$		
	<u>\$3.554,64</u>	0,63
	\$5.600,00	

Los resultados obtenidos en la productora refleja un margen de utilidad bruta correspondiente al 0,63. Lo que demuestra que este tipo de operaciones es rentable por su bajo costo de producción y ventas a buen precio.

**c) Margen de operación**

<b>FÓRMULA</b>		
3,-Margen de operación		
$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$		
	<u>\$3.030,64</u>	0,54
	\$5.600,00	

El resultado de este ratio financiero esclarece que la utilidad de la operación es inferior a las ventas netas por que el margen de operación después de pagarlos Gastos producción y sobre las ventas netas corresponden al 0,54.

**3.7.2.5.2. Índices de Rentabilidad**

**a) Rendimiento sobre inversiones**

<b>FÓRMULA</b>		
1,-Rendimiento sobre las inversiones.		
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{activos totales}}$		
	<u>\$2.410,12</u>	0.23%
	\$10.063,39	

La tasa de rendimiento sobre la inversión en activos establece la efectividad total de la administración quiere decir, que cada dólar invertido en los activos produjo ese año un rendimiento de 0,23% sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

**b) Rendimiento sobre el patrimonio**

<b>FÓRMULA</b>		
2.- Rendimiento sobre el patrimonio		
<u>Utilidad neta</u>		
Capital social		
	<u>\$2.410,12</u>	0,59
	<u>\$4.073,27</u>	

El análisis muestra que por cada dólar que el dueño mantiene genera un rendimiento del 0,59 sobre el capital. Es decir, mide la capacidad de la productora para generar utilidad a favor del propietario.

**3.7.2.5.3 Índices de Endeudamiento**

**a) Razón de patrimonio a pasivo**

<b>FÓRMULA</b>		
1.- Razón de patrimonio a pasivo		
<u>Patrimonio</u>		
Pasivo		
	<u>\$6.483,39</u>	1,81
	<u>\$3.580,00</u>	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto y largo plazo la Finca Lupita cuenta con \$ 1,81 dólares de patrimonio para hacer frente a sus obligaciones lo que muestra la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones.

**b) Razón de patrimonio a activo**

<b>FÓRMULA</b>		
2.-Razón de patrimonio a activo		
<u>Patrimonio</u>		
Activo		
	<u>\$6.483,39</u>	0,64
	\$10.063,39	

Indica que el patrimonio es inferior a los activos que presenta la productora lo que permite que el propietario pueda financiarse con capital propio del 0,64 sin que dependa del patrimonio para hacer frente a sus necesidades.

**c) Razón de pasivo a activo**

<b>FÓRMULA</b>		
3.- Razón de pasivo a activo		
<u>Pasivo</u>		
Activo		
	<u>\$3.580,00</u>	0,35
	\$10.063,39	

Para este año la razón pasivo activo corresponde a 0,35 lo que refleja que la situación financiera de la Finca Lupita es buena ya que su pasivo es inferior al activo.

**d) Razón de cobertura de interés**

<b>FÓRMULA</b>		
4.- Razón de cobertura de interés		
<u>Utilidad de operación</u>		
Gastos financieros		
	<u>\$3.030,64</u>	4,88
	\$620,52	

La cobertura de interés de la Finca Lupita para el año 2011 es de 4,88 esto quiere decir que la productora pago un interés bajo por el préstamo otorgado ya que la utilidad de la operación supera a los gastos financieros.

**e) Razón de cobertura del pasivo**

<b>FÓRMULA</b>	
5.- Razón de cobertura del pasivo	
<u>Utilidad de operación</u>	
Gastos financ + pago principal	
<u>\$3.030,64</u>	0,72
<u>\$4.200,52</u>	

En este ratio la productora para el año 2011 muestra de cuanto fue su cobertura sobre el pasivo obteniendo el 0,72 lo cual es un índice considerable. Porque la utilidad de la operación cumple satisfactoriamente con los gastos.

**3.7.2.5.4 Valor Actual Neto (VAN)**

El Valor Actual Neto (VAN), de la empresa es \$ **5.430,02**

VAN arrojo valores positivos, lo que demuestra una vez más la rentabilidad de la Productora.

**3.7.2.5.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión en lo que corresponde a la empresa el valor es TIR productora = **18%**

### 3.7.2.6. Impacto Financiero de la Finca Lupita

RAZONES FINANCIERAS	PORCENTAJES
PRODUCTIVIDAD	
1. Margen de Utilidad	0,43%
2. Margen de Utilidad Bruta	0,63%
3. Utilidad de operación	0,54%
ENDEUDAMIENTO	
1. Razón de Patrimonio a pasivo	1,81%
2. Razón de Patrimonio a Activo	0,64%
3. Razón de Pasivo a Activo	0,35%
4. Razón de cobertura de interés	4,88%
5. Razón de cobertura del pasivo	0,72%
RENTABILIDAD	
1. Rendimiento sobre el patrimonio	0,59%
2. Rendimiento sobre la inversión	0,23%

**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

Una vez obtenidos los resultados del financiero de la producción comercialización de la yuca de la Finca Lupita tomamos como principales tres índices financieros que nos ayudaron a tener una visión real de la situación financiera y de la rentabilidad de la distribuidora , la primera razón financiera fue índices de productividad podemos notar que el margen de utilidad es considerable tomando en cuenta el margen bruto podemos determinar que el cultivo es muy productivo ya que es tan exigente con los gastos y su utilidad es óptima; en cuanto al endeudamiento se puede establecer que la productora tiene estabilidad ya que no posee mucha dependencia bancaria más bien depende de su propio ejercicio para sus ingresos en lo que concierne a la rentabilidad podemos darnos cuenta que la productora tiene índices positivos de productividad.

### 3.7.2.7. Flujo de Caja

Son estimaciones de entrada y salida de efectivos presupuestados, es una base que permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la producción.

### 3.7.2.7.1. Flujo de Caja

Cuentas	COSTOS		AÑOS									
	PREOPERACIONALES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>												
Ingresos ventas			\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00	\$5.600,00
Ingresos Clientes			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Total de ingresos operacionales</b>			<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>	<b>\$5.600,00</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Costos de Comercialización (Ventas)			\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36	\$2.045,36
Gastos de Administración			\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00
Gastos de venta			\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,40	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	200,00
Gasto de Alquiler del Terreno			\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00
Inversión Inicial	<b>\$1.4570,00</b>		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Total</b>			<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>	<b>\$3.669,36</b>
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	<b>-1.4570,00</b>		<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>	<b>\$1.930,64</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
<b>Total ingresos no Operacionales</b>			<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
Pago créditos			\$2.266,39	\$1.313,61								
<b>Total de egresos no operacionales</b>			\$2.266,39	\$1.313,61	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL</b>			<b>-\$2.266,39</b>	<b>-\$1.649,36</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)</b>	<b>-\$1.4570,00</b>		<b>-\$335,75</b>	<b>-\$281,28</b>	<b>\$2.211,92</b>	<b>\$4.142,56</b>	<b>\$6.073,20</b>	<b>\$6.073,20</b>	<b>\$6.073,20</b>	<b>\$6.073,20</b>	<b>\$6.073,20</b>	<b>\$6.073,20</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>			<b>12%</b>									
<b>VAN</b>			<b>\$ 5.430,02</b>									
<b>TIR</b>			<b>18%</b>									

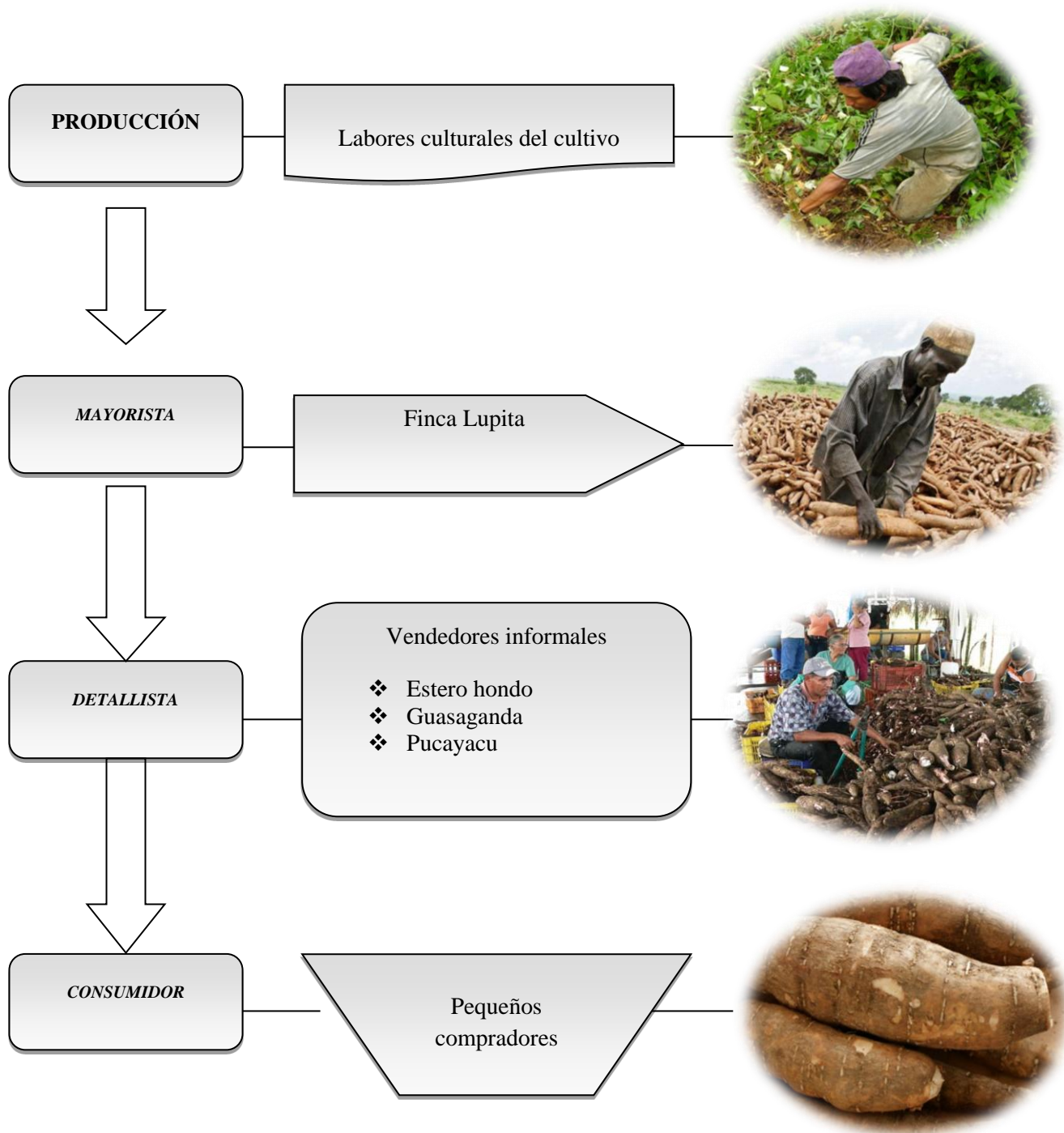
Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Cajas Robles Claribel Angélica



### 3.7.2.8. COMERCIALIZACIÓN

GRÁFICO 39



**Fuente:** Productor de Yuca

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.7.2.9.. CARTA DE PRESENTACIÓN

La tarjetas de presentacion son un recurso muy utilizado para dar a conocer a los clientes un contacto directo con el productor , su uso es facil permanente y sobre todo resulta la utilizacion de tarjetas de presentaciom la misma brinda mayor realce y seridad a la empresa.

GRÁFICO 40



Elaborado por: Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.7.3. Finca del Sr. Humberto Mejía Productor Pequeño

#### 3.7.3.1 Estados Financieros Finca Leonorcita

#### 3.7.3.2 Balance General Finca Leonorcita

### FINCA LEONORCITA

#### BALANCE GENERAL

DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.

1	<b>ACTIVO</b>		
1.1	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
1.1.01.01	Caja		\$200,00
1.1.01.02	Caja Chica		\$100,00
1.1.01.03	BANCOS		\$700,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente del Banco Bolivariano # 1011020111	\$400,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060203256524	\$300,00	
1.1.02.01	Inventario		\$60,00
1.1.01.02		\$60,00	
1.2	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		
1.2.02.01	Equipos		
1.2.02.02	Bomba de mochila JACTO		\$80,00
1.2.02.02	(-) Depreciación Acumulada Mochila JACTO	\$16,00	
1.2.02.03	Bomba de Motor		\$600,00
1.2.02.04	(-) Depreciación Acumulada Motor CIFARELY	\$120,00	
1.2.02.05	Muebles de oficina		\$100,00
1.2.02.06	(-) Depreciación Muebles de Oficina	\$20,00	
1.2.02.07	Equipos de Computación		\$600,00
1.2.02.08	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo	\$399,96	
1.2.02.09	Vehículos		\$6.000,00
1.2.02.10	(-) Depreciación Acumulada Vehículos	\$2.400,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>\$5.484,04</b>
2	<b>PASIVOS</b>		
2.1	<b>PASIVOS CORRIENTE</b>		
2.2	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
2.2.01	Préstamo Bancario a largo Plazo		\$2.000,00
	<b>TOTAL DEL PASIVO</b>		<b>\$2.000,00</b>
3	<b>PATRIMONIO</b>		
3.1.01	Capital Social		\$2.062,32
3.2.01	Utilidad del Ejercicio		\$1.421,72
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>\$3.484,04</b>
	<b>TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$5.484,04</b>
			<b>\$ 5.484,04</b>

GERENTE

CONTADOR

3.7.3.3. Estado de Resultados

**FINCA LEONORCITA**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

4	<b>INGRESOS</b>		
4.1	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		
4.1.01	Ventas	\$2.880,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$684,00	
3.3.01	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		\$2.196,00
5	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
5.1	<b>Gastos de Administración</b>		\$216,00
5.1.01	Gastos personal Supervisor	\$216,00	
<b>5.2</b>	<b>Gastos de Ventas</b>		\$110,00
5.2.2	Gastos mantenimiento de maquinaria	\$50,00	
5.2.4	Gastos Mantenimiento Vehículos	\$30,00	
5.2.3	Gastos Suministros de Comercialización	\$30,00	
5.3	<b>Gastos Financieros</b>		\$448,28
5.3.1	Gastos Intereses Pagados	\$448,28	
3.3.03	<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b><u>\$1.421,72</u></b>

GERENTE

CONTADOR

### 3.7.3.4 Análisis Vertical del Balance

**FINCA LEONORCITA**  
**BALANCE GENERAL**  
**DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.**

1	<b>ACTIVO</b>		
1.1	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
1.1.01.01	Caja	\$200,00	2,37%
1.1.01.02	Caja Chica	\$100,00	1,18%
1.1.01.03	Banco	\$700,00	8,29%
1.1.01.04	Inventario	\$60,00	0,71%
1.2	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		
1.2.01.01	Bomba de Mochila JACTO	\$80,00	0,95%
1.2.01.02	Bomba de Motor	\$600,00	7,11%
1.2.01.03	Muebles de Oficina	\$100,00	1,18%
1.2.01.05	Equipos de Computación	\$600,00	7,11%
1.2.01.06	Vehículos	\$6.000,00	71,09%
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<u><u>\$5.484,04</u></u>	<b>100,00%</b>
2	<b>PASIVOS</b>		
2.1	<b>PASIVOS CORRIENTE</b>		
2.2	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
2.2.01	Préstamo Bancario a largo Plazo	\$2.000,00	100,00%
	<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>\$2.000,00</b>	<b>100,00%</b>
3	<b>PATRIMONIO</b>		
3.1.01	Capital Social	\$2.062,32	59,19%
3.2.01	Utilidad del Ejercicio	\$1.421,72	40,81%
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<u>\$3.484,04</u>	<b>100,00%</b>
	<b>TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<u><u>\$5.484,04</u></u>	

Como se puede observar, el análisis vertical de un estado financiero permite identificar con claridad cómo está compuesto. Una vez determinada la estructura y composición del estado financiero, podemos definir la importancia y relevancia de las cuentas de esta manera podemos definir que la cuenta más importante que la empresa posee en sus activos es vehículo con 71,09% lo que indica que los activos fijos de la empresa son representativos ya que conforman un alto porcentaje de los activos.

Frente a esta interpretación, se debe tener claridad en que el pasivo son las obligaciones que la empresa tiene con terceros. En los pasivos se pudo determinar

que la cuenta de mayor importancia es el préstamo bancario con un 100% del pasivo este gasto corresponde mientras que el patrimonio el porcentaje más preponderante es el capital social.

### 3.7.3.5. *Análisis de los índices financieros de la Finca Leonorcita*

Uno de los instrumentos más usados para realizar un análisis financiero son los indicadores o razones financieras.

#### 3.7.3.5.1 Índices de Productividad

##### a) Margen de utilidad

<b>FÓRMULA</b>		
1,-Margen de utilidad		
	<u>utilidad neta</u>	
	Ventas netas	
	<u>\$1.421,72</u>	0,49
	<u>\$2.880,00</u>	

Mediante el índice de productividad se aplicó la fórmula para verificar el margen de utilidad y podemos determinar que la Finca Leonorcita ha generado un margen de utilidad con respecto a las ventas de 0,49 lo que quiere decir que por cada dólar que vendió la productora tuvo una utilidad del 0,49.

##### b) Margen bruto

<b>FÓRMULA</b>		
2,-Margen de utilidad bruta		
	<u>Utilidad bruta</u>	
	Ventas netas	
	<u>\$2.196,00</u>	0,76
	<u>\$2.880,00</u>	

Los resultados obtenidos en la productora refleja un margen de utilidad bruta correspondiente al 0,76. Lo que demuestra que este tipo de operaciones es rentable por su bajo costo de producción y ventas a buen precio.

**c) Margen de Operación**

<b>FÓRMULA</b>		
3,-Margen de operación		
<u>Utilidad operacional</u>		
Ventas netas		
	<u>\$1.870,00</u>	0,65
	\$2.880,00	

El resultado de este ratio financiero esclarece que la utilidad de la operación es inferior a las ventas netas por que el margen de operación después de pagarlos gastos producción y sobre las ventas netas corresponden al 0,65.

**3.7.3.5.2. Índices de Rentabilidad**

**a) Rendimiento sobre las inversiones**

<b>FÓRMULA</b>		
1,-Rendimiento sobre las inversiones.		
<u>Utilidad neta</u>		
activos totales		
	<u>\$1.421,72</u>	0,26
	\$5.484,04	

El rendimiento sobre la inversión en activos establece la efectividad total de la administración quiere decir, que cada dólar invertido en los activos produjo ese año un rendimiento de 0,26 sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

**b) Rendimiento sobre el patrimonio**

<b>FÓRMULA</b>		
2.- Rendimiento sobre el patrimonio		
<u>Utilidad neta</u>		
Capital social		
	\$1.421,72	0,69
	\$2.062,32	

Esto significa que por cada dólar que el dueño mantiene genera un rendimiento del 0,69 sobre el capital. Es decir, mide la capacidad de la productora para generar utilidad a favor del propietario.

**3.7.3.5.3. Índices de Endeudamiento**

**a) Razón de patrimonio a pasivo**

<b>FÓRMULA</b>		
1.- Razón de patrimonio a pasivo		
<u>Patrimonio</u>		
Pasivo		
	\$3.484,04	1,74
	\$2.000,00	

Este índice nos permite deducir que por cada dólar que adeudan a corto y largo plazo la Finca Leonorcita cuenta con \$ 1,74 dólares de patrimonio para hacer frente a sus obligaciones lo que muestra la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones.

**b) Razón de patrimonio a activo**

<b>FÓRMULA</b>		
2.-Razón de patrimonio a activo		
<u>Patrimonio</u>		
Activo		
	\$3.484,04	0,64
	\$5.484,04	



Indica que el patrimonio es inferior a los activos que presenta la productora lo que permite que el propietario pueda financiarse con capital propio del 0,64 sin que dependa del patrimonio para hacer frente a sus necesidades que la empresa posee.

**c) Razón de pasivo a activo**

<b>FÓRMULA</b>		
3.- Razón de pasivo a activo		
<u>Pasivo</u>		
Activo	<u>\$2.000,00</u>	0,36
	\$5.484,04	

Para este año la razón pasivo activo corresponde a 0,36 lo que refleja que la situación financiera de la Finca Leonorcita es buena ya que su pasivo es inferior al activo.

**d) Razón de cobertura de interés**

<b>FÓRMULA</b>		
4.- Razón de cobertura de interés		
<u>Utilidad de operación</u>		
Gastos financieros	<u>\$1.870,00</u>	4,17
	\$448,28	

La cobertura de interés de la Finca Leonorcita para el año 2011 es de 4,17 esto quiere decir que la productora pago un interés bajo por el préstamo otorgado ya que la utilidad de la operación supera a los gastos financieros .o en su efecto no posee deuda con establecimientos financieros

e) **Razón de cobertura del pasivo**

<b>FÓRMULA</b>	
5.- Razón de cobertura del pasivo	
$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Gastos financ + pago principal}}$	
	0,76
	$\frac{\$1.870,00}{\$2.448,28}$

En este ratio la productora para el año 2011 muestra de cuanto fue su cobertura sobre el pasivo obteniendo el 0,76 lo cual es un índice considerable. Porque la utilidad de la operación cumple satisfactoriamente con los gastos.

**3.7.3.5.4. Valor Actual Neto (VAN)**

El Valor Actual Neto (VAN), de la empresa es \$ **1.301,88**

El VAN arrojo valores positivos, lo que demuestra una vez más la rentabilidad de la Productora.

**3.7.3.5.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión es aquella tasa que descontara los futuros flujos netos de entrada de efectivo, hasta una suma que sea exactamente igual al costo de la inversión.

TIR productora = **16%**

### 3.7.3.6. Impacto Financiero de la Finca Leonorcita

**CUADRO 42**  
**IMPACTO FINANCIERO**

<b>RAZONES FINANCIERAS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>PRODUCTIVIDAD</b>	
1. Margen de Utilidad	0,49%
2. Margen de Utilidad Bruta	0,76%
3. Utilidad de operación	0,65%
<b>ENDEUDAMIENTO</b>	
1. Razón de Patrimonio a pasivo	1,74%
2. Razón de Patrimonio a Activo	0,64%
3. Razón de Pasivo a Activo	0,36%
4. Razón de cobertura de interés	4,17%
5. Razón de cobertura del pasivo	0,76%
<b>RENTABILIDAD</b>	
1. Rendimiento sobre el Patrimonio	0,69%
2. Rendimiento sobre la Inversión	0,26%

**Fuente:** Datos investigativos

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

Luego de haber analizado el flujo financiero de la producción comercialización de la yuca de la Finca Leonorcita tomamos como principales tres índices financieros que nos ayudaron a tener una visión real de la situación financiera y de la rentabilidad de la distribuidora, dentro de los índices de productividad podemos notar que el margen de utilidad es considerable tomando en cuenta el margen bruto podemos determinar que el cultivo es muy productivo ya que es tan exigente con los gastos y su utilidad es óptima; en cuanto al endeudamiento se puede

establecer que la productora tiene estabilidad ya que no posee mucha dependencia bancaria más bien depende de su propio ejercicio para sus ingresos mientras que los índices de rentabilidad dan fe de que la productora es una empresa estable que tiene un crecimiento con niveles de rentabilidad adecuados.

#### ***3.7.3.7. Flujo de Caja***

Son estimaciones de entrada y salida de efectivos presupuestados, es una base que permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la producción.

### 3.7.3.7.1. Flujo de Caja

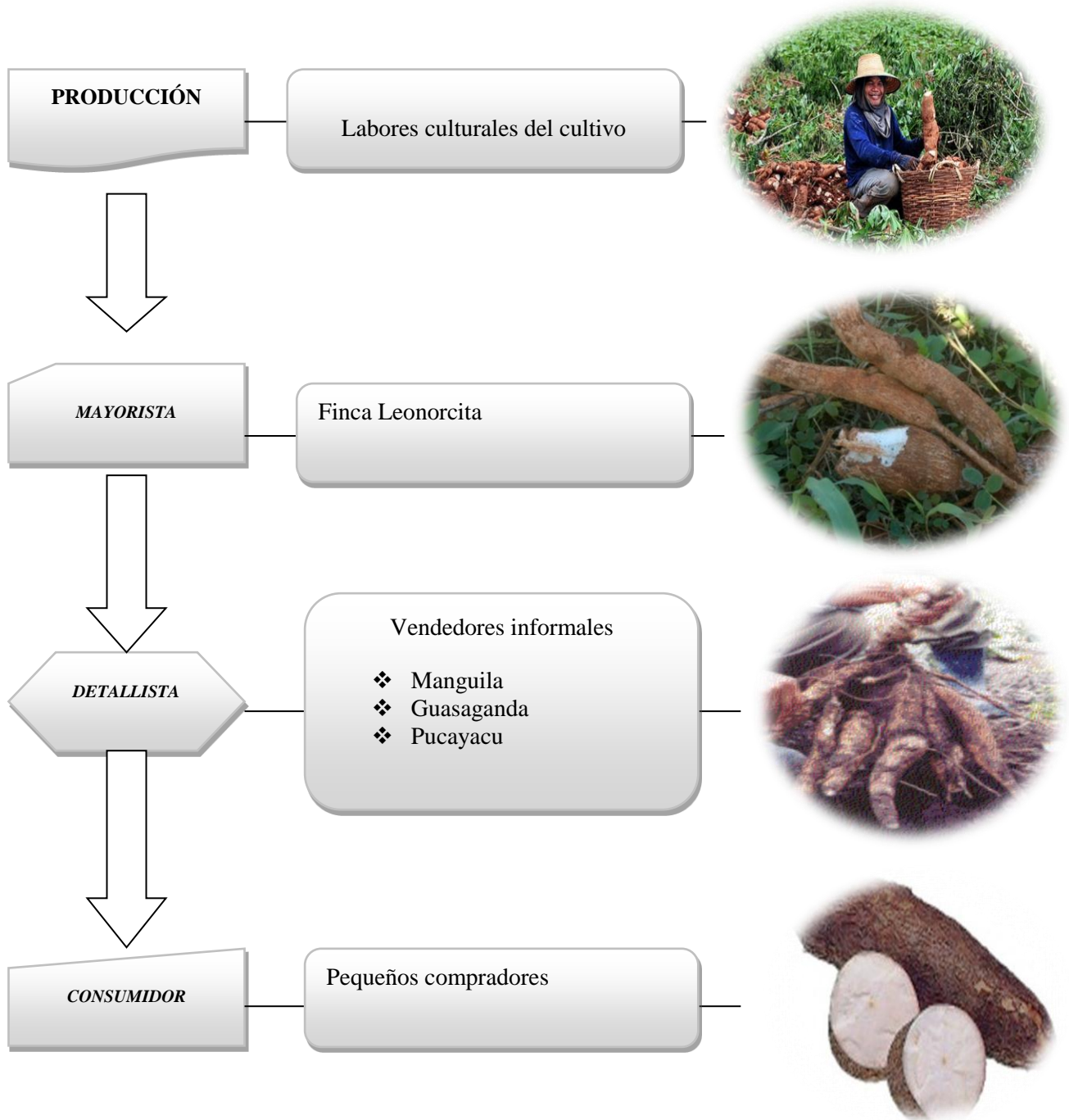
Cuentas	COSTOS		AÑOS									
	PREOPERACIONALES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>												
Ingresos Ventas			\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00	\$2.880,00
Ingresos Clientes			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Total de ingresos operacionales</b>			<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>	<b>\$2.880,00</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>				\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Costos de Comercialización (Ventas)			\$684,00	\$684,00	\$684,00	\$684,00	\$684,00	\$684,00	\$684,00	\$684,00	\$684,00	\$684,00
Gastos de administración			\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00
Gastos de venta			\$110,00	\$110,00	\$110,00	\$110,00	\$110,00	\$110,00	\$110,00	\$110,00	\$110,00	\$110,00
Gasto de Alquiler del Terreno			\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00
Inversión Inicial	\$	<b>6.440,00</b>	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Total</b>			<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>	<b>\$1.210,00</b>
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	\$	<b>-6.440,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
<b>Total ingresos no operacionales</b>			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>												
Pago Créditos			\$1.041,22	\$958,78								
<b>Total de egresos no operacionales</b>			<b>\$1.041,22</b>	<b>\$958,78</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL</b>			-\$1.041,22	-\$958,78	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)</b>		<b>-\$6.440,00</b>	<b>\$628,78</b>	<b>\$711,22</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>	<b>\$1.670,00</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>												12%
<b>VAN</b>												\$ 1.301,88
<b>TIR</b>												16%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.7.3.8. COMERCIALIZACIÓN

GRÁFICO 41



**Fuente:** Productor de Yuca

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

### 3.7.3.9 CARTA DE PRESENTACIÓN

Para dar a conocer a la productora y que los clientes tengan como acceder a pedidos sean estos mayor o menor es importante la utilización de tarjetas de presentación la misma que brinda mayor realce y seriedad a la empresa y da la facilidad de dar a conocer sus servicios y datos personales para un contacto directo con el productor sin intermediarios.

GRÁFICO 42



### 3.8. Resumen de Producción

#### 3.8.1. Impacto Económico

<b>DETALLE</b>	<b>PRODUCTOR GRANDE</b>	<b>PRODUCTOR MEDIANO</b>	<b>PRODUCTOR PEQUEÑO</b>
Producción de sacos por cosecha	<b>1800.00</b>	<b>560.00</b>	<b>240.00</b>
Costo unitario de producción por saco	<b>2.60</b>	<b>3.65</b>	<b>2.85</b>
VAN	<b>\$ 3.898,37</b>	<b>\$ 5.430,02</b>	<b>\$ 1.301,88</b>
TIR	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>16%</b>

**Fuente:** Productor de Yuca

**Elaborado por:** Cajas Robles Claribel Angélica

Una vez listo el análisis comparativo se pudo determinar que los índices financieros para las tres productoras son favorables considerando que cada una posee niveles diferentes de producción así como presentan variación en costo unitario de la producción sin embargo este factor no influye en la productividad de las empresas quienes generan ganancias rentables que favorecen su economía.

En lo que corresponde al VAN es positivo y se considera que es rentable así mismo la Tasa Interna de retorno responde favorablemente mostrando el retorno rápido del capital invertido por lo que se concluye que el negocio de las tres empresas cada una da proporción diferente es de rápido retorno de la inversión se y su rentabilidad es óptima.



### **3.8.2. Relación con la Economía del cantón La Maná**

El cantón La Maná tiene 40.655 habitantes según el VII Censo de Población y VI de Vivienda, realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en noviembre del 2010.

La Población Económicamente Activa (PEA) del cantón La Maná suma 21.365 habitantes de los cuales solo el 46,91% se encuentran empleados, mientras que el desempleo es del 7,8%, el resto de habitantes son subempleados dedicados principalmente a tareas de comercio informal.

La población del cantón La Maná empleada en la producción y comercialización de yuca es de 854 personas, mientras que el comercio minorista de yuca suma alrededor de 108 empleados, es decir, que 150 habitantes de la localidad están empleados en empresas dedicadas a la distribución de arroz.

A ellos se suman alrededor de 900 personas que trabajan en plantaciones y lo comercializan al por menor, en tiendas o pequeños distribuidores y, lo que incrementa el número de personas empleadas en las actividades de producción de yuca, que representa el 3,51% de la PEA y el 7,50% de la población con empleo.

Esto significa que si la producción de yuca desaparece del mercado lamanense, por lo menos 10 de cada 100 trabajadores quedarán en el desempleo, aumentando la tasa de desempleo en el 7,50%, en cambio sí se incrementan las empresas productoras en la localidad, podrían reducir en un porcentaje mayor al 2% la tasa de desempleo, lo que pone de manifiesto la importancia de la actividad en la economía del cantón La Maná.

La actividad de la producción y comercialización de yuca, representa alrededor del 2,2% de los ingresos de todas las actividades productivas en el cantón La Maná, representando una importante fuente de ingresos para el trabajador lamanense. En lo que corresponde a la relación entre la comercialización en el cantón La Maná y su influencia en la economía ecuatoriana, se ha evidenciado

que esta localidad participa con el 4% de la comercialización de yuca ya sea para la venta en pequeños espacios o para el consumo local a nivel nacional, es decir, que de cada 100 quintales que se distribuyen en el Ecuador, 1.5 son distribuidos por algún establecimiento lamanense.

De acuerdo a la información proporcionada por el Banco Central, la producción de yuca representa el 3% del PIB agrícola a nivel nacional, que a su vez representa el 15,49% del PIB de las ramas no petroleras, mientras que también la distribución de arroz participa con el 26% del PIB agrícola.

Esto quiere decir, que de cada \$100,00 generados por todas las empresas que realizan actividades agrícolas, \$4,00 lo generan los establecimientos productores. Por tanto, la actividad que generan las empresas dedicadas a esta actividad, podrían afectar sensiblemente a la economía nacional si es que desaparecen del mercado nacional, generando un incremento del desempleo y menores cargas impositivas para el empleado nacional.

Teniendo en cuenta que el desarrollo de las actividades de producción, influenciará directa y favorablemente al crecimiento ocupacional, dinamización de la economía, mayor generación de riquezas en el país y mayores ingresos para los trabajadores del cantón La Maná y sus alrededores.

## **3.9. Conclusiones y Recomendaciones**

### **3.9.1. Conclusiones**

Los resultados de la investigación Producción, Comercialización y Rentabilidad de la yuca sea tomado en cuenta varios aspectos a lo largo del desarrollo del presente trabajo se pone en consideración las siguientes conclusiones:

- La realización de estados financieros, permitió conocer los costos reales de la producción de yuca así como los índices de productividad y de endeudamiento de la productora , poniendo de manifiesto que el negocio de la producción de yuca es rentable
- Al realizar los respectivos análisis de ratios financieros se establece que el margen de utilidad es bueno tomando en consideración los gastos que se presentan este se convierte en un negocio rentable
- Con respecto a la comercialización una vez realizado el análisis se puede determinar que esta actividad tiene un amplio espacio de comercialización siempre que apliquen técnicas específicas para el desarrollo del cultivo, las mismas que permitan satisfacer las exigencias del mercado, los ingresos que se obtienen por la venta de la yuca podrían ser mayores si se buscan nuevos mercados.

### **3.9.2. Recomendaciones**

Los resultados de la investigación de la producción, comercialización y rentabilidad de la yuca se ha tomado en cuenta varios aspectos a lo largo del desarrollo del presente trabajo se pone a consideración de las siguientes recomendaciones:

- Llevar una adecuada contabilidad que permita realizar de manera segura permanente y veraz los estados financieros con la finalidad de conocer las realidades y falencias que existe en la Comercialización y Rentabilidad de la producción de la yuca a fin de precisar a carta cabal los índices de pérdida o ganancia que la Comercialización de la yuca representa para este negocio, y así hacer uso adecuado de una buena toma de decisiones.
- Tener un control adecuado de los ingresos y egresos a fin de establecer con claridad los índices financieros que permitirán conocer el margen de utilidad de la productora mejorando el control financiero y convirtiéndolo en un negocio rentable.
- En la comercialización es importante que el productor en asociación con otros agricultores, busquen canales de negociación directos para evitar la intermediación, para que de esta manera le permitan obtener mejores ingresos y así poder superar las condiciones actuales de vida.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

### LIBROS

ÁGUILAR. Principios de marketing. Tercera edición. España Madrid: Esic editorial. 2008, 816p. ISBN: 978-84-7356-572-1.

ALBAN, Organización de las Naciones Unidas para la Acuicultura y Alimentación, Primera Edición, Pearson Educación de México S.A de C.V. Atlacomulco, 2009 ,500p. ISBN: 9253048425.

ALCOCER, Genética Un Enfoque Conceptual. Tercera Edición. España: Editorial Panamericana.: 2010, 730, p. ISBN: 978-84-9835-216-0.

BENAVIDEZ, Análisis Practica de la Prestaciones. Segunda Edición. España: Editorial Lex Nova: 2008, 471, p. ISBN: 978-84-8406-775-7.

BENITEZ. *Auditoria Administrativa: Gestión Estratégica del Cambio*. Segunda Edición. México, D.F: Pearson, 2008, 872 p. ISBN: 970-26-0784-1.

BILBAO, Temas de Economía Mundial. Primera Edición .Madrid España.: Editorial S.A. 2009, 472, p. IBSN: 978-84-92453-39.

BRAVO. *Como aprender Economía conceptos básicos*. Primera edición. México: LIMUSA, S.A DE C.V, 2008, 203p. ISBN: 968-18-1612-9.

BUSTAMANTE. *Funciones de la Administración*. Primera Edición. Bahía, Blanca: Ediuns, 2008, 280 p. ISBN: 978-987-1171-63-7.

CALDERON. *Contabilidad administrativa*. Segunda edición. Bogotá. Ecoe Editores, 2008, 258p. ISBN: 978958 648 515 -9.

CASANI, Producto Nacional. Primera Edición .Madrid .: Editorial Editex S.A. 2008, 147, p. ISBN: 978-84-9771-355-9.

CERVANTES. *Introducción a la Economía Agraria*. Segunda Edición. Murcia, España: Servicio de publicaciones S.A,2008, 308 p. ISBN: 84-7684-858-7.

CHIAVENATO. *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Quinta Edición. México: Mc Graw-Hill. Interamericana Editores, S.A. de C.V, 2008. 458 p. ISBN: 978-92-75-32913-9.

COMMON, *Introducción a la Economía Ecológica*. Primera Edición. Barcelona España: Editorial Reverte: 2008, 550, p. ISBN: 978-84-291-4381-2.

COOTER, *Derecho de Economía*. Primera Edición. México: Editorial Pearson Education: 2010, 755, p. ISBN: 978-968-16-8586-7

COUTER, Mary; STHEPEN, Philip. *Administration*. 5ta Edición. España: Prentice – Hall Hispanoamericana S.A., 1996. 68 p. ISBN: 970-26-0763-9.

DUQUE. *Funciones de la Administración*. Primera Edición. Bahía, Blanca: Ediuns, 2009, 280 p. ISBN: 978-987-1171-63-7.

ELLIOTT, *EL Rio y la Forma*. Primera Edición. Santiago Chile. Editorial Ril S.A. 2010, 259 p. ISBN: 978-956-284-710-0.

ENRICO, *Estadísticas Económicas, Sociales y Ambientales*. Primera Edición. España. Editorial Netbiblo S.L. 2008, 263 p. ISBN: 978-84-9745-390-5.

ESLEY, Fundamentos de Administración Financiera. Cartorceava Edición. España Madrid: EditorialLearning.: 2008, 834, p. ISBN: 978-970330014-4.

FAJARDO, Las Misiones Germen de la Nacionalidad. Quinta Edición. Caracas: Editorial UCAB: 2008, 890, p. ISBN: 980-244-519-6.

FAREZ. Marketing Proporcional. Segunda Edición. España: Editorial VerticeS.L : 2009, 56, p. ISBN: 978-84-92598-60-1.

FLORES, Organización de las Naciones Unidas para la Acuicultura y Alimentación, Primera Edición, Pearson Educación de México S.A de C.V. Atlacomulco, 2009, 500p. ISBN: 9253048425.

FONTALVO. *Contabilidad de Costos: Un Enfoque Gerencial*. Décima Segunda Edición. México, Juárez: Pearson Educación: 2010, 868 p. ISBN: 978-970-26-0761-8.

FOSTER. *Contabilidad de costos*. 8va ed. Colombia, Bogotá: Editorial Prentice Hall, 2008. 323 p. ISBN: 968-880-502-5.

FRANCO. *Matemática Financiera*. Primera Edición. Ecuador, Guayaquil: [s.n], 2010. 300 p. ISBN: 569-547-964-5.

GARCIA, Análisis de los Estados Contables. Primera Edición. Madrid España: Editorial Esic: 2009, 439, p. ISBN: 978-84-7356-587-5.

GILSES. *Concepto de microeconomía*: Segunda Edición. España, Murcia: Milanesat; 2008. 735p. ISBN: 84-494-2866-1.

GONZALES. *Comercio Exterior*. Segunda edición. España Madrid: Esic Editorial. 2009, 348p. ISBN: 980-84-7356-706-3.

GUTIERREZ. *Contabilidad Financiera*. Quinta Edición. China, Mc Graw Hill/ Interamericana Editores, S.A DE C.V, 2008, 556 p. ISBN: 978-970-10-6621-8.

HUERTAS, *Decisiones Estratégica para la Dirección de Operaciones en Empresas de Servicios y Turísticas*. Primera Edición. España: Editorial S.A: 2008, 312, p. ISBN: 978-84-475-3262-9.

KOTLER, *Dirección de Marketing*. Onceava edición. España Madrid: Editorial Pearson : 2009, 729, p. ISBN: 970-26-0763-9.

KRUGMAN, *Fundamentos de Economía*. Primera Edición. Barcelona España: Editorial Reverte S.A. 2008, 339, p. ISBN: 978-84-291-2633-4.

LARRAGA, *Mercado Monetario y Mercado de Renta Fija*. Séptima edición. Barcelona España: Editorial Profit.: 2008, 369, p. ISBN: 9788415330103.

LEQUILLER, *EL Cambio del Comportamiento en el Trabajo*. Primera edición. Argentina: Editorial Granica S.A.: 2008, 180, p. ISBN: 978-950-641-541-9.

LONGENECKER. *Gestión Empresarial*. 14 Edición. México. Cengagelearning S.A, 2009, 719 p. ISBN. 10-970-830-065-9.

MADRIL, *Macroeconomía*, Séptima edición. México: Editorial Pearson Educacion: 2008, 212, p. ISBN: 978-970-36-0917-9.



MANKIWI, Economía. Quinta edición .México.: Editorial lengage Learning S.A. 2009, 878, p. ISBN: 10-607-487-034-6.

MARTINEZ, Productos Financieros Básicos y su Cálculo. Primera Edición. Alicante España: Editorial ECU: 2010, 320, p. ISBN: 978-84-8454-979-6.

MEJIA. *Administración de los Sistemas de Producción*. Décima Edición. Ecuador, Guayaquil: 2009. 690 p. ISBN: 943-657-751-6.

MÉNDEZ. *Fundamentos de Economía*. Tercera Edición. Colombia, Bogotá: Nomos S.A, 2009, 260 p. ISBN: 970-10-1020-5.

ORTIZ. *Principios de Economía*. Tercera Edición. España, Madrid; 2008. 390 p. ISBN: 84-481-1422-1.

PALACIO, Alfredo, Fernando. Proyecto de Producción. Novena edición. Ecuador, Loja: Ibalpe, 2009. 157 p. ISBN: 745-78-78-4.

PARREÑO, Los Instrumentos del Marketing. Cuarta Edición. España: Editorial Club Universitario: 2008, 290, p. ISBN: 978-84-8454-763-1.

PASCHOAL. *Introducción a la Economía*. Quinta edición. México: Alfa omega grupo editor S.A de C.V: 2008, 866p. ISBN: 978-970-1510582; ISBN: 970-15-1058-5.

PASCUAL, J., Fundamentos de finanzas para el empresario moderno. Primera Edición. Guayaquil, Ecuador: 2008.24 p.

PEREZ, Sobre un Concepto Histórico de Ciencia. Segunda Edición .Santiago de Chile.: Editorial LOM. 2008, 276, p. ISBN: 978-956-282-991-5.

SAINZ, El Plan de Marketing en la Práctica. Onceava Edición. Argentina: Editorial Esic, 2009, 482, p. ISBN: 970-76584-7685-9.

SAPAG. *Proyectos de inversión formulación y evaluación*, 2009, 253P primera edición México ISBN: 970-26-0964-6.

SERRANO, *Manual de Economía*. Cuarta Edición. Santiago de Chile. Andrés Bello. 2008, 489 p. ISBN: 956-13-0949-1.

SOLDEVILA, Gestión económica y de comercialización agropecuaria. Primera edición. Chile Chillán: INÍA: 2008, 180, p. ISBN: 0717-4829.

TAPIA. *Contabilidad de Costos*. 1ra ed. Ecuador – Quito: Editora Nuevo día: 2009. 345 p. ISBN: 978-9978-45-849-5.

TERAN. *Contabilidad de Costos*. 1ra ed. Ecuador – Quito: Editora Nuevo día: 2009. 345 p. ISBN: 978-9978-45-849-5.

VARGAS. *Mercadotecnia*. Primera Edición. Ecuador, Quito: 2008. 630 p. ISBN: 569-567-845-0.

VILLALBA. *Teoría de la Economía*. Segunda Edición. Madrid, España: Sur Editores. 2008. 131 p. ISBN: 97-899-4201-029-2.

YANQUI, *Cómo Aprender Economía: Conceptos Básicos*, México, D. F.: Editorial Limusa, 2010. 232p. ISBN: 968-18-1612-9.

ZORRILLA Santiago,, Macroeconomía. Primera Edición. España, Madrid: Editorial McGraw Hill., 2008. 22 p. ISBN: 84-481-0968-6.

### **Netgrafía**

LOZANO PEÑA Heitel Bolívar , *Diagnostico Técnico Y Transferencia De Tecnología En El Manejo Del Cultivo De Arroz Para La Zona De Santa Lucia Provincia del Guaya*, [ref. de 12 de Junio 2011]. Disponible en WEB:<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/4534>.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA, *La yuca* [en línea] [México], 2010, [ref. 05 de junio del 2011] Disponible en Web:

## 6 ANEXO

### ANEXO 1



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Unidad Académica de Ciencias Administrativas y

Humanísticas.

### Encuesta Dirigida a los Productores Mayoristas de Yuca del cantón La Maná provincia de Cotopaxi

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Yuca y su Relación con la Economía del cantón La Maná y su Zona de Influencia, año 2011.

#### OBJETIVO

Recabar la información a los productores de la temática en estudio para poder resolver adecuadamente el análisis de la producción, comercialización y rentabilidad de la yuca, por tal razón le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario

#### INSTRUCCIONES:

Sírvase a marcar con una X en la alternativa que usted crea conveniente.

---

#### 1.- ¿Cuál es la relación que tiene usted con la producción de la yuca?

Propietario ( )

Administrador ( )

Empleado ( )

Arrendador ( )

#### 2.- ¿Cuánto tiempo viene produciendo la yuca?

1-5 Años ( )

6-10 Años ( )

11-15 Años ( )

Mayor a 16 ( )

**3.- ¿Cuántas hectáreas de yuca cultiva al año?**

1-3 Hectáreas ( )

4-6 Hectáreas ( )

8-10 Hectáreas ( )

**4.- ¿Cuántos sacos cosecha por hectárea?**

60-80 Sacos ( )

100-120 Sacos ( )

130-150 Sacos ( )

**5.- ¿Cuántos meses dura el cultivo de la yuca?**

7-8 Meses ( )

10-12 Año ( )

**6.- ¿Qué tipo de yuca comercializa?**

Amarga ( )

Sabrosa ( )

**7.- ¿Cómo realiza la venta de la yuca?**

Sacos ( )

Fundas ( )

**8.- ¿Dónde comercializa usted la yuca?**

Ferias ( )

Intermediarios ( )

Exportación ( )

**9.- ¿Usted fertiliza el terreno para la producción de la yuca?**

Si ( )

No ( )

**10.- ¿Cuál es el precio por que usted vendió en la última cosecha la yuca?**

4-5 Dólares ( )

6-7 Dólares ( )

8-10 Dólares ( )

**11.- ¿El tiempo de escasez de cosecha del producto cual ha sido el precio al que ha vendido?**

15-18 Dólares ( )

20-23 Dólares ( )

24-30 Dólares ( )

**12.- ¿Cuándo usted comercializa la yuca existe variaciones en el precio?**

Si ( )

No ( )

**13.- ¿Cuál es la razón que continua en el cultivo de la yuca?**

Rentabilidad ( )

Fácil Manejo ( )

Tradicición ( )

Otros ( )

**14.- ¿Cree usted que es importante contar con un asesor para la producción de la yuca?**

Si ( )

No ( )

**15.- ¿Llevan un registro contable de la venta de su producción?**

Si ( )

No ( )

**16.- ¿Cree usted que sea necesario un análisis de la producción de yuca?**

Si ( )

No ( )

## ANEXOS 2



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Unidad Académica de Ciencias Administrativas y  
Humanísticas.

#### **Encuesta Dirigida de los Intermediarios de la Yuca del cantón La Maná provincia de Cotopaxi**

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Yuca y su  
Relación con la Economía del cantón La Maná y su Zona de Influencia, año 2011.

#### **OBJETIVO**

Recabar la información a los intermediarios de la temática en estudio para poder  
resolver adecuadamente el análisis de la producción, comercialización y  
rentabilidad de la yuca, por tal razón le agradecemos se digne contestar el  
siguiente cuestionario

#### **INSTRUCCIONES:**

Sírvase a marcar con una X en la alternativa que usted crea conveniente.

---

#### **1.-¿Cree usted que es importante que los comerciantes de yuca asistan a cursos de capacitaciones?**

Si ( )

No ( )

#### **2.- ¿La cantidad de producto que usted compra semanales?**

1-10 Sacos ( )

50-100 Sacos ( )

150-200 Sacos ( )

500 En Adelante ( )

**3.-¿La bodega para el almacenamiento del producto es?**

Grande ( )

Mediana ( )

Pequeña ( )

**4.-¿Dónde comercializa el producto?**

Mercado ( )

Plaza ( )

**5.-¿Hace que tiempo usted comercializa la yuca?**

1-5 Años ( )

6-10 Años ( )

11-15 Años ( )

Mayor de 16 Años ( )

**6.-¿Usted se encuentra registrado en alguna organización de comerciantes?**

Si ( )

No ( )

**7.-¿Qué otro producto comercializa?**

Naranja ( )

Orito ( )

Plátano ( )

**8.-¿Cree necesario que se realice estudios técnicos sobre la comercialización?**

Si ( )

No ( )



## ANEXOS 3



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Unidad Académica de Ciencias Administrativas y  
Humanísticas.

#### **Encuesta Dirigida a los consumidores de la Yuca del cantón La Maná provincia De Cotopaxi**

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Yuca y su  
Relación con la Economía del cantón La Maná y su Zona de Influencia, año 2011.

#### **OBJETIVO**

Recabar la información a los intermediarios de la temática en estudio para poder  
resolver adecuadamente el análisis de la producción, comercialización y  
rentabilidad de la yuca, por tal razón le agradecemos se digne contestar el  
siguiente cuestionario.

#### **INSTRUCCIONES:**

Sírvase a marcar con una X en la alternativa que usted crea conveniente.

---

#### **1.-¿De los siguientes tipos de productos?, ¿cuáles consume con frecuencia?**

Yuca ( )

Plátano ( )

Naranja ( )

Otros ( )

**2.-¿Cuántas veces a la semana usted consume yuca?**

Una Ves ( )

Dos Veces ( )

Cuatro Veces ( )

**3.-¿Cuál es el precio que usted paga por cada yuca?.**

0,25-0,50 ( )

0,75-1,00 ( )

**4.-¿Al momento de la compra indique cuál de estos factores es de gran importancia para usted?**

Calidad ( )

Bajo Precio ( )

Cantidad ( )

**5.-¿En qué lugar usted adquiere la yuca ?.**

Mercados ( )

Plaza ( )

Tiendas ( )

Comisariatos ( )

**6.-¿Usted cree que el consumo de yuca es nutritivo?**

Si ( )

No ( )

**7.-¿Cree usted que paga un precio justo por el producto que adquiere?**

Si ( )

No ( )

**8.-¿Cree usted que es importante realizar un análisis del consumo de la yuca en nuestro cantón ?**

Si ( )

No ( )

## ANEXO 4

### CORRESPONDIENTE AL BALANCE GENERAL DE LA PRODUCCIÓN DE LA YUCA FINCA BUENA AVENTURA

#### ACTIVOS CORRIENTES

Cajas:

<b>Caja:</b> Dinero que posee el agricultor	<b>\$ 200</b>
<b>Caja chica:</b> Dinero que posee el agricultor como reserva	<b>\$ 100</b>

Bancos:

		<b>\$ 1.000</b>
Cuenta Corriente del Banco Pichincha # 5010689751	\$600,00	
Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060201002570	\$400,00	

#### ANEXO DE VENTAS

<b>CANTIDAD DE SACOS DE YUCA</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIO DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO POR SACO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1800	Yuca	\$ 7,50	\$13.500,00
	<b>VALOR TOTAL MATERIA PRIMA</b>		<b>\$13.500,00</b>

**INVENTARIO DE MATERIA PRIMA POR 10 HECTÁREAS:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIO DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL hectáreas</b>
½	Urea	\$ 12,50	\$ 125,00
6	Paracuat	\$ 5,00	\$ 300,00
¼	Diuron	\$ 3,25	\$ 32,50
4	Fundas de Foliares de 500 gramos	\$ 4,00	\$ 160,00
11/2	Fundas de Raíz Plano	\$ 5,00	\$ 150,00
½	Pamarol	\$ 3,25	\$ 32,50
2	Frasco de sonoul	\$ 22,00	\$ 220,00
	<b>VALOR TOTAL MATERIA PRIMA</b>		<b>\$ 1020,00</b>

**PASIVOS A LARGO PLAZO**

Préstamos Bancarios:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE LOS PRESTAMOS BANCARIOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Banco del cacpeco	\$ 4.335,54	\$ 4.335,00
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$ 4.335,00</b>

**TABLA DE AMORTIZACIÓN MEDIANTE CUOTAS FIJAS**

<b>Nº</b>	<b>FECHA DE PAGO</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTERES</b>	<b>ABONO AL CAPITAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
					<b>\$4.335,00</b>
1	30/01/2011	301,87	86,70	215,17	4119,83
2	30/02/2011	299,12	82,40	216,72	3903,11
3	30/03/2011	299,12	78,06	221,06	3682,05
4	30/04/2011	299,12	73,64	225,48	3456,57
5	30/05/2011	299,12	69,13	229,99	3226,58
6	30/06/2011	299,12	64,53	234,59	2991,99
7	30/07/2011	299,12	59,84	239,28	2752,71
8	30/08/2011	299,12	55,05	244,07	2508,65
9	30/09/2011	299,12	50,17	248,95	2259,70
10	30/10/2011	299,12	45,19	253,93	2005,77
11	30/11/2011	299,12	40,12	259,00	1746,77
12	30/12/2011	299,12	34,94	264,18	1482,58
13	30/01/2012	299,12	29,65	269,47	1213,12
14	30/02/2012	299,12	24,26	274,86	938,26
15	30/03/2012	299,12	18,77	280,35	657,90
16	30/04/2012	299,12	13,16	214,97	442,93
17	30/05/2012	299,12	8,86	219,27	223,66
18	30/06/2012	299,12	4,47	223,66	0,00

**FIJOS DEPRECIABLES**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Bomba de mochila JACTO	\$ 130,00	\$ 130,00
1	Bomba de motor CIFARELY	\$ 1300,00	\$ 1.300,00
1	Escritorio	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Archivador	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Calculadora	\$ 19,00	\$ 19,00
1	Silla Giratoria	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Computadora	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Impresora	\$ 100,00	\$ 100,00
	<b>VALOR TOTAL DE HERRAMIENTAS</b>		<b>2.549,00</b>

### ACTIVOS PERDURABLES

CANTIDAD	DETALLE DE ACTIVOS PERDURABLES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>1</b>	Vehículo	\$18.000,00	\$18.000,00
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$18.000,00</b>

GASTO PREOPERACIONAL	
Bomba de Motor CIFARELY	\$ 1.300,00
Bomba de mochila JACTO	\$ 130,00
Muebles de Oficina	\$ 269,00
Equipos de Computo	\$ 850,00
Caja	\$ 200,00
Inventario materia prima	\$ 1.020,00
Vehículo	\$ 18.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.769,00</b>

ALQUILER DE TERRENO	
Alquiler 10 hectáreas	\$ 2000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2000</b>

Gastos Mantenimiento de Maquinaria	Descripción	V. U	Valor Total
			<b>\$200,00</b>
	1 Revisión	40	
	1 Reparación de maquinaria	60	
	1 Compra de repuestos de maquinaria	100	
Gastos Mantenimiento Vehículos			<b>\$100,00</b>
	1 Alineación	30	
	1 Control de motor	40	
	3 Limpieza y mantenimiento	30	
Gastos Suministros de Comercialización			<b>\$180,00</b>
	Consumo telefónico	100	
	Sacos	30	
	Piolas	10	
	Envíos inesperados	20	
	Insumos comunes	20	
<b>TOTAL</b>			<b>\$480,00</b>

### **ROL DE PAGO DE PERSONAL SUPERVISOR**

<b>GASTO ADMINISTRATIVO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>HORAS ANUALES</b>	<b>VALOR POR HORA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>SUPERVISOR</b>	<b>HORAS TRABAJADAS</b>	600	1,8	1.080,00

**BIENES PARA DEPRECIACIÓN**

<b>BIENES</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>VALOR DE ADQUISICION</b>	<b>%</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL 2011 EPG</b>	<b>DEPRECIACIÓN MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN EN BALANCE</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>						
Bomba de mochila JACTO	5	\$ 130,00	10	\$ 13,00	\$ 1,08	\$ 26,00
Bomba de motor CIFARELY	5	\$ 1.300,00	10	\$ 130,00	\$ 10,83	\$ 260,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>						
Muebles de oficina	5	\$ 269,00	10	\$ 26,90	\$ 2,24	\$ 53,80
Equipos de Computo	3	\$ 850,00	33,33	\$ 283,31	\$ 23,61	\$ 566,61
Vehículos	5	\$ 18.000,00	20	\$ 3.600,00	\$ 300,00	\$ 7.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 8.053,21</b>	<b>\$ 671,10</b>	<b>\$ 16.106,41</b>



## ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE LA FINCA BUENA AVENTURA

DETALLE	UNIDAD	CAT.	V. UNT.	V. T.	
<b>EGRESOS</b>					
<b>1. MATERIA PRIMA</b>					
<b>PLANTAS</b>	SEMILLA	15000	0,02	300	<b>300,00</b>
<b>2. MANO DE OBRA</b>					<b>3807,36</b>
Personal encargado de preparación del suelo		600	1,8	1080	
Personas encargadas de rozar		600	1,8	1080	
Siembras de (plantas)	Horas / Trab/ Anuales	440	1,8	792	
Personal de malezas	Horas / Trab/ Anuales	400	1,8	720	
Personas encargadas del cultivo	Horas / Trab/ Anuales	400	1,88	135,36	
<b>3. COSTOS INDIRECTOS</b>					<b>630,00</b>
Mantenimiento de maquinaria	ANUAL	1		200	
Mantenimiento de vehículo	ANUAL			100	
Gasto suministro de comercialización	ANUAL			180	
<b>INSUMOS</b>		1	150	150	
<b>TOTAL EGRESOS</b>					<b>4737,36</b>
<b>INGRESOS</b>					
<b>4. VENTAS</b>		1800	1800	7,5	13500
TOTAL INGRESOS					<b>13.500,00</b>
UTILIDAD NETA		°			<b>8.762,64</b>

### ANEXO DE MANO DE OBRA

<b>MANO DE OBRA</b>					<b>3807,36</b>
<b>Personal encargado de preparación del suelo</b>		600	1,8	1080	
<b>Personas encargadas de rozar</b>		600	1,8	1080	
<b>Siembras de (plantas)</b>	Horas / Trab/ Anuales	440	1,8	792	
<b>Personal de malezas</b>	Horas / Trab/ Anuales	400	1,8	720	
<b>Personas encargadas del cultivo</b>	Horas / Trab/ Anuales	400	1,88	135,36	

### ANEXOS DE INSUMOS

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Urea	6,00	30,00
Paracuat	15,00	35,00
Diuron	15,00	15,00
Fundas de Foliars de 500 gramos	22,00	22,00
Fundas de Raíz Plano	5,00	30,00
Pamarol	6,00	18,00
	<b>TOTAL</b>	<b>150,00</b>

**VAN:**

SUMA												
=C37+VNA(C38,D37:M37)												
	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
34	Pago creditos		\$2,852.42	\$1,482.58								
35	Total de egresos no operacionales		\$2,852.42	\$1,482.58	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
36	F. FLUJO NO OPERACIONAL		-\$2,852.42	-\$1,482.58	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
37	G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)	-\$21,769.00	\$2,350.22	\$3,720.06	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64
38	TASA DE DESCUENTO						12%					
39	VAN			\$ 3,898.37								
40	TIR			16%								
41		-\$	21,769.00									
42		1	\$	2,350.22								
43		2	\$	3,720.06		-\$	21,769.00					
44		3	\$	5,202.64		\$	2,350.22					
45		4	\$	5,202.64		\$	1,369.83					
46		5	\$	5,202.64		\$	1,482.58					
47						\$	-					
48						\$	-					
49	TIR			16%								
50	VAN			=C37+VNA(C38,D37:M37)								
51				VNA(tasa, valor1, [valor2], [valor3], ...)								

**TIR:**

SUMA													
=TIR(C37:M37)													
	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
34	Pago creditos		\$2,852.42	\$1,482.58									
35	Total de egresos no operacionales		\$2,852.42	\$1,482.58	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
36	F. FLUJO NO OPERACIONAL		-\$2,852.42	-\$1,482.58	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
37	G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)	-\$21,769.00	\$2,350.22	\$3,720.06	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64	\$5,202.64
38	TASA DE DESCUENTO						12%						
39	VAN			\$ 3,898.37									
40	TIR			16%									
41		-\$	21,769.00										
42		1	\$	2,350.22									
43		2	\$	3,720.06		-\$	21,769.00						
44		3	\$	5,202.64		\$	2,350.22						
45		4	\$	5,202.64		\$	1,369.83						
46		5	\$	5,202.64		\$	1,482.58						
47						\$	-						
48						\$	-						
49	TIR			=TIR(C37:M37)									
50	VAN			=TIR(valores, [estimari])									

## ANEXOS DE RATIOS FINANCIEROS

<b>PRODUCTIVIDAD</b>		
<b>1. Margen de Utilidad</b>		
Utilidad Neta	\$6.462,87	0,48
Ventas Netas	\$13.500,00	
<b>2. Margen de Utilidad Bruta</b>		
Utilidad Bruta	\$8.762,64	0,65
Ventas Netas	\$13.500,00	
<b>3. Utilidad de operación</b>		
Utilidad de Operación	\$7.202,64	0,53
Ventas Netas	\$13.500,00	
<b>ENDEUDAMIENTO</b>		
<b>1. Razón de Patrimonio a Pasivo</b>		
Patrimonio	\$10.427,59	2,41
Pasivo	\$4.335,00	
<b>3. Razón de Patrimonio a Activo</b>		
Patrimonio	\$10.427,59	0,71
Activo	\$14.762,59	
<b>4. Razón de Pasivo a Activo</b>		
Pasivo	\$4.335,00	0,29
Activo	\$14.762,59	
<b>6. Razón de cobertura de interés</b>		
Utilidad de operación	\$7.202,64	9,74
Gastos Financieros	\$739,77	
<b>7. Razón de cobertura del pasivo</b>		
Utilidad de operación	\$7.202,64	1,41
Gastos Financ.+ Pago Principal	\$5.074,77	
<b>RENTABILIDAD</b>		
<b>1. Rendimiento sobre el Patrimonio</b>		
Utilidad Neta	\$6.462,87	1,63
Capital	\$3.964,72	
<b>3. Rendimiento sobre la Inversión</b>		
Utilidad Neta	\$6.462,87	0,44
Activos Totales	\$14.762,59	

## ANEXO 5

### CORRESPONDIENTE AL BALANCE GENERAL DE LA PRODUCCIÓN DE LA YUCA FINCA LUPITA

#### ACTIVOS CORRIENTES

Cajas:

<b>Caja:</b> Dinero que posee el agricultor	<b>\$ 200</b>
<b>Caja chica:</b> Dinero que posee el agricultor como reserva	<b>\$ 100</b>

Bancos:

	<b>\$ 1.000</b>
Cuenta Corriente del Banco Bolivariano # 1111020689	
	\$600,00
Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060215647895	
	\$400,00

#### INVENTARIO DE MATERIA PRIMA:

<b>CANTIDAD DE SACOS DE YUCA</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIO DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO POR SACO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
560	Yuca	\$ 10	\$ 5600
	<b>VALOR TOTAL MATERIA PRIMA</b>		<b>\$ 5600</b>

**INVENTARIO DE VEGETACIÓN POR 4 HECTÁREAS:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIO DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
5	Urea	\$ 12,50	62,5
4	Paracuat	\$ 5,00	20,00
2	Diuron	\$ 4,00	8,00
4	Fundas de Foliars de 500 gramos	\$ 5,00	20,00
3	Fundas de Raíz Plano	\$ 13,00	39,00
7	Frasco de sonoul	\$ 23,00	161,00
3	Pamarol	\$ 3,25	9,50
	<b>VALOR TOTAL MATERIA PRIMA</b>		<b>\$ 320,00</b>

**PASIVOS A LARGO PLAZO**

Préstamos Bancarios:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE LOS PRESTAMOS BANCARIOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	CACPECO	\$ 3.580	\$ 3.580
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$ 3.580</b>

**TABLA DE AMORTIZACIÓN MEDIANTE CUOTAS FIJAS**

<b>N°</b>	<b>FECHA DE PAGO</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTERES</b>	<b>ABONO AL CAPITAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
					3.580
1	30/01/2011	241,08	71,60	169,48	3410,52
2	30/02/2011	240,53	68,21	172,32	3238,20
3	30/03/2011	240,53	64,76	175,77	3062,43
4	30/04/2011	240,53	61,25	179,28	2883,15
5	30/05/2011	240,53	57,66	182,87	2700,29
6	30/06/2011	240,53	54,01	186,52	2513,76
7	30/07/2011	240,53	50,28	190,25	2323,51
8	30/08/2011	240,53	46,47	194,06	2129,45
9	30/09/2011	240,53	42,59	197,94	1931,51
10	30/10/2011	240,53	38,63	201,90	1729,61
11	30/11/2011	240,53	34,59	205,94	1523,67
12	30/12/2011	240,53	30,47	210,06	1313,61
13	30/01/2012	240,53	26,27	214,26	1099,35
14	30/02/2012	240,53	21,99	218,54	880,81
15	30/03/2012	240,53	17,62	222,91	657,90
16	30/04/2012	240,53	13,16	214,97	442,93
17	30/05/2012	240,53	8,86	219,27	223,66
18	30/06/2012	240,53	4,47	223,66	0,00

**FIJOS DE PRECIABLES**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Bomba de mochila	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Bomba de motor	\$ 900,00	\$ 900,00
1	Escritorio	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Archivador	\$ 70,00	\$ 50,00
1	Calculadora	\$ 10,00	\$ 10,00
1	Silla Giratoria	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Computadora	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Impresora	\$ 100,00	\$ 100,00
	<b>VALOR TOTAL DE HERRAMIENTAS</b>		<b>\$ 2.050,00</b>

### ACTIVOS PERDURABLES

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE ACTIVOS PERDURABLES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Vehículo	\$12.000,00	\$12.000,00
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$12.000,00</b>

<b>GASTO PREOPERACIONAL</b>	
Bomba de motor de mochila	\$ 100,00
Bomba de motor	\$ 900,00
Muebles de oficina	\$ 200,00
Equipo de computo	\$ 850,00
Caja	\$ 200,00
Inventario de materia prima	\$ 320,00
Vehículo	\$ 12000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 14.570,00</b>

<b>ALQUILER DE TERRENO</b>	
Alquiler 4 hectáreas	\$ 1100
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1100</b>



Gastos Mantenimiento de Maquinaria	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
			<b>\$100,00</b>
1	Revisión	30	
1	Reparación de maquinaria	40	
1	Compra de repuestos de maquinaria	30	
Gastos Mantenimiento Vehículos			<b>\$50,00</b>
1	Alineación	15	
1	Control de motor	20	
3	Limpieza y mantenimiento	15	
Gastos Suministros de Comercialización			<b>\$50,00</b>
	Consumo telefónico	35	
	Sacos	15	
	Piolas	10	
	Envíos inesperados	10	
TOTAL			200.00

### ROL DE PAGO DE PERSONAL SUPERVISOR

GASTO ADMINISTRATIVO	TIEMPO	HORAS ANUALES	VALOR POR HORA	TOTAL
<b>SUPERVISOR</b>	HORAS TRABAJADAS	180	1,8	324

**BIENES PARA DEPRECIACIÓN**

<b>BIENES</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>VALOR DE ADQUISICION</b>	<b>%</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL 2011 EPG</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION EN BALANCE</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>						
Bomba de mochila JACTO	5	\$ 100,00	10	\$ 10,00	\$ 0,83	\$ 20,00
Bomba de motor	5	\$ 900,00	10	\$ 90,00	\$ 7,50	\$ 180,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>						
Muebles de oficina	5	\$ 200,00	10	\$20,00	\$ 1,67	\$ 40,00
Equipos de Computo	3	\$ 850,00	33,33	\$283,31	\$ 23,61	\$ 566,61
Vehículos	5	\$ 12.000,00	20	\$ 2.400,00	\$ 200,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.803,31</b>	<b>\$ 233,61</b>	<b>\$ 5.606,61</b>

**ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE LA FINCA LUPITA**

DETALLE	UNIDAD	CAT.	V. UNT.	V. T.	
<b>EGRESOS</b>					
<b>1. MATERIA PRIMA</b>					
Plantas	SEMILLA	6000	0,02	120	<b>120,00</b>
<b>2. MANO DE OBRA</b>					<b>1.575,36</b>
Personal encargado de preparación del suelo		180	1,8	324	
Personas encargadas de rozar		250	1,8	450	
Siembras de (plantas)	Horas / Trab/ Anuales	180	1,8	324	
Personal de malezas	Horas / Trab/ Anuales	190	1,8	342	
Personas encargadas del cultivo	Horas / Trab/ Anuales	660	1,88	135,36	
<b>3.COSTOS INDIRECTOS</b>					<b>350,00</b>
Mantenimiento de maquinaria	ANUAL	1	100	100	
Mantenimiento de vehículo			50	50	
Suministro de comercialización			50	50	
Gasto de producción	<b>ANUAL</b>			<b>200</b>	
Insumos	ANUAL	1	150	150	
<b>TOTAL EGRESOS</b>					<b>2.045,36</b>
<b>INGRESOS</b>					
<b>4. VENTAS</b>		560	10	5600	
<b>TOTAL INGRESOS</b>					<b>5.600,00</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>					<b>3.554.64</b>

**ANEXO DE MANO DE OBRA**

<b>MANO DE OBRA</b>					<b>1.575,36</b>
Personal encargado de preparación del suelo		180	1,8	324	
Personas encargadas de rozar		250	1,8	450	
Siembras de (plantas)	Horas / Trab/ Anuales	180	1,8	324	
Personal de malezas	Horas / Trab/ Anuales	190	1,8	342	
Personas encargadas del cultivo	Horas / Trab/ Anuales	660	1,88	135,36	

**ANEXO DE INSUMOS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Urea	6,00	35,00
Paracuat	15,00	30,00
Diuron	15,00	10,00
Fundas de Foliares de 500 gramos	22,00	27,00
Fundas de Raíz Plano	5,00	35,00
Pamarol	6,00	13,00
	<b>TOTAL</b>	<b>150,00</b>



## ANEXOS DE RATIOS FINANCIEROS

<b>PRODUCTIVIDAD</b>		
<b>1. Margen de Utilidad</b>		
Utilidad Neta	\$2.410,00	0,43
Ventas Netas	\$5.600,00	
<b>2. Margen de Utilidad Bruta</b>		
Utilidad Bruta	\$3.554,64	0,63
Ventas Netas	\$5.600,00	
<b>3. Utilidad de operación</b>		
Utilidad de Operación	\$3.030,64	0,54
Ventas Netas	\$5.600,00	
<b>ENDEUDAMIENTO</b>		
<b>1. Razón de Patrimonio a Pasivo</b>		
Patrimonio	\$6.483,39	1,81
Pasivo	\$3.580,00	
<b>3. Razón de Patrimonio a Activo</b>		
Patrimonio	\$6.483,39	0,64
Activo	\$10.063,39	
<b>4. Razón de Pasivo a Activo</b>		
Pasivo	\$3.580,00	0,35
Activo	\$10.063,59	
<b>6. Razón de cobertura de interés</b>		
Utilidad de operación	\$3.030,64	4,88
Gastos Financieros	\$620,52	
<b>7. Razón de cobertura del pasivo</b>		
Utilidad de operación	\$3.030,64	0,72
Gastos Financ.+ Pago Principal	\$4.200,52	
<b>RENTABILIDAD</b>		
<b>1. Rendimiento sobre el Patrimonio</b>		
Utilidad Neta	\$2.410,12	0,59
Capital	\$4.073,27	
<b>3. Rendimiento sobre la Inversión</b>		
Utilidad Neta	\$2.410,12	0,23
Activos Totales	\$10.063,39	

## ANEXO 6

### CORRESPONDIENTE AL BALANCE GENERAL DE LA PRODUCCIÓN DE LA YUCA FINCA LEONORCITA

#### ACTIVOS CORRIENTES

Cajas:

<b>Caja:</b> Dinero que posee el agricultor	<b>\$ 200</b>
<b>Caja chica:</b> Dinero que posee el agricultor como reserva	<b>\$ 100</b>

Bancos:

	<b>\$ 7.00</b>
Cuenta Corriente del Banco Bolivariano # 1011020111	\$400,00
Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco # 060203256524	\$300,00

#### INVENTARIO DE MATERIA PRIMA:

CANTIDAD DE SACOS DE YUCA	DETALLE DE INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	PRECIO UNITARIO POR SACO	PRECIO TOTAL
240	Yuca	\$ 12	\$ 2880
	<b>VALOR TOTAL MATERIA PRIMA</b>		<b>\$ 2880</b>

### INVENTARIO DE VEGETACIÓN:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIO DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
½	Urea	\$ 12,50	\$ 12,50
3	Paracuat	\$ 5,00	\$ 15,00
¼	Diuron	\$ 3,25	\$ 3,25
1	Fundas de Foliare de 500 gramos	\$ 4,00	\$ 4,00
11/2	Fundas de Raíz Plano	\$ 11,00	\$ 11,00
½	Pamarol	\$ 3,25	\$ 3,25
1	Frasco de sonoul	\$ 11,00	\$ 11,00
	<b>VALOR TOTAL MATERIA PRIMA</b>		<b>\$ 60,00</b>

### PASIVOS A LARGO PLAZO

Préstamos Bancarios:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE LOS PRESTAMOS BANCARIOS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Banco del Fomento	\$ 2000	\$ 2000
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$ 2000</b>



**TABLA DE AMORTIZACIÓN MEDIANTE CUOTAS FIJAS**

<b>N°</b>	<b>FECHA DE PAGO</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTER ES</b>	<b>ABONO AL CAPITAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
					2000,00
1	30/01/2011	119,03	40,00	79,03	1920,97
2	30/02/2011	117,49	38,42	79,07	1841,90
3	30/03/2011	117,49	36,84	80,65	1761,25
4	30/04/2011	117,49	35,22	82,27	1678,98
5	30/05/2011	117,49	33,58	83,91	1595,07
6	30/06/2011	117,49	31,90	85,59	1509,48
7	30/07/2011	117,49	30,19	87,30	1422,18
8	30/08/2011	117,49	28,44	89,05	1333,14
9	30/09/2011	117,49	26,66	90,83	1242,31
10	30/10/2011	117,49	24,85	92,64	1149,67
11	30/11/2011	117,49	22,99	94,50	1055,17
12	30/12/2011	117,49	21,10	96,39	958,78
13	30/01/2012	117,49	19,18	98,31	860,47
14	30/02/2012	117,49	17,21	100,28	760,19
15	30/03/2012	117,49	15,20	102,29	657,90
16	30/04/2012	117,49	13,16	214,97	442,93
17	30/05/2012	117,49	8,86	219,27	223,66
18	30/06/2012	117,49	4,47	223,66	0,00

### FIJOS DE PRECIABLES

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Bomba de mochila	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Bomba de motor	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Escritorio	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Calculadora	\$ 10,00	\$ 20,00
1	Silla	\$ 10,00	\$ 20,00
1	Computadora	\$ 600,00	\$ 600,00
	<b>VALOR TOTAL DE HERRAMIENTAS</b>		<b>1.380,00</b>

### ACTIVOS PERDURABLES

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE ACTIVOS PERDURABLES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Vehículo	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$ 6.000,00</b>

<b>GASTO PREOPERACIONAL</b>	
Bomba de mochila	\$ 80,00
Muebles de oficina	\$ 100,00
Caja	\$ 200,00
Inventario de materia prima	\$ 60,00
Vehículo	\$ 6.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 6440,00</b>

<b>ALQUILER DE TERRENO</b>	
Alquiler 1hectáreas	\$ 260
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 260</b>

<b>Gastos Mantenimiento de Maquinaria</b>	<b>Descripción</b>	<b>V.U</b>	<b>Valor Total</b>
			<b>\$50,00</b>
1	revisión	20	
1	reparación de maquinaria	15	
1	compra de repuestos de maquinaria	15	
<b>Gastos Mantenimiento Vehículos</b>			<b>\$30,00</b>
1	alineación	20	
3	limpieza y mantenimiento	10	
<b>Gastos Suministros de Comercialización</b>			<b>\$30,00</b>
	consumo telefónico	10	
	sacos	10	
	Piolas	10	
Total			<b>\$110,00</b>

### **ROL DE PAGO DE PERSONAL SUPERVISOR**

<b>GASTO ADMINISTRATIVO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>HORAS ANUALES</b>	<b>VALOR POR HORA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>SUPERVISOR</b>	HORAS TRABAJADAS	120	1,8	216

<b>BIENES PARA DEPRECIACION</b>						
<b>BIENES</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>VALOR DE ADQUISICION</b>	<b>%</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL 2011 EPG</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION EN BALANCE</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>						
Bomba de mochila JACTO	5	\$ 100,00	10	\$ 10,00	\$ 0,83	\$ 20,00
Bomba de motor	5	\$ 900,00	10	\$ 90,00	\$ 7,50	\$ 180,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>						
Muebles de oficina	5	\$ 200,00	10	\$ 20,00	\$ 1,67	\$ 40,00
Equipos de Computo	3	\$ 850,00	33,33	\$ 283,31	\$ 23,61	\$ 566,61
Vehículos	5	\$ 12.000,00	20	\$ 2.400,00	200,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.803,31</b>	<b>\$ 233,61</b>	<b>\$ 5.606,61</b>

## ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE LA FINCA LEONORCITA

DETALLE	UNIDAD	CAT.	V. UNT.	V. T.
<b>EGRESOS</b>				
1. MATERIA PRIMA				40,00
PLANTAS	SEMILLA	2000	0,02	
<b>SUBTOTAL</b>				<b>40,00</b>
2. MANO DE OBRA				
personal encargado de preparación del suelo		120	1,8	216,00
PERSONAS ENCARGADAS DE ROZAR		80	1,8	144,00
SIEMBRAS DE (PLANTAS)	Horas / Trab/ Anuales	40	1,8	72,00
personal de malezas	Horas / Trab/ Anuales	40	1,8	72,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>504,00</b>
COSTOS INDIRECTOS				
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	ANUAL	1		50,00
MANTENIMIENTO DE VEHICULO				30,00
GASTO SUMINISTRO DE COMERCIALIZ				30,00
<b>GASTO DE PRODUCCION</b>	<b>ANUAL</b>	<b>15</b>		<b>110,00</b>
INSUMOS	ANUAL	1		30,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>140,00</b>
TOTAL EGRESOS				684,00
INGRESOS				
4. VENTAS		240	12	2.880,00
TOTAL INGRESOS				<b>2.880,00</b>
UTILIDAD NETA				<b>2.196,00</b>

### ANEXO DE MANO DE OBRA

MANO DE OBRA				
Personal encargado de preparación del suelo		120	1,8	216,00
Personas encargadas de rozar		80	1,8	144,00
Siembras de (plantas)	Horas / Trab/ Anuales	40	1,8	72,00
Personal de malezas	Horas / Trab/ Anuales	40	1,8	72,00
<b>TOTAL</b>				<b>504,00</b>

### ANEXO DE INSUMOS

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Urea	6,00	6,00
Diuron	15,00	15,00
Fundas de Raíz Plano	5,00	5,00
Pamarol	6,00	4,00
	TOTAL	30,00



## ANEXOS DE RATIOS FINANCIEROS

<b>PRODUCTIVIDAD</b>		
<b>1. Margen de Utilidad</b>		
Utilidad Neta	\$1.421,72	0,49
Ventas Netas	\$2.880,00	
<b>2. Margen de Utilidad Bruta</b>		
Utilidad Bruta	\$2.196,00	0,76
Ventas Netas	\$2.880,00	
<b>3. Utilidad de operación</b>		
Utilidad de Operación	\$1.870,00	0,65
Ventas Netas	\$2.880,00	

<b>ENDEUDAMIENTO</b>		
<b>1. Razón de Patrimonio a Pasivo</b>		
Patrimonio	\$3.484,04	1,74
Pasivo	\$2.000,00	
<b>3. Razón de Patrimonio a Activo</b>		
Patrimonio	\$3.484,04	0,64
Activo	\$5.484,04	
<b>4. Razón de Pasivo a Activo</b>		
Pasivo	\$2.000,00	0,36
Activo	\$5.484,04	
<b>6. Razón de cobertura de interés</b>		
Utilidad de operación	\$1.870,00	4,17
Gastos Financieros	\$448,28	
<b>7. Razón de cobertura del pasivo</b>		
Utilidad de operación	\$1.870,00	0,76
Gastos Financ.+ Pago Principal	\$2.448,28	

<b>RENTABILIDAD</b>		
<b>1. Rendimiento sobre el Patrimonio</b>		
Utilidad Neta	\$1.421,72	0,69
Capital	\$2.062,32	
<b>3. Rendimiento sobre la Inversión</b>		
Utilidad Neta	\$1.421,72	0,26
Activos Totales	\$5.484,04	