

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS
DISTRIBUIDORAS DE MAÍZ Y SU RELACIÓN CON LA
ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE
COTOPAXI AÑO 2011”.**

**Tesis presentada previa la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad
y Auditoría CPA.**

AUTORA:

Pérez Proaño Jessica Johanna

DIRECTORA:

Ing.Oña Sinchiguano Brenda Elizabeth

La Maná - Ecuador

Junio - 2015

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación "**Comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2011**" son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Pérez Proaño Jessica Johanna

C.I:120582521-7

AVAL DE LA DIRECTORA DE TESIS

En calidad de Directora de Tesis bajo el Título: **“Comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2011”**, Pérez Proaño Jessica Johanna, Egresada de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, considero que el presente informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos- técnicos suficiente para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Junio, 2015

Ing. Oña Sinchiguano Brenda Elizabeth

DIRECTORA 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 Pérez Proaño Jessica Johanna, con el título de tesis: **“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS DISTRIBUIDORAS DE MAÍZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, 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, Junio 2015

Para constancia firman:

Ing. Viviana Cando
PRESIDENTA

Dra. Vizquete Achig Marcela
OPOSITOR

Ing. Ángel Villarroel
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis agradecer a Dios por darme la capacidad y la vida y salud para salir adelante a mi abuelita porque asido mi apoyo incondicional para llegar hasta donde he llegado por hacer realidad este sueño anhelado.

A mi Directora de tesis la Ing. Brenda Oña, con su apoyo, y dedicación, y sus conocimientos, experiencia, paciencia guiándome en la elaboración del presente trabajo investigativo con su esfuerzo y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, la cual abre sus puertas para prepararnos a un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi Dios porque ha estado en cada momento conmigo para lograr mis objetivos y su infinita bondad y amor. A mi abuelita y tíos que han sido el pilar fundamental en mi vida con su afán y sacrificio y apoyo incondicional han logrado que termine mi etapa estudiantil .

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por haberme abierto las puertas y formarme como profesional.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
La Maná -Ecuador

TEMA: "COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS DISTRIBUIDORAS DE MAÍZ Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011".

Autora:

Pérez Proaño Jessica Johanna

RESUMEN

La presente investigación permitió determinar la comercialización y rentabilidad que se genera en las grandes, medianas y pequeñas empresas distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná en el año 2011, el estudio bibliográfico se centra en la metodología de un estudio económico financiero de este sector, en la recopilación de la información fue necesario la utilización de las técnicas, como la encuesta dirigida a los consumidores y dueños de las distribuidoras; mediante la investigación se determinó que en el ciento por ciento de las empresas no se lleva un control adecuado de la gestión económica y financiera por parte de los propietarios de los negocios, debido a la carencia de cultura contable. Mediante el análisis de la comercialización y la rentabilidad de las distribuidoras de maíz se obtuvieron los siguientes resultados: tasa interna de retorno TIR de **65%, 42%, 34%** y un valor actual neto de **\$ 55.544,33, \$59.340,09, \$36.422,08**, cuya información es clara, precisa y confiable; la que permite una adecuada toma de decisiones financieras y comercialización de maíz.

DESCRIPTORES: Comercialización y rentabilidad maíz



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

**ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE AND HUMANISTIC
SCIENCES**

La Maná -Ecuador

**TEMA: "MARKETING AND PROFITABILITY OF THE CORN
DISTRIBUTORS AND ITS RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF
LA MANÁ CANTON ,COTOPAXI PROVINCE, 2011".**

Autora:

Pérez Proaño Jessica Johanna

ABSTRACT

The present investigation established the marketing and profitability generated in large, medium and small distributors of corn and its relationship to the economy of La Maná canton in 2011, the bibliographic study focuses on the methodology of an economic - financial study of this sector, in gathering information was necessary the use the necessary techniques as the survey for consumers and owners of the distributors; through research it was possible to determine that all the companies don not have an adequate control of economic and financial management by the business owners, due to lack of accounting culture. By marketing and profitability analysis of corn distribution the following results were gotten: internal rate of return IRR of 65%,42%, 34% and a net present value of \$55.544,33, \$59.340,09, \$36.422,08, that information is clear, accurate and reliable; which enables appropriate financial decision making and marketing of corn.

DESCRIPTORES: Marketing and Corn Profitability.



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: Pérez Proaño Jessica Johanna cuyo título versa **“Comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, 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, Junio 2015

Atentamente

Lic. Sebastián Fernando Ramón Amores.

DOCENTE

C.I. 050301668-5

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Nº.	CONTENIDO	PÁGINA
	PORTADA	
	AUTORÍA	ii
	AVAL DEL DIRECTOR TESIS	iii
	APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
	AGRADECIMIENTO	v
	DEDICATORIA.	vi
	RESUMEN	vii
	ABSTRACTO	viii
	CERTIFICADO DE IDIOMAS	ix
	ÍNDICE DE CONTENIDOS	x
	ÍNDICES DE CUADROS	xvi
	ÍNDICES DE GRÁFICOS	xvii
	ÍNDICE DE TABLAS	xix
	INTRODUCCIÓN	1-2
1	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	3
21.1.	Antecedentes investigativos	3
1.2	Categorías fundamentales	4
1.3	Marco teórico	5
1.3.1	Gestión administrativa y financiera	5
1.3.1.1	Concepto	5
1.3.1.2	Propósito de la Gestión Administrativa	5
1.3.1.3	Control de gestión	6
1.3.1.4	Objetivos de control de gestión	7
1.3.1.5	Factores que afecta control de gestión	7
1.3.2	Gestión empresarial	8
1.3.2.1	Funciones de la gestión financiera	8
1.3.2.2	Concepto de PYMES	10
1.3.2.3	Importancia PYMES	11
1.3.3	Contabilidad comercial	11

N°-	CONTENIDO	PÁGINA
1.3.3.1	Concepto	11
1.3.3.2	Importancia	12
1.3.3.3	Plan de cuentas	12
1.3.3.3.1	Importancia del plan de cuentas	13
1.3.3.3.2	Modelo del plan de cuentas	13
1.3.3.4	Estado de situación inicial	16
1.3.3.4.1	Elementos del estado de situación inicial	16
1.3.3.4.2	Modelo del estado de situación inicial	17
1.3.3.5	Estado de pérdidas y ganancias	18
1.3.3.5.1	Elementos de estado de pérdidas y ganancias	19
1.3.3.5.2	Modelo del estado de pérdidas y ganancias	19
1.3.3.6	Balance general	20
1.3.3.6.1	Elementos del balance general	21
1.3.3.6.2	Modelo del balance general	21
1.3.4	Comercialización	22
1.3.4.1	Concepto	22
1.3.4.2	Canales de comercialización	22
1.3.4.3	Canales directos	23
1.3.4.4	Canales indirectos	23
1.3.4.5	Distribución de la comercialización	24
1.3.5	Rentabilidad	28
1.3.5.1	Concepto	28
1.3.5.2	Ratio financiero	28
1.3.5.3	Índice liquidez	29
1.3.5.4	Índice endeudamiento	30
1.3.5.5	Índice productividad	32
1.3.5.6	Índice rentabilidad	33
1.3.5.7	Valor actual neto	33
1.3.5.8	Tasa interna de retorno	34
1.3.6	Distribuidora de maíz	35
1.3.6.1	Concepto de maíz	35
1.3.6.2	Importancia del maíz	35
1.3.6.3	Origen del maíz	36

N°-	CONTENIDO	PÁGINA
1.3.6.4.	Variedades de maíz	36
1.3.7.	Economía	37
1.3.7.1.	Concepto	37
1.3.7.2	Importancia de la economía	38
1.3.7.3	Objetivos de la economía	38
1.3.7.4	Clasificación de tipos de economía	39
1.3.7.5	Microeconomía	40
1.3.7.6	Indicadores micro	40
1.3.7.7	Teoría de la producción	41
1.3.7.8	Teoría del consumidor	41
1.3.7.9	Tipos de análisis microeconomía	42
1.3.7.10	Elementos microeconomía	42
2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN RESULTADOS	44
2.1.	Breve caracterización del objeto de estudio	44
2.1.1	Metodología empleada	46
2.1.2	Preguntas científicas	46
2.1.3	Metodología	47
2.1.4	Población de estudio	47
2.1.5	Métodos y técnicas a ser empleadas	48
2.2	Análisis e interpretación	50
2.2.1	Encuestas a los consumidores de la distribuidoras	50
2.2.2	Encuesta a los propietarios de las distribuidoras	60
2.3	Conclusiones	70
2.4	Justificación	70
2.5	Objetivos	71
2.5.1	Objetivo de general	71
2.5.2	Objetivo Especifico	71
3	APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	72
3.1	Distribuidora La Unión	72
3.1.1	Análisis FODA	73
3.1.1.2	Flujo grama de proceso contable La Unión	74
3.1.1.3	Estado de situación inicial	75
3.1.1.4	Estado de pérdidas y ganancias	76

N°-	CONTENIDO	PÁGINA
3.1.1.4.1	Cálculo de costo de venta	77
3.1.1.4.2	Cálculo venta	77
3.1.1.5	Balance general	78
3.1.1.5.1	Calculo de depreciación método línea recta	80
3.1.1.6	Flujo de caja Distribuidora La Unión	81
3.1.2	Análisis e indicadores financieros La Unión	82
3.1.2.2	Índices de liquidez	82
3.1.2.3	Índices de endeudamiento	83
3.1.2.4	Índices de productividad	85
3.1.2.5	Índices de rentabilidad	86
3.1.2.6	Valor actual neto (VAN)	87
3.1.2.7	Tasa interna de retorno (TIR)	88
3.1.3	Comercialización	89
3.1.3.1	Tipo de canales comercialización	89
3.1.3.2	Flujograma de Distribución Unión	90
3.1.3.3	Actividades de Distribuidora La Unión	91
3.1.3.4	Imagen corporativa La Unión	91
3.1.3.5	Ubicación geográfica La Unión	91
3.1.3.6	Distribuidora de Planta La Unión	92
3.1.3.7	Informe rentable	93
3.2	Distribuidora Erick	95
3.2.1	Análisis FODA	96
3.2.1.1	Flujograma proceso contable	97
3.2.1.2	Estado de situación inicial	98
3.2.1.3	Estado de pérdidas y ganancias	99
3.2.1.3.1	Cálculo de costo de venta	100
3.2.2.3.2	Cálculo de venta	100
3.2.2.4	Balance general	101
3.2.2.4.1	Cálculo de depreciación método línea recta	103
3.2.2.5	Estado de flujo de efectivo Distribuidora la Erick	104
3.2.2	Análisis de indicadores financieros Erick	105
3.2.2.1	Índices de liquidez	105
3.2.2.2	Índice de endeudamiento	106

N°-	CONTENIDO	PÁGINA
3.2.2.3	Índices de productividad	107
3.2.2.4	Índices de rentabilidad	108
3.2.3.5	Valor actual neto (VAN)	109
3.2.3.6	Tasa interna de retorno (TIR)	109
3.2.3	Tipo de canales de Distribuidora Erick	110
3.2.3.1	Flujograma de distribución Erick	111
3.2.3.2	Actividad de distribución Erick	112
3.2.3.3	Imagen corporativa Erick	112
3.2.3.4	Ubicación geográfica Erick	112
3.2.3.5	Distribuidora de Planta Erick.	113
3.2.3.6	Informe rentable	114
3.3	Distribuidora Kelvin	116
3.3.1	Análisis FODA	117
3.3.1.2	Flujograma de proceso contable	118
3.3.1.3	Estado de situación inicial	119
3.3.1.4	Estado de pérdidas y ganancias	120
3.3.1.4.1	Cálculo de costo de venta	121
3.3.1.4.2	Cálculo venta	121
3.3.1.5	Balance general	122
3.3.1.5.1	Cálculo de depreciación método línea recta	124
3.3.3.6	Flujo de caja Distribuidora Kelvin	125
3.3.2	Análisis de flujo de Distribuidora Kelvin	126
3.3.2.1	Índices de liquidez	126
3.3.2.2	Índices de endeudamiento	127
3.3.2.3	Índices de productividad	128
3.3.2.4	Índices de rentabilidad	129
3.3.2.5	Valor actual neto	130
3.3.2.6	Tasa interna de retorno	130
3.3.3	Tipo canales comercialización Distribuidora Kelvin	131
3.3.3.1	Flujo grama de la distribuidora Kelvin	132
3.3.3.2	Actividad de distribución Kelvin	132
3.3.3.3	Imagen corporativa Kelvin	133
3.3.3.4	Ubicación geográfica Kelvin	133

N°-	CONTENIDO	PÁGINA
3.3.3.5	Distribuidora de planta Kelvin	134
3.3.3.6	Informe de rentabilidad	135
3.4	Impactó ambiental de Distribuidora de Maíz	137
4	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
4.1	Conclusiones	138
4.2	Recomendaciones	139
5	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICOS	
5.1.	Bibliografías	
5.2	Textos electrónicos	
6	ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
Cuadro N°- 1	Modelo de plan de cuentas	13
Cuadro N°-2	Modelo de estado de situación inicial	17
Cuadro N°- 3	Modelo de estado de pérdidas y ganancias	19
Cuadro N°- 4	Modelo del balance general	21
Cuadro N°-5	Población universo	47
Cuadro N°- 6	Análisis FODA	73
Cuadro N°- 7	Calculo de costo de venta	77
Cuadro N°- 8	Calculo de venta	77
Cuadro N°- 9	Análisis FODA	96
Cuadro N°-10	Calculo de costo de venta	100
Cuadro N°-11	Calculo de venta	100
Cuadro N°-12	Análisis FODA	117
Cuadro N°-13	Calculo de costo de venta	121
Cuadro N°-14	Calculo de venta	121

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N°- 1	Categoría fundamental	4
Gráfico N°- 2	Consume	50
Gráfico N°- 3	Frecuencia comprar	51
Gráfico N°- 4	Precio	52
Gráfico N°- 5	Compra	53
Gráfico N°- 6	Tiempo	54
Gráfico N°- 7	Maíz	55
Gráfico N°- 8	Tipos de maíz	56
Gráfico N°- 9	Servicios	57
Gráfico N°-10	Domicilio	58
Gráfico N°-11	Califica	59
Gráfico N°-12	Funcionamiento	60
Gráfico N°-13	Empleado	61
Gráfico N°-14	Zona	62
Gráfico N°-15	Canales	63
Gráfico N°-16	Clientes	64
Gráfico N°-17	Comercializar	65
Gráfico N°-18	Volumen	66
Gráfico N°-19	Utilidad	67
Gráfico N°-20	Rentabilidad	68
Gráfico N°-21	Distribuidoras y clientes	69
Gráfico N°-22	Flujograma proceso contable Distribuidora Unión	74
Gráfico N°-23	Flujograma de distribución La Unión	90
Gráfico N°-24	Imagen corporativa La Unión	91
Gráfico N°-25	Ubicación geográfica La Unión	91
Gráfico N°-26	Distribuidora de Planta La Unión	92
Gráfico N°-27	Flujograma proceso contable Distribuidora Erick	97
Gráfico N°-28	Flujograma Distribución Erick	111
Gráfico N°-29	Imagen corporativa Erick	112
Gráfico N°-30	Ubicación geográfica Erick	113
Gráfico N°-31	Distribuidora de Planta Erick	118

Gráfico N°-32	Flujograma proceso contable Distribuidora Kelvin	118
Gráfico N°-33	Flujograma de Distribución Kelvin	132
Gráfico N°-34	Imagen corporativa Kelvin	133
Gráfico N°-35	Ubicación geográfica Kelvin	133
Gráfico N°36	Distribuidora de Planta Kelvin	134

ÍNDICES DE TABLAS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
Tablas Nº- 1	Consumo	50
Tablas Nº- 2	Frecuenta comprar	51
Tablas Nº- 3	Precio	52
Tablas Nº- 4	Compra	53
Tablas Nº- 5	Tiempo	54
Tablas Nº- 6	Maíz	55
Tablas Nº- 7	Tipos de maíz	56
Tablas Nº- 8	Servicio	57
Tablas Nº- 9	Domicilio	58
Tablas Nº-10	Califica	59
Tablas Nº- 11	Funcionamiento	60
Tablas Nº- 12	Empleados	61
Tablas Nº- 13	Zona	62
Tablas Nº- 14	Canales	63
Tablas Nº- 15	Clientes	64
Tablas Nº- 16	Comercializar	65
Tablas Nº- 17	Volumen	66
Tablas Nº- 18	Utilidad	67
Tablas Nº- 19	Rentabilidad	68
Tablas Nº- 20	Distribuidora y clientes	69

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad determinar la comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2011.

El problema es el desconocimiento acerca de la comercialización y rentabilidad en las distribuidoras de maíz, que tiene como resultado una inadecuada toma de decisiones.

Para la realización del análisis e interpretación de resultados de la investigación se utilizó el soporte tecnológico en la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos, lo que permite arribar a conclusiones acerca de la comercialización y rentabilidad de maíz.

En el **CAPÍTULO I** se abordan los fundamentos teóricos del objeto de investigación a partir de la consulta a varios autores relacionados al trabajo investigativo y se presentan las siguientes categorías: gestión administrativa y financiera, gestión empresarial, contabilidad comercial, comercialización, rentabilidad, distribuidora de maíz y economía las cuales ayudan a la comprensión del tema.

En el **CAPÍTULO II** se presenta la metodología de investigación y los resultados del análisis e interpretación de los datos obtenidos en el trabajo de campo con la aplicación de encuestas a los consumidores y dueños de las distribuidoras de maíz y la tabulación de datos y arribar a conclusiones.

En el **CAPÍTULO III** se presenta el estudio de rentabilidad, como propuesta de solución al problema, y los resultados de los estados financieros de las empresas comercializadoras de maíz La Unión, Erick y Kelvin a partir del análisis e interpretación de los estados financieros de las tres distribuidoras dedicadas a la misma actividad económica se arriba a conclusiones.

Finalmente se emiten las conclusiones y las recomendaciones de la investigación, se reflejan las referencias bibliográficas y los respectivos anexos que complementan la investigación realizada.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes investigativos

Los antecedentes que se describen a continuación presentan una relación directa con el tema del presente trabajo de investigación.

Análisis sobre comercialización y rentabilidad de los centros de acopio minoristas de maíz, arroz y soya en la zona norte de la provincia Los Ríos 2009. De los Señores: Cabezas Gustavo, Moreira Olcen.

La referida investigación se orienta a conocer la capacidad del almacenamiento de las comercializadoras y centros de acopio de la zona sur de la Provincia de Los Ríos y determinar el volumen de la compra de maíz, de las comercializadoras y centros de acopio, mediante las encuestas, de algunos sitios antes mencionados además del comercio de gramíneas, actividades económicas con otros productos agrícolas, de los cuales se detecta las variables más importantes que son estudiadas, además se valora la infraestructura y maquinaria para el secado y almacenamiento del grano, las actividades crediticias emprendidas y los mercados de destino de la producción .

Comercialización y rentabilidad y causas de la falta de crédito por parte de las instituciones financieras provinciales para la producción y comercialización del maíz en el cantón Pindal, provincia de Loja en el periodo enero a mayo del 2006. De los señores: Sarita Sánchez, Mónica Sánchez, Gloria Tinitana.

La referida investigación se orienta a determinar la comercialización y rentabilidad las instituciones financieras coinciden en que se debería otorgar créditos los agricultores, ya que tienen muchas necesidades y bastante pobreza y que ningún organismo se ha preocupado por estos sectores, la mayor parte de las instituciones financieras no cuentan con planes y proyectos de créditos y financiamiento, para ayudar a los agricultores del cantón Pindal, de la provincia de Loja; las instituciones financieras no tienen interés en ayudar a los agricultores Pindaleños, ya que no se consideran aptos para los créditos ya sea por la falta de garantía o por el desconocimiento de las actividades que realizan en cuanto a la producción y comercialización y rentabilidad de maíz.

Los dos antecedentes aportan elementos esenciales que serán tomados en cuenta en la investigación que se realiza.

1.2. Categorías fundamentales

GRÁFICO N°.1



Elaborado por : Perez Proaño Jessica Johanna

1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1 Gestión administrativa y financiera

1.3.1.1 Concepto

VAN HORNE James, 2010: La gestión financiera se encarga de la eficiente administración del capital de trabajo dentro de un equilibrio de los criterios de riesgo y rentabilidad; además de orientar la estrategia financiera para garantizar la disponibilidad de fuentes de financiación y proporcionar el debido registro de las operaciones como herramientas de control de la gestión de la empresa.

VAN HORNE James, WACHOWICZ John, 2009: La gestión a nivel administrativo consiste en brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros.

Por su naturaleza la gestión administrativa y financiera, a partir de las definiciones abordadas, ubica en el centro de su atención aspectos que deben ser considerados en un estudio de comercialización y rentabilidad, entre los cuales se encuentran: administración del capital de trabajo, estrategia financiera y registro de las operaciones.

1.3.1.2 Propósitos de la gestión administrativa y financiera

GITMAN Lawrence J, ZUTTER Chad, 2012: La gestión administrativa y financiera da soporte en la planificación y control de las actividades empresariales y gestionar el sistema de información contable para detectar y anticipar las necesidades de la empresa y satisfacer en forma eficiente y analizar desde el punto de vista administrativo las decisiones de la empresa en inversiones comerciales, precios de los productos y presupuestos.

BESLEY Scott, BRIGHAM Eugene, 2010: La administración es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social simplifica el trabajo al establecer métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad en la productividad y eficiencia de cualquier empresa están en relación directa con la aplicación de una buena administración.

Se puede considerar que el propósito de la gestión administrativa y financiera es la optimización de la planificación y el control de las actividades empresariales vinculadas con el sistema de información contable para alcanzar los objetivos de la empresa aspectos asociados a la rentabilidad

1.3.1.3 Control de gestión.

VELAZQUEZ Gustavo, 2008: El control de gestión es un proceso que sirve para guiar la gestión empresarial hacia los objetivos de la organización es decir el control debe servir de modelo para alcanzar eficazmente los objetivos planteados con el mejor uso de los recursos disponibles técnicos humanos, financieros.

BESLEY Scott, BRIGHAM Eugene, 2010: El control de gestión presenta un diagnóstico o análisis que permite entender las causas que condicionan el comportamiento de los sistemas físicos además posibilita determinar los vínculos variables técnico-organizativos y sociales con el resultado económico que presenta la empresa siendo un punto de partida para el mejoramiento de los estándares. También permite realizar el control para determinar si los resultados satisfacen los objetivos planteados.

El control de gestión es un proceso que permite regular la actividad económica de la empresa y por consiguiente establecer los instrumentos para evaluar la gestión administrativa y financiera y sus resultados.

1.3.1.4 Objetivos del control de gestión

VILLACIS José, 2009: Atribuir responsabilidades a los diferentes empleados mediante el establecimiento de objetivos y su posterior cumplimiento, controlar la evolución de la empresa desde un punto de vista de valores económicos e indicadores de gestión o establecer un sistema de planificación estratégica en la empresa a largo plazo.

VELASQUEZ Gustavo, 2008: Los objetivos más importantes del control de gestión:

- Optimizar el funcionamiento interno del sistema de información de la organización.
- Desarrollar el sistema de control mediante una evaluación de control de gestión.
- Medir la eficacia en la gestión de las estructuras jerárquicas y funcionales de la empresa.

Los objetivos de control de gestión orientan toda la actividad de la empresa en tanto permiten el funcionamiento interno del sistema de información de la organización, desarrollar el sistema de control mediante una evaluación de control de gestión y medir la eficacia en la gestión de las estructuras jerárquicas y funcionales de la empresa, así como evaluar integrante la rentabilidad.

1.3.1.5 Factores que afectan el control de gestión

VELASQUEZ Gustavo, 2008: Factor Internos. El sistema de organización jerárquica de la empresa un organigrama funcional la forma de dirigir la organización de los propietarios el sistema de información que maneje la organización. Factores Externos. La competencia externa que obliga a la utilización de nuevas tecnologías para promocionar los productos.

VILLACIS José, 2009: Los factores del control de gestión son controles internos incorporados dentro de los sistemas contables computarizados de prevención y detección de fraude o error exactitud e integridad de los registros contables y la preparación de la información financiera confiable.

Los factores de control de gestión es importante para regular los procesos internos y su eficiencia en la empresa para establecer las estrategias a seguir para lograr una mayor comercialización y rentabilidad.

1.3.2 Gestión empresarial

1.3.2.1 Funciones de la gestión financiera

- *Planeación*

BESLEY Scott, BRIGHAM Eugene, 2010: La planeación consiste en fijar el curso de acción a seguirse estableciendo los principios que habrán de orientarlo la necesidad de operaciones para realizarlo y la determinada de tiempos y números necesarios para su realización y un plan de análisis detallado de marketing.

VILLACIS Pepe, 2008: La planificación es una palabra que da idea de cómo organizar una actividad cualquiera y después del análisis de varios enfoques que recoge la literatura puede plantearse en su sentido más general la preparación de un conjunto de decisiones una acción con respecto a la actividad en el futuro basado en la investigación.

La planificación es una actividad mediante la cual la empresa establece sus objetivos o estrategias y políticas organizacionales a corto y mediano plazo, y se fijan las actividades que pueda hacer en un periodo de tiempo determinado con la respectiva asignación de costos de planeación.

- *Organización*

CHIAVENATO Adalberto, 2008: Es la organización de la gestión empresarial administrativa como el trabajo mediante el cual un director ordena y coordina las tareas a realizar de modo que se cumplan con la máxima eficacia.

COUTER Mary, PHILIP Sthepen, 2008: Las empresas pymes deben diseñar una organización de marketing, capaces de poner en práctica sus estrategias y sus planes si se trata de una empresa pequeña con una persona podría bastar para llevar a cabo toda la investigación tareas comerciales atender al cliente con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

La organización es una función importante de la gestión que permite a las empresas estructurar las actividades fundamentales, ordenarlas y determinar la manera en que cada persona o equipo participa de la gestión, en función de cumplir los objetivos de la empresariales.

- *Ejecución*

VILLACIS Pepe, 2008: La ejecución es el proceso administrativo llamada también dirección o liderazgo es una función de tal trascendencia que algunos autores consideran que la administración y la dirección son una misma cosa.

VELÁSQUEZ Mástreta Gustavo, 2009: La ejecución pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización. A través de ella se logran las formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional.

La ejecución permite establecer la dinámica de los procesos de la empresa y es la que se constituye en el centro de la actividad empresarial porque permite hacer valer los métodos, procedimientos orientados a lograr las metas trazadas y la

consecución de los objetivos. Sin ejecución no hay comercialización ni rentabilidad posible.

- *Control*

CHIAVENATO Adalberto, 2008: El control es una etapa primordial en la administración de la empresa cuenta con magníficos planes una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que informe de los hechos van de acuerdo con los objetivos.

COUTER Mary, PHILIP Sthepen, 2008: El control administrativo es la medición del desempeño de lo ejecutado, comparándolo con los objetivos y metas fijados se detectan los desvíos y se toman las medidas necesarias para corregirlos. El control se realiza a nivel estratégico nivel táctico y a nivel operativo la organización entera es evaluada, mediante un sistema de control de gestión.

El control es la función que cierra el ciclo de la gestión y es la que permite comprobar el cumplimiento de los objetivos y metas empresariales, así como determinar la eficiencia de la comercialización y la rentabilidad.

1.3.2.2 Concepto de PYMES

CABALLERO Gonzalo, FREIJEIRO Ana Belén, 2008: 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 es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.

SCHNARCH Alejandro, SCHNARCH David, 2008: Pequeñas y Microeconomías (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 pequeñas su capacidad de operación de negocio hace una microempresa.

Las pequeñas y medianas empresas en la gestión micro empresarial son conocidas por sus siglas PYMES o empresa pequeña dedicada a una actividad económica en el área de producción o servicios la comercialización, las mismas que deben tener control administrativo y financiero para medir la rentabilidad.

1.3.2.3 Importancia de las PYMES

CABALLERO Gonzalo, FREIJEIRO Ana Belén, 2010: La importancia de la PYMES en la economía de un país es un hecho indispensable, más aún son analizadas las consecuencias de sus actividades empresariales en el desarrollo integral de una sociedad; las pequeñas microempresas constituyen el desarrollo económico.

VILLACIS José, 2009: Es importante ya que todos los miembros de la empresa posee en prácticas existe consagración al trabajo y una gran responsabilidad y obligaciones de la pequeña y grande empresa desarrollando en forma económica

Las PYMES son importantes porque ayudan a la producción de bienes y servicios, son la base de la producción y comercialización y dinamizan el desarrollo de los contextos.

1.3.3 Contabilidad comercial

1.3.3.1 Concepto

PRIETO Alejandro, 2011: Es una técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemáticamente y estructuradamente información financiera.

ROMERO Álvaro, 2010: La contabilidad financiera es la actividad de servicio cuya función es proveer información cuantitativa principalmente de naturaleza financiera acerca de las entidades económicas con el propósito de que sea útil para la toma de decisiones.

La contabilidad comercial es una técnica que se utiliza dentro de una empresa que facilita la toma de decisiones por parte de sus directivos, en tanto garantiza esencialmente el registro ordenado de las operaciones contables.

1.3.3.2 Importancia

ROMERO Álvaro, 2010: La importancia de contabilidad y las normas de información financiera nos pertinente recordar que la contabilidad tuvo su origen en el propósito de satisfacer las necesidades de control e información.

PRIETO Alejandro, 2011: La contabilidad comercial permite controlar todas las operaciones financieras realizadas en las entidades por último es objetivo de la contabilidad informar sobre los efectos que las operaciones practicadas han producido a las finanzas de la empresa

La contabilidad es una actividad de las empresas, la cual facilita la elaboración y presentación de los estados financieros a partir de la información derivada de las transacciones y tomar decisiones a futuro.

1.3.3.3 Plan de cuentas

ESPEJO Lupe, 2009: Plan de cuentas es una lista ordenada y pormenorizada de las cuentas que conforman el activo, pasivo, patrimonio, ingresos, costos y gastos de una empresa las mismas que se identifican con un código.

ZAPATA Sánchez Pedro, 2008: Plan de cuentas permite las agrupaciones de nuevas cuentas se complementa con un manual de cuentas que representa las instituciones financieras.

El plan de cuentas es un sistema contable que permite codificar las cuentas mediante la situación financiera (activos, pasivos, y patrimonio) es la situación económica (ingresos y gastos) para obtener información de manera rápida sobre las cuentas necesarias y flexibilidad de cada empresa.

1.3.3.3.1 Importancia de un plan de cuentas

De acuerdo con los criterios de ZAPATA Sánchez Pedro, 2008 y ESPEJO Lupe Beatriz, 2009, el plan de cuentas es un instrumento de consulta de suma importancia porque: permite presentar a la gerencia los estados financieros y estadísticos de importancia para la toma de decisiones y posibilitar un adecuado control, permite registrar las cuentas contables de la empresa en forma de listado o sistema automatizado y llevar un orden y control eficiente de los movimientos contables de la empresa, así como el reconocimiento de cada una de las cuentas que se encuentran codificadas según sea el tipo.

1.3.3.3.2 Modelo del plan de Cuentas

CUADRO N°-1

1	ACTIVOS
1.1	Activos corrientes
1.1.01	Activo disponible
1.1.01.01	Caja
1.1.01.02	Caja Chica
1.1.01.03	Bancos
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente Banco Bolivariano
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco
1.1.01.04	Clientes
1.1.01.04.01	Tienda Lorena
1.1.01.04.02	Tienda Rosita

1.1.01.04.03	Tienda Verito
1.1.01.05	Provisión Cuentas Incobrables
1.1.01.06	IVA pagado
1.1.01.07	Crédito tributario
1.1.02	Activo realizable
1.1.02.01	Inventario de Maíz
1.1.02.01.1	Maíz Amarillo
1.1.02.01.2	Maíz Blanco
1.1.02.01.3	Maíz Morochillo
1.2	Propiedad planta y equipo activo fijo no depreciable
1.2.01.01	Terreno
1.2.02	Activo fijo depreciable
1.2.02.01	Tableros
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros
1.2.02.03	Edificio
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio
1.2.02.05	Perchas
1.2.02.06	Depreciación acumulada de Perchas
1.2.02.07	Vitrinas
1.2.02.08	Depreciación acumulada de Vitrinas
1.2.02.09	Escritorio
1.2.02.10	Depreciación acumulada de Escritorio
1.2.02.11	Equipos de computo
1.2.02.12	Depreciación acumulada de equipos de computo
1.2.02.13	Vehículos
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos
1,3	OTROS ACTIVOS
1.3.01	Inversiones Permanentes
1.3.02	Gastos de Constitución
2	PASIVOS
2.1	Pasivos corrientes
2.1.01	Proveedores
2.1.01.01	Cuentas por pagar (ADPM)
2.1.02	Sueldos por pagar
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar
2.1.05	IVA retenido por pagar 30%
2.1.06	IVA retenido por pagar 70%
2.1.07	IVA retenido por pagar 100%
2.1.08	Retención en la fuente por pagar 1%
2.1.09	Retención en la fuente por pagar 2%
2.1.10	Retención en la fuente por pagar 8%
2.1.11	Retención en la fuente por pagar 10%
2.1.12	Provisión décimo tercer sueldo
2.1.13	Provisión décimo cuarto sueldo
2.1.14	Provisión fondos de reserva
2.1.15	Provisión vacaciones
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar

2.1.17	Impuesto a la renta por pagar
2.2	Pasivos no corrientes
2.2.01	Prestamos por pagar a largo plazo
2.2.02	Prestamos por pagar a corto plazo
2.2.03	Hipotecas por pagar
3	PATRIMONIO
3.1	Capital
3.1.01	Capital social
3.2	Reservas
3.2.01	Reserva legal
3.2.02	Reserva estatutaria
3.3	Resultados
3.3.01	Utilidad bruta en ventas
3.3.02	Utilidad y/o pérdida acumulada
3.3.03	Utilidad del ejercicio
3.3.04	Utilidad del ejercicio anterior
4	INGRESOS
4.1	Ingresos operacionales
4.1.01	Venta de maíz
4.2	Ingresos no operacionales
4.2.01	Comisiones ganadas
4.2.02	Intereses ganados
5	GASTOS OPERACIONALES
5.1	Gastos administrativos
5.1.01	Sueldos y salarios
5.1.02	Honorarios profesionales
5.1.03	Horas extras
5.1.04	Viáticos y gastos de viajes
5.1.05	Aporte patronal IESS
5.1.06	Décimo tercer sueldo
5.1.07	Décimo cuarto sueldo
5.1.08	Fondos de reserva
5.1.09	Vacaciones
5.1.10	Mantenimiento y reparación de activos fijos
5.1.11	Servicios básicos
5.1.12	Suministros y materiales de oficina
5.1.13	Aseo y limpieza
5.1.14	Transporte
5.1.15	Gasto depreciación
5.1.15.01	Depreciación de edificios
5.1.15.02	Depreciación de perchas
5.1.15.03	Depreciación de vitrinas
5.1.15.04	Depreciación de escritorio
5.1.15.05	Depreciación de equipos de computo
5.1.15.06	Depreciación de vehículos
5.2	Gastos de ventas
5.2.1	Publicidad
5.2.2	Lubricantes y combustibles

5.2.3	Suministros de comercialización
5.2.4	Mantenimiento de vehículos
5.3	Gastos financieros
5.3.1	Intereses pagados
5.4	Costos de mercaderías vendidas
5.4.1	Costos de ventas

Elaborado por : Pérez Proaño Jessica Johanna

1.3.3.4 Estado de situación inicial

GOXENS Antonio, GOXENS María Ángeles, 2008: El estado de situación inicial refleja la información financiera que dispone la empresa al comienzo del ejercicio económico, es decir muestra los activos pasivos y patrimonio en casos las empresa que funcionan por varios periodos del 31 de diciembre inicio del ejercicio contable .

POMBO Rey José, 2010: Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada a una fecha determinada y permite efectuar un análisis comparativo de la misma incluye activo, pasivo y capital.

El estado de situación inicial es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de la empresa en un momento, lo cual facilita la toma de decisiones en la comercialización.

1.3.3.4.1 Elementos del estado de situación inicial

ESPEJO Beatriz, 2009: Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los siguientes valores y cuentas, Nombre de la empresa, Fecha, Cuentas de Activos, Pasivos, Patrimonio y Firmas de Legalización y Responsables de la empresa o Contador.

GOXENS Antonio, GOXENS María Ángeles, 2008: Los siguientes elementos son:

- **Encabezado** .Nombre de la empresa ,Fecha
- **Texto. Activos.** Son todos los bienes que son de propiedad de la empresa y no está disponible para la venta
- **Pasivos.** Son todas las obligaciones que tiene la empresa con terceras personas.
- **Patrimonio.** Es el capital con el cual se inicia la empresa o es la aportación de sus socios.
- **Firmas de Legalización.** Gerente y Contador

Los elementos del estado de situación inicial es un informe financiero o estado contable que refleja la situación actual de la empresa en un momento determinado, relativo a las cuentas activo, pasivo y patrimonio y cada una de las subcuentas en la elaboración del ejercicio económico.

1.3.3.4.2 Modelo de estado de situación inicial

CUADRO N°2

EMPRESA XYZ			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
1 Enero del 2011			
1	ACTIVO		
1.1	ACTIVO CORRIENTE		Xxxx
1.1.01.01	Caja	xxxx	
1.1.01.02	Caja Chica	xxxx	
1.1.01.03	Bancos	xxxx	
1.1.02.01	Inventario	xxxx	
1.1.01.04	Clientes	xxxx	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		Xxxx
1.2.02.04	Tableros	xxxx	
1.2.02.05	(-) Depreciación Acumulada Tablero	xxxx	
1.2.02.06	Perchas	xxxx	
1.2.02.07	(-) Depreciación Acumulada Perchas	xxxx	
1.2.02.08	Escritorio	xxxx	
1.2.02.09	(-) Depreciación Acumulada Escritorio	xxxx	
1.2.02.10	Equipos de Computo	xxxx	

1.2.02.11	(-) Depreciación Acumulada Equipos de Computo	xxxx	
1.2.02.02	Edificios		xxxx
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios	xxxx	
1.2.02.12	Vehículos		xxxx
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehículos	xxxx	
	TOTAL DE ACTIVO		Xxxx
2	PASIVO		
2.1	PASIVO CORRIENTE		
2.1.01	Proveedores		xxxx
2.1.01.01	Cuentas por pagar	xxxx	
2.2.02	Préstamo Bancario a corto plazo		xxxx
	TOTAL PASIVO CORRIENTE		Xxxx
3	PATRIMONIO		Xxxx
3.1.01	Capital Social		
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		Xxxx
	GERENTE	CONTADOR	

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

1.3.3.5 Estado de Pérdidas y Ganancias

OCHOA Guadalupe, SALDIVAR del Ángel Roxana, 2012: El estado de resultado o de pérdidas y ganancias es un informe financiero que representa de manera ordenada y clasifica los ingresos generados, los costos y gastos incurridos por la empresa en un periodo determinado, la diferencia entre los ingresos y gastos constituye la utilidad o pérdida del ejercicio económico .

GOXENS Antonio, GOXENS María Ángeles, 2008: El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es el estado financiero que muestra la utilidad o pérdida obtenida en las operaciones prácticas de la empresa en un periodo determinado las operaciones de un negocio.

El estado de pérdidas y ganancias muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final ya sea ganancia o pérdida y posibilita la toma de decisiones.

1.3.3.5.1 Elementos del estado de pérdidas y ganancias

POMBO Rey José, 2010: Contendrá el nombre de la razón social el número de identificación el nombre del estado y periodo al que corresponde Ingresos y Gastos Firmas de legalización. En la parte inferior se insertan la firma y rúbrica del gerente o representante legal, contador.

GOXENS Antonio, GOXENS María Ángeles, 2008: Los siguientes elementos son:

- **Encabezado.** Nombre de la razón social, fecha
- **Texto.** Ingresos y gastos
- **Firmas de legalización.** Firma gerente y contador

Los elementos del estado de pérdidas y ganancias están formados por las siguientes cuentas de ingresos, gastos, participación a trabajadores y con las respectivas firmas del contador y del gerente de la empresa que la representa en forma legal.

1.3.3.5.2 Modelo de estados de pérdidas y ganancias

CUADRO N°-3

EMPRESA XYZ			
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS			
al 31de Diciembre del 2011			
4	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Ventas	Xxxx	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	Xxxx	
3.3.01	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		Xxxx
5	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	Gastos Administrativos		Xxxx
5.1.01	Gastos Sueldos de Empleados	Xxxx	
5.1.02	Gastos Honorarios Profesionales	Xxxx	
5.1.06	Gastos Décimo Tercer Sueldo	Xxxx	
5.1.07	Gastos Décimo Cuarto Sueldo	Xxxx	
5.1.09	Gastos Vacaciones	Xxxx	

5.1.15.03	Depreciación de Perchas	Xxxx	
5.1.15.04	Depreciación de Escritorio	Xxxx	
5.1.15.05	Depreciación de equipos de computo	Xxxx	
5.1.15.06	Depreciación de vehículos	Xxxx	
5.1.11	Gastos de Servicios Básico	Xxxx	
5.2	GASTOS DE VENTAS		Xxxx
5.2.1	Gastos Publicidad	Xxxx	
5.3	GASTOS FINANCIEROS		Xxxx
5.3.1	Gastos Intereses Pagados	Xxxx	
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		Xxxx
2.1.16	15% Utilidad para Trabajadores		Xxxx
	UTILIDAD DESPUES DE PARTIC. A LOS TRABAJADORES		Xxxx
2.1.17	25% DEL IMPUESTO A LA RENTA		Xxxx
	UTILIDAD DES. DE PARTICION AL FISCO		Xxxx
3.02.01	10% RESERVA LEGAL		Xxxx
3.3.03	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		Xxxx

Elaborado por: Pérez Proaño Jesica Johanna

1.3.3.6 Balance General

HUICOCHEA Alsina Emilio, 2010: Es un informe contable que representa ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio que determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado para la toma de decisiones de dicha empresa para así poder incrementar más sus ventas y obtener más ganancias para el beneficio de la empresa.

BRAVO Mercedes, UBIDIA Camita, 2008: El balance general es un estado financiero que demuestra la situación financiera de la empresa en un determinado periodo a través del activo y pasivo y patrimonio para la presentación de la información del balance general puede utilizarse los formatos en forma horizontal o vertical.

El balance general es un documento que muestra la situación financiera de una entidad económica a una fecha fija, el balance proporciona información sobre todas las actividades económicas de la empresa lo que facilita los procesos de planificación y organización de nuevas etapas de trabajo.

1.3.3.6.1 Elementos del balance general

ZAPATA Sánchez Pedro, 2008: El balance es la parte esencial que representa las cuentas de activo, pasivo y patrimonio distribuidas de tal manera que permita efectuar un análisis financiero preciso y las firmas de legalización.

GOXENS Antonio, GOXENS María Ángeles, 2008: Los elementos del estado general.

- **Encabezado** .Nombre de la entidad financiera y fecha del periodo.
- **Texto.** Activo, pasivo y patrimonio la utilidad del ejercicio contable.
- **Firmas de legalización.** Firma de gerente de la empresa y del contador.

Los elementos del balance general está conformado por el estado de situación inicial mediante activo, pasivo y patrimonio y sub cuentas de la empresa donde luego son firmadas con sus respectivas firmas legales del contador y gerente de la empresa.

1.3.3.6.2 Modelo de balance general

CUADRO N°4

EMPRESA XYZ			
BALANCE GENERAL			
1 al 31 de Diciembre del 2011			
1	ACTIVO		
1.1	ACTIVO CORRIENTE		
1.1.01.01	Caja	xxxx	Xxxx
1.1.01.02	Caja Chica	xxxx	
1.1.01.03	Bancos	xxxx	
1.1.02.01	Inventario de Maíz	xxxx	
1.1.01.04	Clientes	xxxx	
1.1.01.05	Provisión para Cuentas Incobrables	xxxx	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		Xxxx
1.2.02.10	Equipos de Computación	xxxx	
1.2.02.11	(-) Depreciación Acum.Equipos Computo	xxxx	
1.2.02.02	Edificios	xxxx	
1.2.02.03	(-) Depreciación Acumulada Edificios	xxxx	
1.2.02.12	Vehículos	xxxx	
1.2.02.13	(-) Depreciación Acumulada Vehículos	xxxx	

	TOTAL DE ACTIVOS		Xxxx
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTE		Xxxx
2.1.01	Proveedores		xxxx
2.1.01.01	Cuentas por pagar	xxxx	
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar		xxxx
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar		xxxx
2.1.08	Retenciones en la fuente por pagar 1 %		xxxx
	TOTAL DEL PASIVO		Xxxx
3	PATRIMONIO		Xxxx
3.1.01	Capital Social		xxxx
3.2.01	Reserva Legal		xxxx
3.3.03	Utilidad del Ejercicio		xxxx
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		Xxxx

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

1.3.4 Comercialización

1.3.4.1 Concepto

CONE Jaws, 2008: La comercialización es una de las sub funciones del marketing que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos con el fabricante y usuario final.

CARRILLO Ider, 2009: La comercialización es un proceso que abarca tanto la planificación y la gestión de la producción para llevar al mercado objetivo por tanto debe contemplar las cantidades suficientes para satisfacer la demanda y generar un margen de utilidad razonable.

La comercialización es un conjunto de actividades para cumplir los objetivos de la empresa desarrollando estrategias técnicas del producto teniendo en cuenta los canales que ayudan a la distribución del producto hasta el usuario final.

1.3.4.2 Canales de comercialización

CONE Jaws, 2008: 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.

CARRILLO Ider, 2009: Canal 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.

Sin los canales de comercialización sería imposible desarrollar los procesos de comercialización, pues los mismos tienen la función de facilitar la distribución y entrega de productos de forma directa o indirecta hasta el consumidor.

1.3.4.4 Canales Directos

PARKIN Michael, 2009: Canal directo es el productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios en las ventas industriales y productos de consumo.

LOZADA Alfredo, 2009: Canal directo no tiene ningún nivel de intermediarios por tanto el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización transporte almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

Los canales directos acercan el producto al consumidor final y abaratan los precios en tanto no existen intermediarios entre el productor y el consumidor.

1.3.4.5 Canales Indirecto

PARKIN Michael, 2009: Un 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.

LOZADA Alfredo, 2009: Los canales indirectos se puede distinguir entre: **Canal cortó** intermediario entre fabricante y usuario final en el que los minoristas o detallistas tienen la exclusividad de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras.

Canal largo 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.

El canal indirecto es el que une a los intermediarios entre el productor y el consumidor final en los mercados, almacenes, tiendas, de abastecimiento donde existen agentes mayoristas y minoristas, el tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen.

1.3.4.5 Distribución de comercialización

- ***Promoción***

PARKIN Michael, 2009: La promoción es un Plan Integral de Marketing de corta duración, destinado a lograr objetivos específicamente delimitados por la empresa y estrategia y sus resultados serán diferentes por medio de los consumidores.

CONE Jaw, 2008: El proceso de promoción de venta el cual es un insensivo de corto plazo del valor ofrecido para despertar el interés de la compra de un bien o servicio las promociones de ventas se emplean de manera conjunta con la publicidad o las ventas personales y se ofrecen a intermediarios así como a consumidores finales.

La promoción permite identificar a la empresa mediante un plan de marketing e estrategias en el mercado, para así poder llegar al consumidor mediante promociones del producto y obtener ganancias a futuras, en la empresa el

objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas

- ***Publicidad***

PARKIN Michael, 2009: La publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia específicamente de la promoción que es utilizada por empresas organizaciones no lucrativas instituciones del estado y personas individuales para dar a conocer un los productos y servicios.

CONE Jaw, 2008: La publicidad es cualquier forma de conocimientos no personales sobre una organización producto y servicio o idea pagada por un patrocinador identificado puede ser una acepción el anuncio en servicio público.

La publicidad es considerada como una de las principales herramientas para la compra y venta de productos o servicios la publicidad informará al consumidor potencial de un bien o servicio acerca de los beneficios que presenta este y resaltará las diferencias que lo distinguen de otras marcas queriendo obtener más ventas y ganancias

- ***Tamaño***

LOZADA Alfredo, 2009: La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación de la empresa porque permitirá en primer instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha de la empresa, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.

CONE Jaw, 2008: El tamaño y capacidad se debe a dos aspectos principalmente la demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión del área total con que cuenta el terreno disponible para la instalación de la empresa.

El tamaño de la demanda insatisfecha determina la estrategia de publicidad que se desarrolle por la empresa en función de la comercialización de productos, independientemente de las actividades que desarrollen las mismas

- ***Localización***

LOZADA Carlos, 2008: La localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para la empresa es decir cubriendo las exigencias o requerimientos de la misma contribuyen a minimizar los costos de inversión y gastos durante el periodo productivo de la empresa.

PARKIN Michael, 2009: Localización de la empresa puede generar mejoras en la eficiencia en términos de Costos de transporte facilidad en la obtención de materias primas utilización eficiente de canales de distribución, cercanía al cliente y a sus necesidades.

Localización se entiende que es la cercanía a los clientes que debe tener para así poder llegar a minimizar los costos y obtener eficiencia en los canales de distribución y localización.

- ***Macro localización***

LOZADA Alfredo, 2008: También llamada macro zona es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para la empresa. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes al punto que pueda cubrir las exigencias o requerimiento de proyectos.

PARKIN Michael, 2009: El estudio de macro localización se constituye en un proceso detallado mano de obra, materia prima, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones condiciones de vida leyes y reglamentos.

La macro localización de una empresa determina en gran medida el éxito en la comercialización de sus productos y la manera en que la realiza directa o indirecta.

- ***Micro localización***

MANKIW Gregory, 2008: Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos identificación de actividades productivas y determinación de centros de desarrollo y proyecto dentro de micro localización.

PARKIN Michael, 2009: Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la empresa siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

El micro localización de una empresa determina el éxito en la comercialización de sus productos en tanto puede tener una interacción directa con el consumidor final.

- ***El Marketing***

SCHNARCH Alejandro, SCHNARCH David, 2010: El marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. Éste no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía sino totalmente coordinado con el plan estratégico.

NAVAS Gonzalo, 2009: El marketing se define como el proceso social y de gestión mediante el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de unos productos.

El marketing y las respectivas estrategias son esenciales para el éxito de cualquier empresa sea grande o pequeño, pues es lo que permite cumplir los propósitos de ventas y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.

1.3.5 Rentabilidad

1.3.5.1 Concepto

LÓPEZ Carlos, 2009: La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla la rentabilidad mide la efectividad de la gerencia de una empresa demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones dichas utilidades a su vez son la conclusión de una administración competente de costos y gastos.

AYALA Jorge, 2009: La Rentabilidad es capacidad de pago en otros términos disponer de dinero de manera oportuna para hacer frente a los compromisos corrientes o de vencimiento hasta un año de todos nuestros acreedores.

La rentabilidad permite de una empresa determina su sostenibilidad y posibilita la toma de decisiones en cuanto a inversiones, crecimiento y expansión.

1.3.5.2 Ratio financiero

ESTUPIÑAN Rodrigo, 2009: Los ratios financieros también conocidos indicadores o índices financieros son razones que nos permiten analizar los aspectos favorables y desfavorables de la situación económica y financiera de una empresa.

LÓPEZ Carlos, 2009: Los ratios o razones financieras, son los indicadores que proveen información importante acerca de una inversión o de la marcha de un negocio, la cual es valiosa para la toma de decisiones, porque permite que sus directivos puedan conocer cómo han evolucionado las finanzas.

Los ratios financieros son indicadores que permite calcular teniendo en cuenta la necesidad de la existencia de los valores que dan origen a los ratios financieros éstos constituyen una forma sistemática de examinar desde el punto de vista financiero la empresa y su funcionamiento.

1.3.5.3 Índice de liquidez.

CUEVAS Carlos, 2009: La ratio de liquidez es una medida sencilla de poner en relación el efectivo de la empresa con las deudas cuyo pago habrá de acometer a lo largo del siguiente año inventarios y documentos por cobrar a corto plazo que debe hacer frente la organización.

PABÓN Hernán, 2010: Ratio utilizado para medir la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo realizando su activo circulante se calcula averiguando la relación existente entre el total del activo circulante sobre el total de las deudas a corto plazo empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo.

El índice de liquidez nos permite medir las deudas que obtiene la empresa median el año ya sea corto o largo plazo donde representa la empresa cada uno de sus movimiento del activo corriente, pasivo corriente e inventario para así poder cumplir sus obligaciones .

Fórmulas

- *Razón Corriente*

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

- *Prueba del Ácido*

$$\frac{\text{Activo Corriente- Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

- *Días periodo promedio cobro*

$$\frac{\text{Cuentas por cobrar} \times 360}{\text{Ventas Netas}}$$

- *Rotación cuentas por cobrar*

$$\frac{\text{Ventas netas a crédito}}{\text{Promedios de cuentas por cobrar}}$$

1.3.5.4 Índice de Endeudamiento

HUICOCHEA Alsina Emilio, 2010: Son aquellos ratios o índices que miden la relación entre el capital ajeno fondos o recursos aportados por los acreedores y el capital propio recursos aportados por los socios o accionistas que ha generado la propia empresa así como también el grado de endeudamiento de los activos.

PABÓN Hernán, 2010: Razones de solvencia o endeudamiento entregan información del estado de endeudamiento de la empresa y conocer el origen de la cobertura.

El índice de endeudamiento nos permite medir el grado de autonomía financiera, sea a corto y largo plazo, y determinar el capital con el cual se dispone para la sustentabilidad y desarrollo de la empresa.

Fórmulas:

- ***Razón de Patrimonio a Pasivo***

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$$

- ***Ratio de endeudamiento a largo plazo***

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo de Largo Plazo}}$$

- ***Razón de Patrimonio a Activo***

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}}$$

- ***Razón de Pasivo a Activo***

$$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$$

- ***Dependencia Bancaria Razón de cobertura de intereses***

$$\frac{\text{Adeudos Bancarios}}{\text{Activo}}$$

- ***Razón de cobertura de intereses***

$$\frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Gasto Financieros}}$$

1.3.5.5 Índice de productividad

HOUNGREEN Charles, 2009: Los índices de productividad se pueden usar para comparar la productividad de la empresa u organización, competidores es para saber si la empresa está realizando una buena administración de los recursos.

HUICOCHEA Alsina Emilio, 2010: En el ámbito de desarrollo profesional se le llama productividad al índice económico que relaciona la producción con los recursos empleados para obtener dicha producción.

El índice de productividad es dividir el producto de las actividades empresariales y los recursos que se utilizaron para la obtención de tal producto entre los que se citan materiales, suministros, mano de obra y tiempo.

Fórmulas:

- *Margen de Utilidad Neta*

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

- *Margen de Utilidad Bruta*

$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

- *Margen de Operación*

$$\frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Ventas Netas}}$$

1.3.5.6 Índice de rentabilidad

CUEVAS Carlos, 2009: Rentabilidad es la acción económica la que se movilizan unos medios materiales humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados entre la renta generada y los medios utilizados.

HOUNGREEN Charles, 2009: Es el ratio más representativo de la marcha global de la empresa ya que permitirá obtener pérdidas o ganancias de un periodo determinado, se encuentra el estado de resultados y situación inicial.

El índice de rentabilidad permite llegar tomar decisiones sobre las inversiones y la dinámica de los procesos internos o externos de la empresa para su perfeccionamiento o desarrollo.

Fórmulas:

- *Rendimiento sobre el patrimonio*

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Promedio de activos totales}}$$

- *Tasa de Rendimiento sobre la inversión*

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

1.3.5.7 VAN

SARMIENTO Rubén, 2010: Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto deducido el valor de la inversión inicial.

ESTUPIÑAN Gaitán Rodrigo, 2009: Es el monto real que proporciona un proyecto de inversión es aquella que es utilizada como tasa de descuento en el cálculo de un VAN dará su resultado si es rentable tendrá que ser superior a cero lo que significará que recuperaremos la inversión inicial y tendremos más capital que si lo hubiéramos puesto a renta fija.

El van es ratio financiero para el análisis de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión.

Fórmula:

$$(x + a)^n = \sum_{k=0}^n \binom{n}{k} x^k a^{n-k}$$

1.3.5.8 TIR

HOUNGREEN Charles, 2009: Es la tasa que multiplicada por los flujos de efectivos iguala a la inversión. Para proyectos independientes se debe escoger aquellos en que la TIR sea mayor al costo de capital.

LÓPEZ Carlos, 2009: Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte se acepta la inversión en caso contrario se rechaza.

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentajes la tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones

Fórmula:

$$\text{TIR: } i (+) + \frac{\text{VAN (+)} * (i (+) - i (-))}{\text{VAN (+)} - \text{VAN (-)}}$$

1.3.6 Distribuidoras de Maíz

1.3.6.1 Concepto de maíz

KATO Tako, MAPES Cristian, 2008: El maíz es uno de los cereales más abundantes y populares en el mundo de color amarillo pero también disponible en diferentes tonos de rojos, marrones y naranjas, el maíz es actualmente la base de muchas gastronomías, especialmente las de América Latina de donde la planta es originaria.

GONZALES Arguinzones Ubaldo, 2009: El maíz en los trópicos es cultivado en una gran diversidad de ambientes, mucho mayor que la que se encuentra entre los ambientes en que es cultivado el maíz en las zonas templadas.

El maíz es un cereal que es cultivado por muchas familias del Ecuador, lo cultivan ya sea para consumo humano o para alimentación de aves y este cultivo se da en la sierra y costa, es procesado por industrias para poder obtener sus derivados y vender en el mercado.

1.3.6.2 Importancia del maíz

LARDIZABAL Ricardo, 2008: Es necesario recalcar que el maíz constituye una fuente de ingreso para los pequeños, medianos y grandes productores que esperan alcanzar beneficios económicos por la venta de maíz una buena administración se puede mejorar la producción especialmente al exterior con envío de alimentos especialmente avícola.

PARSONS B David, MONDOÑEDO Idela, PEÑALOZA Rosa, 2008: El maíz a diferencia de otros cereales se cultivan en todos los climas y altitudes de suelos y ese almacenan con facilidad y se conserva por larga tiempo el maíz ha sido una fuente de ingreso para la población especialmente para el pequeño productor quien expende este producto.

El maíz es un cereal nutritivo que se consume por aves y humanos, también como materia prima en la industria; las estadísticas del consumo de maíz muestran diferencias marcadas entre las regiones y por su importancia el maíz es el alimento básico de la población.

1.3.6.3 Origen del maíz

LARDIZABAL Ricardo, 2008: Maíz palabra de origen indio caribeño significa literalmente lo que sustenta la vida Botánicamente el maíz pertenece a la familia de las gramíneas y es una planta anual alta dotada de un amplio sistema radicular fibroso.

KATO Tako, MAPES Cristina, 2009: El maíz es un cereal nativo de América cuyo centro original de domesticación fue Mesoamérica donde se difundió hacia todo el continente cuándo se empezó a domesticar el maíz pero los indígenas mexicanos dicen que esta planta representa para ellos más de diez mil años de cultura en el Ecuador el maíz en Mesoamérica.

El maíz pertenece a la familia de las gramíneas, es una planta que su producción variada en el año, es cosechado por la mano del hombre y comercializado de forma natural o procesado.

1.3.6.4 Variedades de maíz

KATO Tako, MAPES Cristian, 2008: Tipos de maíz son:

- Maíz de canguiles

- Maíz dulce, chulpi
- Maíz morocho
- Maíz suave

GONZALES Arguinzones Ubaldo, 2009: Las variedades maíz:

- Maíz amarillo
- Maíz blanco
- Maíz morochillo

Las variedades del maíz se cultivan en el país, más en los páramos y sub - páramos el grano es utilizado también para sembrar y para el consumo humano y aves y otros ya en productos terminados.

1.3.7 Economía

1.3.7.1 Concepto

VILLALVA Avilés Carlos, 2009: La economía es la ciencia encargada del estudio métodos y procedimientos eficaces en necesidades humanas materiales utilizando bienes de la economía como una relación.

SAMUELSON Paul, NORDHAUS William, 2008: La economía es la producción distribución y consumo de productos en estudios bajo las cuales se puede maximizar el bienestar de una comunidad y la elección de las acciones necesarias.

La economía es una ciencia que estudia el comportamiento de los seres humanos con aspecto social e implicaciones que van desde la microeconomía hasta la macroeconomía estudia los procesos de producción, intercambio, distribución y el consumo de bienes y servicios.

1.3.7.2 Importancia de la economía

ROSSETTI Paschoal José, 2009: Es importante la economía por ser la base de la sociedad sin ella las personas no sabrían cómo administrar sus ingresos y egresos y no podrán satisfacer sus necesidades de una manera eficaz sin que haya desequilibrio sobre producción o escasez .

SAMUELSON Paul, NORDHAUS William, 2008: Es importante la economía porque estudia las relaciones entre las naciones lo cual ayudan a explicar cuáles exportan algunos bienes e importan otros y analizan los efectos que producen la instalación de barreras económicas en fronteras nacionales .

La economía es importante en todo proceso de negocios porque permite manejar adecuadamente los recursos económicos de una empresa en correspondencia con las dinámicas productivas.

1.3.7.3 Objetivos de la economía

ROSSETTI Paschoal José, 2008: Analizar los hechos y fenómenos económicos tal como ocurre en la realidad sin que intervengan sus gastos cuando los objetivos son opuestos la sociedad debe establecer un orden de prioridad para los que persiguen la sociedad debe valorar las ventajas y desventajas .

SAMUELSON Paul, NORDHAUS William, 2008: Los objetivos de la economía son los siguientes:

- Identificar los sistemas y procesos de la actividad económica.
- Relacionar los diferentes bienes y necesidades económicas.
- Estructurar esquemas que permitan el conocimiento del mercado con sus ventajas y desventajas.
- Codificar sistemas de información que permitan saber cómo se distribuye la renta en los diferentes sistemas económicos.

La economía tiene como objeto analizar los fenómenos económicos de una manera concreta y transparente con la explicación de sus estrategias y equilibrio de los precios para la máxima satisfacción de las necesidades de los clientes para cumplir con los objetivos.

1.3.7.4 Clasificación de tipos de economía

- **Economía de libre mercado**

ALVARES Reyes Néstor, 2008: Es la forma económica en la cual los recursos de acuerdo con las necesidades se asignan según el mercado mediante el mecanismo de variaciones del precio la economía libre de mercado en la cual no existe sistema competitivo como una condición necesaria para la existencia de un orden social.

MANKINW Gregory, 2009: Derecho a participar libremente en el mercado las empresas privadas son la que más predominan en el mercado lo contrario de las públicas que trabajan para el estado ahí en el mercado donde se genera la ley de la oferta y la demanda dejar hacer el libre mercado.

La economía de libre mercado es para medir las empresas según su mercado para la variación de precio en la economía del mercado puede ser públicas o privadas y medir la oferta y la demanda en el mercado.

- **Economía mixta**

ALVARES Reyes Néstor, 2008: En la economía mixta se entiende como el proceso e intermedio del sistema en el cual algunos medios de producción solo privada o pública en la economía y asignación de recursos .

MANKIW Gregory, 2009: Intervienen las empresas públicas y privadas pues se toma en cuenta lo que las empresas privadas generan a sí mismas y al mercado y

lo que las empresas públicas generan al estado que no solo generan al estado sino también resuelven cualquier tipo de inconveniente en el mercado pero eso si como se mencionó antes no aporta a dicho mercado.

La economía mixta es relativa a procesos o intermediarios de las empresas públicas y privadas que tienen inconvenientes en el mercado, la economía mixta es un sistema económico que incorpora una mezcla de propiedad privadas y el control del capitalismo y socialismo .

1.3.7.5 Microeconomía

PARKIN Michael, 2009: La microeconomía es una parte de la economía que estudia el comportamiento económico de los agentes económicos individuales como son los consumidores de la empresa y trabajadores, inversores la microeconomía el precio de los mercados.

BERNANKE Benz, Frank Robert, 2008: La microeconomía es el estudio de la empresa y su manera de tomar decisiones sometida a las restricciones que le imponen las leyes de la naturaleza y sociedad la microeconomía utiliza modelos formales para explicar el comportamiento de productores y consumidores.

La microeconomía estudia el comportamiento y analiza los mecanismos que establecen los precios relativos de los bienes y factores así como los efectos de las diferentes instituciones en variables o claves como los precios de mercado.

1.3.7.6 Indicadores micro

BERNANKE Benz, Frank Robert, 2008: Los indicadores son herramientas para clasificar y definir de forma más precisa objetivos e impactos son medidas verificables de cambio para contar con metas establecidas que facilitan.

GISPERT Carlos, 2008: Los indicadores micro son específicos están vinculados

con los fenómenos económico sociales culturales o de otra naturaleza sobre los que se pretende actuar por lo anterior se debe contar con objetivos y metas claras para poder evaluar.

Los indicadores micro reflejan resultados y ponen de manifiesto la situación de un determinado sector productivo, en un tiempo establecido, permitiendo la evaluación para facilitar la toma de decisiones de dicha empresa u organización en el logro de metas y objetivos trazados.

1.3.7.7 Teoría de producción

BERNANKE Benz, ROBERT H. Frank, 2008: La teoría de producción estudia las acciones a nivel empresarial a través de la función de producción nos permite analizar las diversas formas en que los empresarios pueden combinar sus recursos o insumos para la producción bienes o servicios.

ALVARES Reyes Néstor, 2008: La teoría de producción es uno de los principios económicos que construyen con los empresarios es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir para consumirlos y satisfacer sus necesidades económicas en servicio a la productividad.

La teoría de producción es inherente a una economía de mercado en la cual los agentes económicos consumidores y empresarios toman sus decisiones de manera correcta para satisfacer sus necesidades.

1.3.7.8 Teoría del consumidor

BERNANKE Benz, ROBERT H. Frank, 2008: La teoría del consumidor se encarga de estudiar la forma en que los individuos toman sus decisiones de compra de bienes y servicios con el principal objetivo de generar un nivel de satisfacción o utilidad pero debido a que las personas tienen un presupuesto limitado este nivel de utilidad.

MENDEZ Silvestre, 2009: El consumidor asume decisiones para satisfacer sus necesidades, los consumidores deciden cómo asignar su renta o riqueza en la compra de distintos bienes.

La teoría del consumidor tiene como objeto determinar qué elección realizarán los consumidores respecto a la adquisición de bienes o servicios y que pueden adquirir con los recursos que dispongan para la compra de bienes, proceso que favorece la comercialización

1.3.7.9 Tipo de análisis microeconomía

MANKIN Gregory, 2009: Las respuestas a muchos problemas en la Microeconomía dependerán del tipo de análisis que se lleve a cabo Análisis Positivo y Normativo, Estática Comparativa y Dinámica, Análisis de corto y largo plazo, Análisis de Equilibrio Parcial y General.

GISPERT Carlos, 2008: Tipo de análisis de Microeconomía

- Positivo
- Normativo
- Corto o Largo Plazo
- Equilibrio Parcial y General
- Estático Comparado y Dinámico

El tipo de análisis de la microeconomía está basada en el análisis positivo y normativo para así poder llegar al mercado, mediante estos indicadores se hace un análisis hacia el mercado y los consumidores.

1.3.10 Elementos microeconomía

- ***La oferta***

PARKIN Michael, 2009: La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento está determinada por factores como el precio del capital la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados si aumenta o disminuye la oferta en el precio del producto.

Bravo Robert, 2008: La oferta son factores que guían la decisión de las empresas de vender en un mercado determinando las cantidades de un bien en un periodo.

Se define a la oferta cuando el precio de un bien o disminuye la rentabilidad que obtiene el vendedor realizara otro tipo de ofertas para adquirir ganancias, mediante la oferta que existe de un bien en el mercado y la cantidad del mismo, que es ofrecido en base al precio que se establezca, se obtendrá beneficios para la empresa.

- *La demanda*

MOCHON Francisco, 2008: La demanda es bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para la satisfacción de necesidades específicas un precio determinado la demanda es la relación entre la cantidad demandada.

PARKIN Michael, 2009: La demanda es la cantidad que los consumidores que plantean comprar en un periodo dado y a un precio en particular la demanda se expresa gráficamente por medio de la curva de la demanda.

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores necesitan o están dispuestos a adquirir o comprar a determinado precio, ya sea un artículo o servicio, ella permite predecir la sostenibilidad de la comercialización en el tiempo.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.1. Breve caracterización del objeto de estudio

El cantón La Maná ubicado en la zona oeste de la provincia de Cotopaxi, la cantonización se produjo el 19 de mayo de 1986, tiene una superficie total de 66.258 hectáreas, es el sexto cantón de la provincia de Cotopaxi.

Es importante rescatar que la distribución de maíz en el cantón posee un alto nivel, que no requiere de mayor inversión en la adquisición del producto por parte de las distribuidoras de maíz que se caracterizan por su tamaño pequeño, mediano y grande.

El maíz es una planta indispensable y evolucionada del reino vegetal y se utiliza mano de obra para su cultivo y cosecha. En el cantón La Maná las distribuidoras de maíz al por mayor, debido a los márgenes de utilidad que genero un desconocimiento de los índices de comercialización y rentabilidad.

En base a las encuestas se verificó la importancia y los beneficios de realizar un análisis de comercialización y rentabilidad que permita determinar decisiones y llegar a los estados financieros de las distribuidoras de maíz, es indispensable admitir un análisis de comercialización y rentabilidad de las del cantón La Maná.

Para el desarrollo de la presente investigación se toma como base a las tres distribuidoras de maíz, cuyo desempeño ha sido notorio y han marcado pautas importantes en proceso de distribución del maíz amarillo, blanco, morochillo en el cantón, estas distribuidoras son:

EMPRESA GRANDE

Ubicada : Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.
Dirección: Av. Los Álamos y 19 de mayo y Medardo Ángel Silva.
Actividad económica: Compra y venta de maíz.
Años de funcionamiento: 6 años.
Representante legal: Carrillo Quezada Jhanina Rocío.
Ruc: 1711037570001.

EMPRESA MEDIANA

Ubicada: Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.
Dirección: Av. Gonzalo Albarracín y San Pablo
Actividad económica: Compra y venta de maíz.
Años de funcionamiento: 6 años.
Representante legal: Freire Álvarez Nelly Estela
Ruc: 12043606040001

EMPRESA PEQUEÑA

Ubicada: Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.
Dirección: Av. Gonzalo Albarracín y San Pablo
Actividad económica: Compra y venta de maíz.
Años de funcionamiento: 6 años.
Representante legal: Asitumbay Llumitaxi Gladys América
Ruc: 05028064400011

2.1.1 METODOLOGÍA EMPLEADA

Tipos de investigación

En la realización se utilizó la investigación correlacional. Se utilizó este tipo porque el trabajo investigado se realizó por diferentes estudios correlacionales, por cuanto se ha establecido varias relaciones de variables de manera simple, tales como:

- 1.- Relación existente entre la comercialización y la rentabilidad que genere la producción del maíz.
- 2.- Relación existente entre precio, tamaño, localización y la evaluación financiera.

2.1.2 Preguntas Científicas

- 1.- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos necesarios de las distribuidoras de maíz del cantón La Maná.

Respuesta: Los fundamentos teóricos son los canales directos e indirectos para la comercialización como la promoción, publicidad, tamaño, localización para así poder medir la rentabilidad tenemos la oferta, demanda análisis financiero, valor actual neto y tasa interna de retorno estos aspectos son necesarios para determinar la comercialización y rentabilidad de las distribuidoras del cantón La Mana.

- 2.- ¿Cuáles son las causas para la falta de la comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz del cantón La Maná?

Respuesta: La falta de conocimiento sobre la comercialización y rentabilidad de los propietarios de las distribuidoras de maíz por no llevar un proceso contable.

3.- ¿Qué características debe tener la comercialización y rentabilidad de maíz en el cantón la Maná?

Respuesta: Mediante las características de la comercialización y rentabilidad deben ser flexibles para poder llegar a un análisis rentable donde permita generar mayores ganancias con el uso de las herramientas contables necesarias para la estabilidad en el mercado .

2.1.3 Metodología

Primeramente se realizó un trabajo de campo en las diferentes áreas de la Maná, esto nos permitió determinar la cantidad de productores de maíz, en que cantidades, cual es el nivel de impacto ambiental, cual es la normativa que regula este tipo de productos, cuales son los niveles de comercialización de este producto además, la metodología que se estudió en nuestra investigación se realizó aspectos técnicos orientados a procedimientos y métodos relacionados con: Sistema de marco lógico estudio de mercado, estudio técnico comercial, evaluación financiera, evaluación económica y el estudio del impacto .

2.1.4 Población del estudio

CUADRO N°5

DATOS POBLACIONALES

ESTRACTO	POBLACIÓN
Distribuidoras	3
Consumidores de maíz	31.848
Total	31.848

Fuente: Distribuidora de maíz /INEC

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

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

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

Dónde:

N = Población

n = Tamaño de la muestra

E = Error máximo admisible al cuadrado (0,05)

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{31.848}{(0,0025) (31.866) + 1}$$

$$n = \frac{31.847}{79.665 + 1}$$

$$n = \frac{31.848}{80.665}$$

$$n = 394$$

2.1.5 Métodos y técnicas a ser empleadas

En la investigación se utilizó métodos de inducción por los resultados de las encuestas que se ha aplicado a la comercialización y rentabilidad del maíz, en el cantón La Maná.

Se utilizó la deducción en base a los siguientes razonamientos:

1.- La rentabilidad permitió conocer la ganancia del inversionista para generar resultados de la investigación para obtener de manera específica la ganancia o pérdidas de las distribuidoras de maíz .

2.- Los proyectos de inversión se necesitó de canales de distribución, promoción y publicidad para impulsar las ventas; por tanto la comercialización requiere de tales herramientas para vender su producto.

Es importante en la investigación que se utilizó el método de análisis, para identificar a los elementos y las relaciones existentes entre ellos.

1.- Se ha considerado que los elementos son: comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz ya que existieron ya datos relevantes a estos negocios en el estudio.

Finalmente mediante la síntesis se estudió los elementos establecidos relacionados con las distribuidoras de maíz con el fin de verificar que cada uno de ellos requiera todo lo necesario, para así poder llegar a cumplir con los objetivos propuestos.

El levantamiento de datos se realizó mediante encuestas aplicadas a las comercializadores de maíz del cantón La Maná, según la operacionalización de las variables, encuestas a los consumidores de maíz.

Para interpretar los resultados en el análisis financieros se toma en cuenta las condiciones de viabilidad establecidos VAN y TIR

2.2. Análisis e interpretación de los resultados

2.2.1 Encuesta a consumidores del cantón La Maná

1.- ¿Compra usted maíz al por mayor y menor?

TABLA N°-1

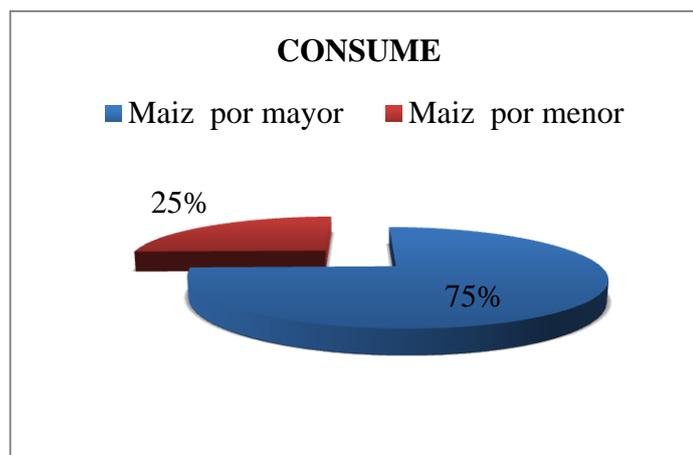
CONSUME

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Maíz por mayor	294	75%
Maíz por menor	100	25%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-2



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 75% de los encuestados compran maíz al por mayor; el 25% adquieren maíz al por menor, se puede notar que la adquisición del maíz es en mayor escala debido a que el cantón La Maná es un sector agrícola.

2.- ¿Cuál es el lugar que frecuenta usted para comprar maíz?

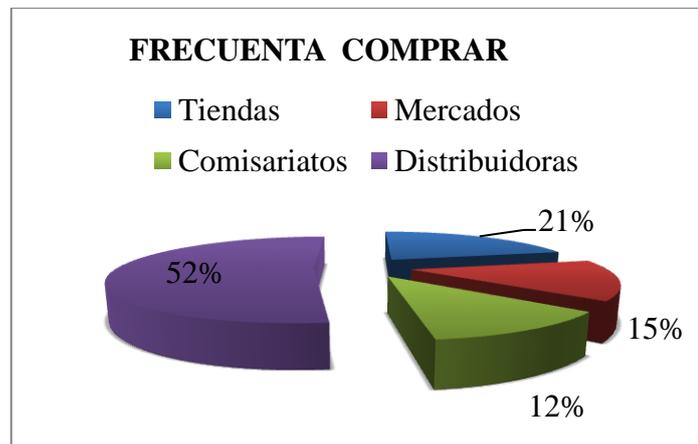
TABLA N°-2
FRECUENTA COMPRAR

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Tiendas	84	21%
Mercados	58	15%
Comisariatos	47	12%
Distribuidoras	205	52%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°- 3



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En los resultados obtenido el 52% de los encuestados compran maíz en las distribuidoras; el 21% en tiendas; el 15% en el mercado; el 12% en comisariatos por lo que se puede visualizar que los consumidores compran el maíz en las distribuidoras porque venden al por mayor.

3.- ¿Conoce usted el precio del quintal de maíz?

TABLA N°-3

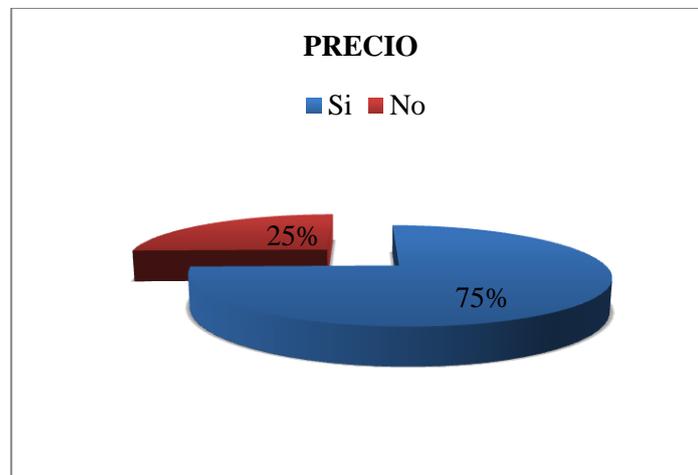
PRECIO

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	294	75%
No	100	25%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-4



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta pregunta se puede notar que el 75% de los encuestados si conocen el precio oficial del quintal del maíz; y el 25% desconocen por lo que se puede deducir que no existe información acerca del producto.

4.- ¿Al momento de comprar el maíz que toma en cuenta?

TABLA N°-4

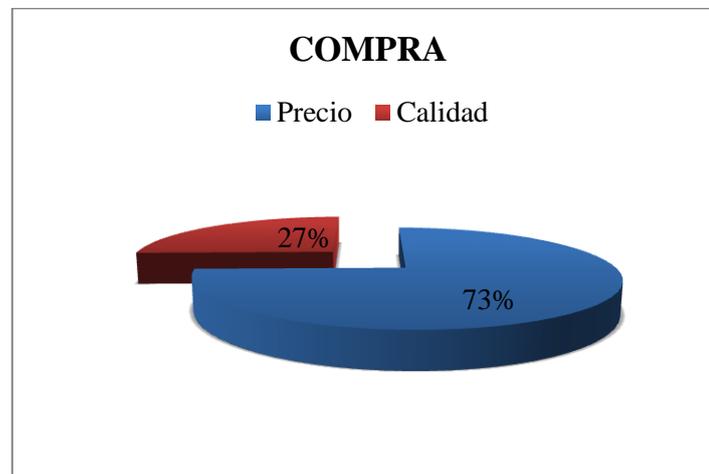
COMPRA

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Precio	289	73%
Calidad	105	27%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-5



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como podemos apreciar en el gráfico el 73% toma en cuenta el precio al momento de comprar el maíz; el 27% manifiesta la calidad del producto por lo que se puede deducir que a mayor oferta se incrementa las ventas.

5.- ¿Cada qué tiempo compra usted el maíz?

TABLA N°-5

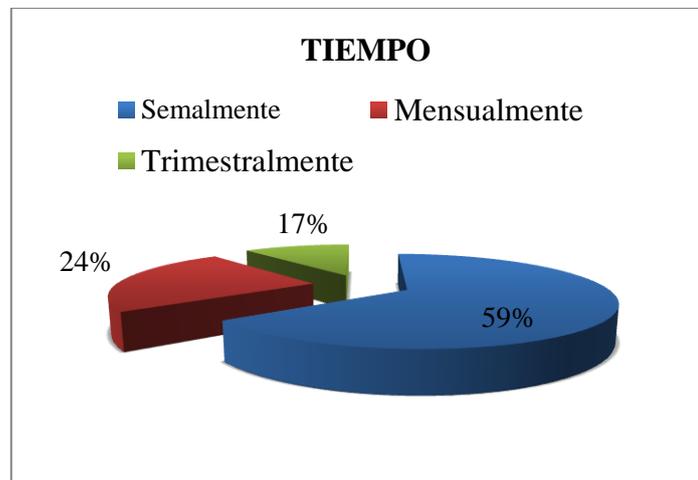
TIEMPO

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Semanalmente	235	59%
Mensualmente	93	24%
Trimestralmente	66	17%
Total	394	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-6



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 59% de los encuestados compran el maíz semanalmente; el 24% adquieren el producto mensualmente; el 17% trimestralmente como se puede visualizar en el gráfico el consumo de maíz frecuentemente se lo realiza semanalmente.

6.- ¿Para qué compra usted el maíz?

TABLA N°6

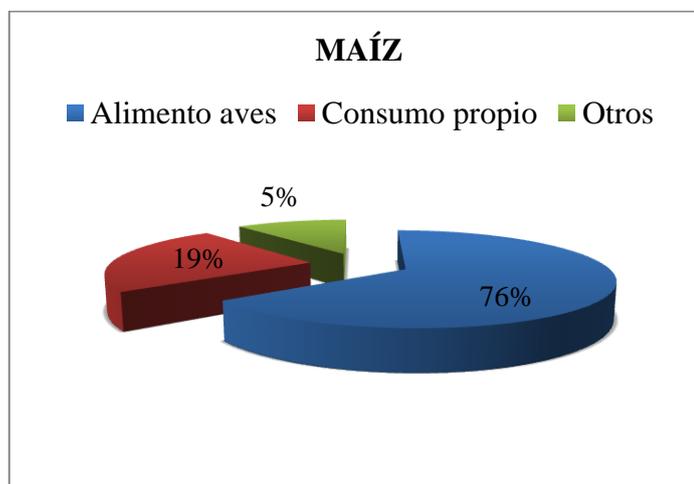
MAÍZ

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Alimento aves	299	76%
Consumo propio	75	19%
Otros	20	5%
Total	394	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-7



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTRETACIÓN

El 76% de los encuestados manifiestan que adquieren el maíz para la alimentación de aves; el 19% compran para consumo propio; y el 5% para otras actividades, como se puede visualizar el consumo de maíz es, en mayor escala, para la alimentación de animales.

7.- ¿De los siguientes tipos de maíz cuál consume usted con frecuencia?

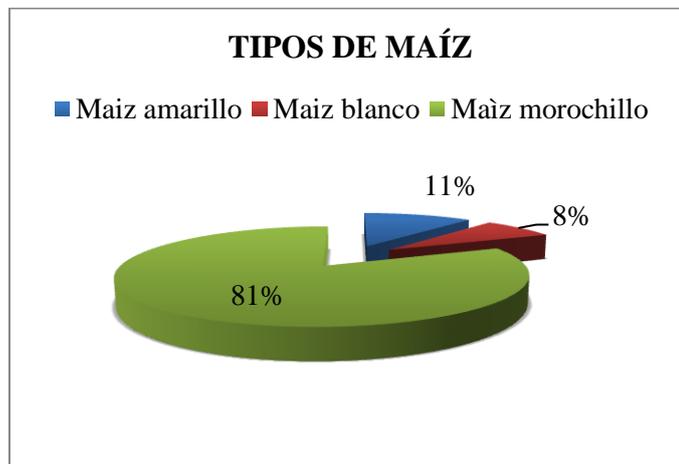
TABLA N°7
TIPOS DE MAÍZ

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Maíz amarillo	44	11%
Maíz blanco	29	8%
Maíz moro chillo	321	81%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-8



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 81% de los encuestados manifiestan que adquieren maíz moro chillo; el 11% maíz amarillo; y el 8% maíz blanco, como se puede observar el consumo en mayor escala es del moro chillo, debido a que adquieren el producto para la alimentación de animales.

8.- ¿El servicio que usted recibe de las distribuidoras por la compra de maíz satisface sus necesidades?

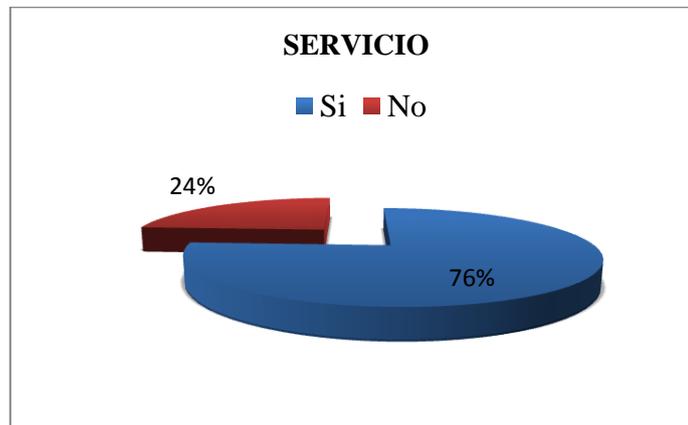
TABLA N°-8
SERVICIO

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	300	76%
No	94	24%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-9



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el análisis el 76% de los consumidores manifiesta que las distribuidoras satisfacen sus necesidades; y el 24% considera que no se adaptan a las necesidades de los consumidores, por tal razón se deduce que el servicio que ofrecen las distribuidoras está en un nivel aceptable.

9.- ¿Le gustaría que la distribuidora tenga servicio a domicilio?

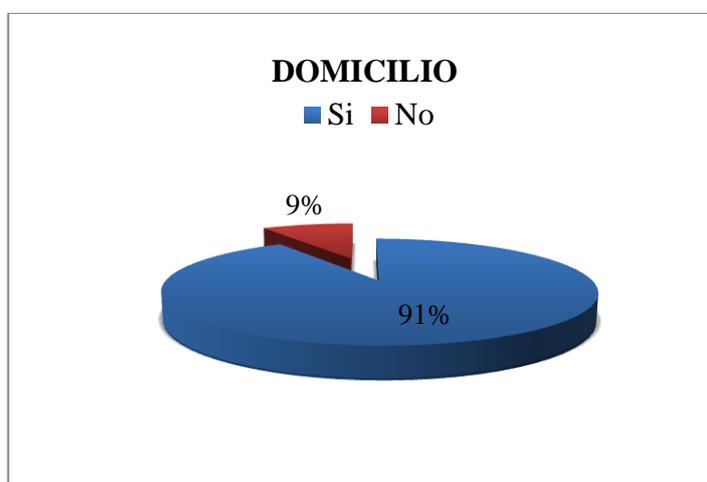
**TABLA N°-9
DOMICILIO**

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	358	91%
No	36	9%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-10



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas el 91% de los consumidores manifiestan que si están de acuerdo con el servicio a domicilio; y el 9% no necesitan el servicio a domicilio como se puede analizar un mayor porcentaje está de acuerdo con este servicio debido a que sus lugares de domicilio están alejados de la ciudad.

10.- ¿Cómo califica la atención brindada por las distribuidoras?

TABLA N°-10

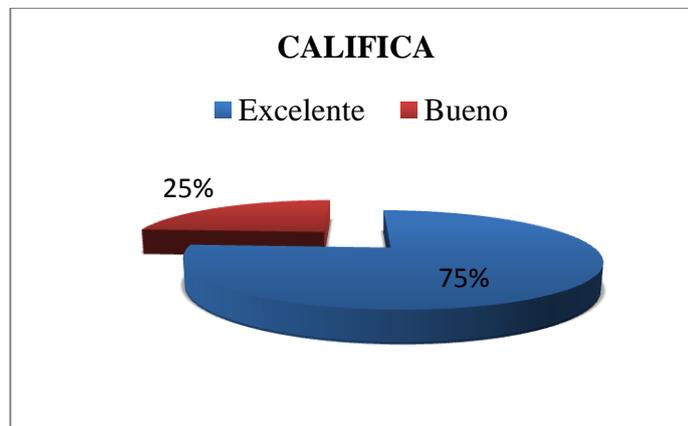
CALIFICA

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Excelente	297	75%
Bueno	97	25%
Mala	0	0%
Total	394	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-11



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas el 75% de los consumidores manifiestan que la atención que brindan las distribuidoras es excelente; el 25% indican que la atención es buena como se puede visualizar la atención brindada por las distribuidoras es óptima.

2.2.2 Encuestas a propietarios de las distribuidoras de maíz del cantón La Maná.

1.- ¿Cuánto tiempo tiene de funcionamiento su distribuidora?

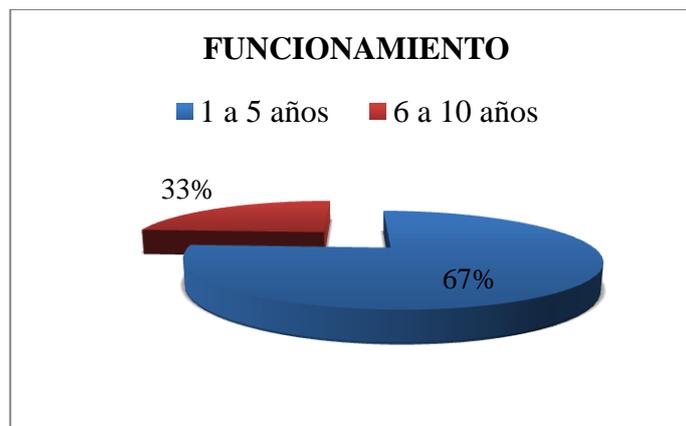
TABLA N°11
FUNCIONAMIENTO

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
1 a 5 años	2	67%
6 a 10 años	1	33%
11 a 15 años		0%
16 años adelante		0%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-12



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 76% de los encuestados manifiestan que el tiempo de funcionamiento de su distribuidora es de 1 a 5 años; el 33% de 6 a 10 años, como se puede visualizar en el gráfico el tiempo de funcionamiento de las distribuidoras es nuevo, por lo que se puede abrir nuevos mercados.

2.- ¿Cuántos empleados tiene actualmente?

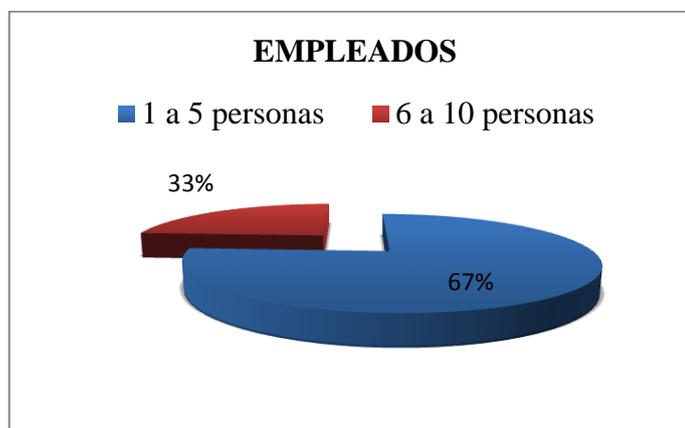
TABLA N°12
EMPLEADOS

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
1 a 2 empleados	2	67%
3a 5 empleados	1	33%
6 a 10 empleados	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-13



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el análisis el 67% de los dueños de las distribuidoras manifiesta que tienen de 1 a 2 empleados; y el 33% de 3 a 5 empleados, por lo que se puede analizar que las distribuidoras generan fuentes de empleo.

3.- ¿Ocupa personal de la zona?

TABLA N°-13

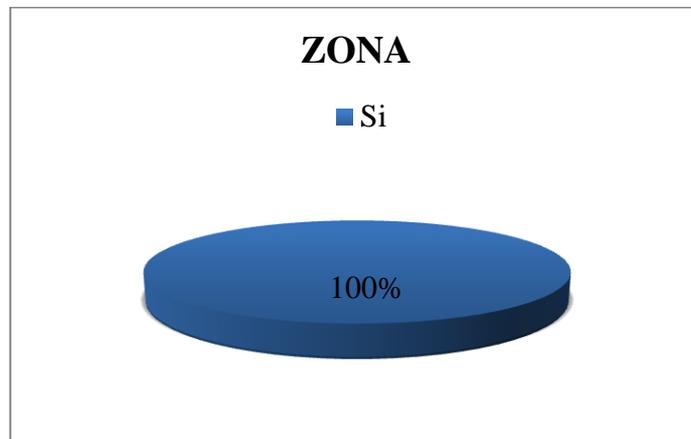
ZONA

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	3	100%
No		0%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-14



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas a los dueños de las distribuidoras podemos analizar que el 100% ocupa personal de la zona del cantón generando fuentes de empleo y mejorando la economía del cantón.

4.- ¿Indique los canales de comercialización que utilizan para expender el producto?

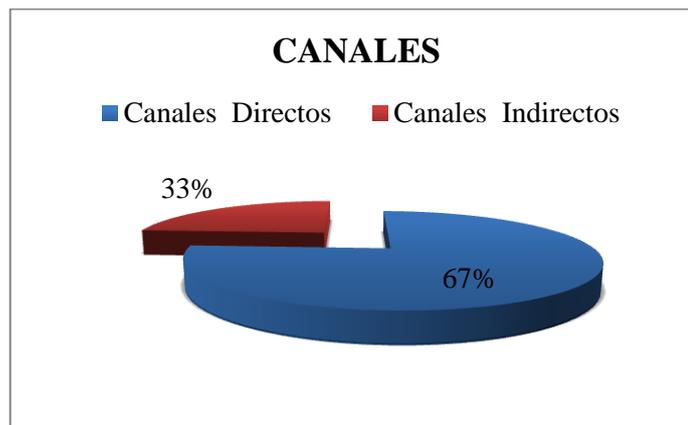
TABLA N°-14
CANALES

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Canales Directos	2	67%
Canales Indirectos	1	33%
Otros		0%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-15



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Mediante las encuestas a los dueños de las distribuidoras podemos analizar que el 67% utiliza canales directos para la comercialización del producto; el 33% utiliza canales indirectos para canalizar nuevos clientes y expandirse en el mercado.

5.- ¿Su distribuidora posee convenios con clientes fijos al por mayor?

TABLA N°-15

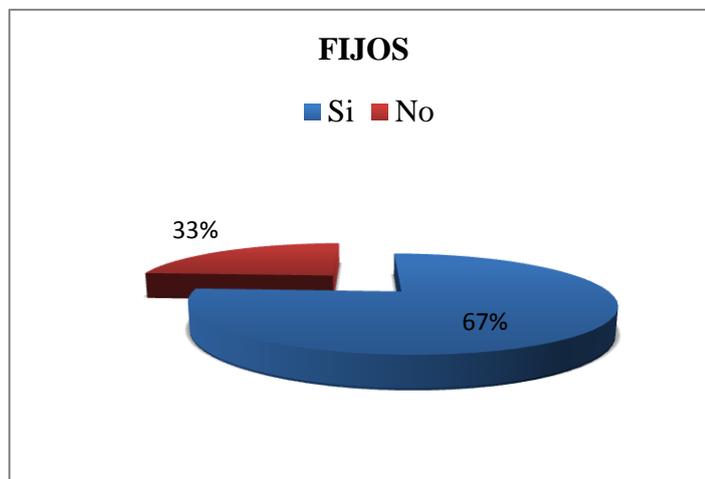
CLIENTES

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	2	67%
No	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICOS N°-16



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede visualizar en el gráfico el 67% de las distribuidoras posee convenios fijos; el 33% no lo poseen, es decir las distribuidoras expenden el producto al por mayor con clientes fijos.

6.- ¿Qué medios utiliza para comercializar el maíz?

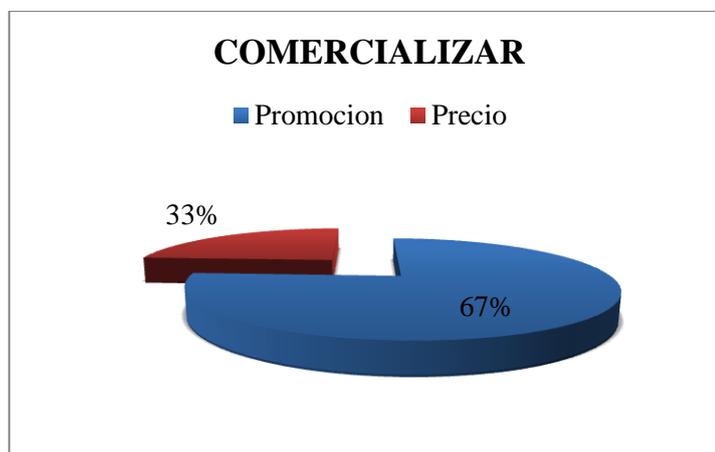
TABLA N°-16
COMERCIALIZAR

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Publicidad		0%
Promoción	2	67%
Descuentos al Precio	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-17



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas 67% de las distribuidoras utilizan la técnica de marketing como es la publicidad; el 33% descuentos al precio, es decir por medio de la promoción ofertan el producto.

7.- ¿Cuál es el volumen de ventas semanales?

TABLA N°17

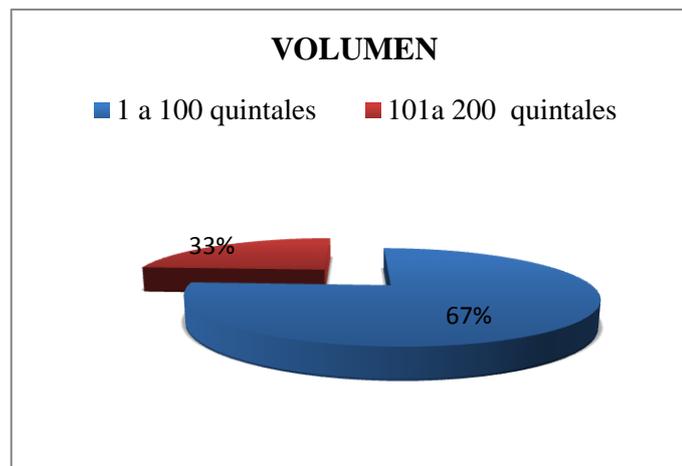
VOLUMEN

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
1 a 100 quintales	1	67%
101a 200 quintales	1	33%
201 a300 quintales		0%
300 en adelante		0%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-18



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede visualizar en el gráfico el 67% de las distribuidoras vende semanalmente de 1 a 100 quintales el 33% de 101 a 200 como se puede deducir la venta se lo realiza en una escala mayor a 90.

8.- ¿Cuál es el porcentaje de utilidad mensual que percibe por su negocio?

TABLA N°-18

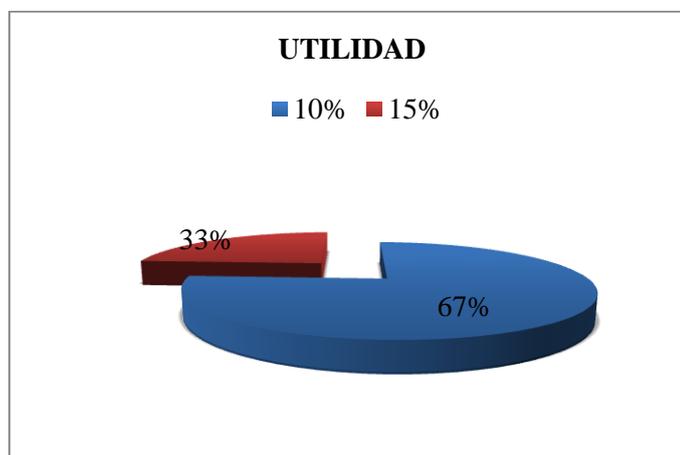
UTILIDAD

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
10%	1	33%
15%	2	67%
20%		0%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-19



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se puede visualizar en el gráfico el 67% de las distribuidoras percibe un porcentaje del 15%; y el 33% del 10% es decir las distribuidoras tienen un margen de contribución mayor al 10% que lo manejan empíricamente.

9.- ¿Está satisfecha con la rentabilidad que percibe de su distribuidora?

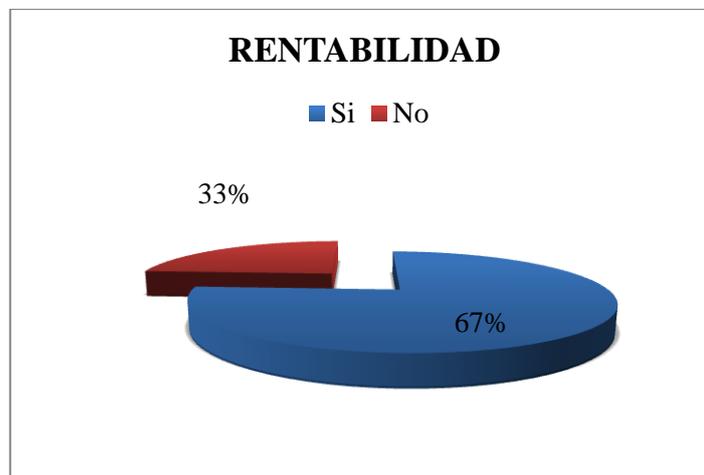
TABLA N°-19
RENTABILIDAD

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	2	67%
No	1	33%
Aves		0%
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-20



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como podemos apreciar en el gráfico el 67% está satisfecha con la rentabilidad de su negocio; el 33% está inconforme con su rentabilidad. Como se puede analizar a escala mayor están conforme con su rentabilidad aunque lo manejan empíricamente.

10.- ¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio a su distribuidora y clientes sobre la comercialización y rentabilidad?

TABLA N°20
DISTRIBUIDORA Y CLIENTES

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	3	100%
No		
Total	3	100%

Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

GRÁFICO N°-21



Fuente: Datos investigativos

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas el 100% de los propietarios de las distribuidoras si están de acuerdo que se realice un estudio de la comercialización y rentabilidad de las distribuidoras del cantón La Maná.

2.3 Conclusiones

- 1.- Las distribuidoras de maíz si están de acuerdo que se realice el estudio de la comercialización y rentabilidad porque permitirá conocer si se ha empleado las estrategias adecuadas en la comercialización para poder llegar la situación financiera .
- 2.- Se aplicaron encuestas donde se identificó los canales de comercialización, tipos de clientes y estrategias que aplican en el negocio.
- 3.- Mediante las encuestas realizadas a los propietarios de las distribuidoras se determinó que no tienen un conocimiento sobre el estado financiero, márgenes de utilidad y rentabilidad al finalizar un periodo contable.
4. – No se ha realizado un estudio de comercialización y rentabilidad de las distribuidoras que permita conocer la situación real de la empresa.
- 5.- No aplican los indicadores financieros para la toma de decisiones dentro de las distribuidoras.

2.4 Justificación

El presente proyecto se justifica con la necesidad de brindar un apoyo financiero a las distribuidoras de maíz que están dedicadas a venta al por mayor y menor, permitiendo maximizar recursos en el desarrollo económico del Cantón La Maná.

En la actualidad las distribuidoras determinan los parámetros necesarios en la comercialización y rentabilidad que permita revisar los estados financieros y margen de utilidad por la venta del producto.

Los beneficios de esta investigación para las distribuidoras de maíz es que mediante los resultados obtenidos adquieran un sistema de comercialización y rentabilidad que le facilite la toma de decisiones para su negocio.

2.5 Objetivos

2.5.1 Objetivo general

Determinar rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, periodo 2011.

2.5.2 Objetivos específicos

1.- Realizar los estados financieros de acuerdo a la información proporcionada por la distribuidora para medir la situación económica y financiera.

2.- Identificar qué sistema de distribución de la comercialización que utilizan las distribuidoras de maíz.

3.- Aplicar instrumentos financieros como el TIR (tasa interna de retorno) VAN(valor actual neto) para medir la rentabilidad del negocio.

CAPÍTULO III

3. APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS DISTRIBUIDORAS DE MAÍZ DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011.

3.1. *Distribuidora La Unión*

Distribuidora de maíz La Unión se encuentra ubicada en la Av. Los Álamos y 19 de Mayo y Medardo Ángel Silva, su propietaria es la Ing. Jhanina Carrillo, quien es reconocida por su trayectoria en el cantón La Maná.

Datos informativos:

Institución : Distribuidora de maíz La Unión
Ubicación : Provincia de Cotopaxi, cantón La Maná.
Dirección : Av. Los Álamos y 19 de mayo y Medardo Ángel Silva
Actividad Económica : Compra y venta de maíz
Representante Legal : Carrillo Quezada Jhanina Rocío
RUC : 1711037570001

Perfil de la Distribuidora:



3.1.1 Análisis FODA

CUADRO N° 6

<p>FORTALEZA</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Experiencia de distribución directa o indirecta2.- Producto de alto consumo3.- Local propio para realizar su actividad comercial4.- Precios completos en la venta
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Ventas y distribución al por mayor y menor2.- Convenios con pequeños distribuidores3.- Mano de obra local4.- Disponer dinero suficiente para realizar sus actividades
<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Plan estratégico del negocio sin elaborar2.- No existe información adecuada sobre la competencia3.- Poco control sobre el manejo eficiente en base a pedidos4.- Desconocimiento de la comercialización y rentabilidad de maíz
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Nivel de competencia2.- Presencia de factores externos no controlables como la inflación3.- Entrada de nuevos competidores con estrategias similares del mercado4.- Distribuidoras que realizan la venta directa

Fuente: Distribuidora La Unión

Elaborado: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.1.1.2 Flujograma de proceso contable Distribuidora La Unión

GRÁFICO N°22



Fuente: Distribuidora La Unión

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.1.1.3 Estado de situación inicial

**DISTRIBUIDORA DE MAÍZ LA UNIÓN
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 12.840,00
1.1.01.01	Caja		\$950,00
1.1.01.02	Caja chica		\$100,00
1.1.01.03	Bancos		\$3.200,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente Banco Bolivariano	\$2.250,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco	\$950,00	
1.1.02.01	Inventario de maíz		\$6.500,00
1.1.02.01.1	Maíz Amarillo	\$3.000,00	
1.1.02.01.2	Maíz Blanco	\$2.000,00	
1.1.02.01.3	Maíz Morochillo	\$1.500,00	
1.1.01.04	Clientes		\$2.090,00
1.1.01.04.01	Tienda Lorena	\$450,00	
1.1.01.04.03	Tienda Rosita	\$890,00	
1.1.01.04.02	Tienda Verito	\$750,00	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$40.612,49
1.2.01.01	Tableros		\$600,00
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros	\$54,00	
1.2.02.05	Perchas		\$650,00
1.2.02.06	Depreciación acumulada de perchas	\$58,50	
1.2.02.09	Escritorio		\$750,00
1.2.02.10	Depreciación acumulada de escritorio	\$67,50	
1.2.02.11	Equipos de computo		\$900,00
1.2.02.12	Depreciación acumulada de equipos de computo	\$200,01	
1.2.02.03	Edificio		\$25.000,00
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio	\$1.187,50	
1.2.02.13	Vehículos		\$17.000,00
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos	\$2.720,00	
	TOTAL DE ACTIVOS		<u>\$53.452,49</u>
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$4.756,00
2.1.01	Proveedores		\$1.256,00
2.1.01.01	Cuentas por pagar (ADPM)	\$1.256,00	
2.2.02	Prestamos por pagar a corto plazo		\$3.500,00
	TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE		<u>\$4.756,00</u>
3	PATRIMONIO		\$48.696,49
3.1.01	Capital social		\$40.696,49
3.3.04	Utilidad del ejercicio anterior		\$7.200,00
3.2.01	Reserva legal		\$800,00
	TOTAL DEL PASIVO MÁS PATRIMONIO		<u>\$53.452,49</u>

GERENTE

CONTADOR

3.1.1.4 Estado de pérdidas y ganancias

**DISTRIBUIDORA DE MAÍZ LA UNIÓN
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

4	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Venta de Maíz	\$234.000,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$190.372,00	
3.3.01	Utilidad Bruta en Ventas		\$43.628,00
5	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$14.533,33
5.1.01	Sueldos y salarios	\$6.336,00	
5.1.02	Honorarios Profesionales	\$60,00	
5.1.05	Aporte patronal IESS	\$769,82	
5.1.06	Décimo tercer sueldo	\$528,00	
5.1.07	Décimo cuarto sueldo	\$440,00	
5.1.09	Vacaciones	\$264,00	
5.1.08	Fondos de reserva	\$528,00	
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio	\$1.187,50	
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros	\$54,00	
1.2.02.06	Depreciación acumulada de Perchas	\$58,50	
1.2.02.10	Depreciación acumulada de Escritorio	\$67,50	
1.2.02.12	Depreciación acumulada de equipos de computo	\$200,01	
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos	\$2.720,00	
5.1.11	Servicios básicos	\$1.320,00	
5.2	GASTOS DE VENTAS		\$4.550,00
5.2.1	Publicidad	\$2.000,00	
5.2.2	Lubricantes y combustibles	\$1.000,00	
5.2.4	Mantenimiento y reparación de vehículos	\$300,00	
5.2.3	Suministros de Comercialización	\$1.250,00	
5.2.5	Gastos Provisión Cuentas Incobrables	\$125,62	
5.3	GASTOS FINANCIEROS		\$1.631,10
5.3.1	Intereses Pagados	\$1.631,10	
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$22.913,56
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar		\$3.437,03
	UTILIDAD DESPUES DE PARTIC. A LOS TRABAJADORES		\$19.476,53
2.1.17	Impuesto a la renta por pagar		\$1.052,98
	UTILIDAD DESPUES DE PARTICION AL FISCO		\$18.423,55
3.2.01	Reserva legal		\$1.842,36
3.3.03	Utilidad del Ejercicio		<u>\$16.581,20</u>

GERENTE

CONTADOR

3.1.1.4.1 Cálculo de costo de venta

CUADRO N°7 COSTO DE VENTA

DISTRIBUIDORA DE MAÍZ LA UNIÓN	
<u>Fórmula:</u>	
Inventario inicial + Compras netas - Inventario final = Costo Venta	
COSTO DE VENTA	
Inventario inicial	\$6.500,00
+ Compras netas	\$187.272,00
- Inventario final	\$ 3.400,00
= Costo de venta	\$190.372,00

Fuente: Distribuidora La Unión

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.1.1.4.2 Cálculo de ventas

CUADRO N°8 VENTAS

VENTA	QUINTALES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Maíz Amarillo	7.700	\$18	\$138.600,00
Maíz Blanco	3.000	\$18,00	\$ 54.000,00
Maíz Morochillo	2.300	\$18,00	\$41.400,00
Total			\$234.000,00

Fuente: Distribuidora La Unión

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.1.1.5 Balance general

DISTRIBUIDORA DE MAIZ LA UNIÓN BALANCE GENERAL DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$45.806,68
1.1.01.01	Caja		\$4.153,62
1.1.01.02	Caja Chica		\$100,00
1.1.01.03	Bancos		\$25.717,07
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente Banco Bolivariano	\$10.567,12	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco	\$15.149,95	
1.1.02.01	Inventario de Maíz		\$3.400,00
1.1.02.01.1	Maíz Amarillo	\$2.500,00	
1.1.02.01.2	Maíz Blanco	\$500,00	
1.1.02.01.3	Maíz Morochillo	\$400,00	
1.1.01.04	Clientes		\$12.435,99
1.1.01.04.01	Tienda Lorena	\$3.061,61	
1.1.01.04.02	Tienda Verito	\$4.500,00	
1.1.01.04.03	Tienda Lorena	\$5.000,00	
1.1.01.05	Provisión Cuentas Incobrables	\$125,62	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$36.324,98
1.2.02.01	Tableros		\$600,00
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros	\$108,00	
1.2.02.05	Perchas		\$650,00
1.2.02.06	Depreciación acumulada de Perchas	\$117,00	
1.2.02.09	Escritorio		\$750,00
1.2.02.10	Depreciación acumulada de Escritorio	\$135,00	
1.2.02.11	Equipos de computo		\$900,00
	Depreciación acumulada de equipos de		
1.2.02.12	computo	\$400,02	
1.2.02.03	Edificio		\$25.000,00
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio	\$2.375,00	
1.2.02.13	Vehículos		\$17.000,00
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos	\$5.440,00	
	TOTAL DE ACTIVOS		<u>\$82.131,66</u>
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$ 7.214,13
2.1.01.01	Cuentas por pagar (ADPM)		\$1.852,40
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar		\$49,37
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar		\$64,15
2.1.08	Retención en la fuente por pagar 1%		\$195,00
2.1.11	Retención en la fuente por pagar 10%		\$6,00
2.1.07	IVA retenido por pagar 100%		\$7,20
2.1.12	Provisión décimo tercer sueldo		\$44,00
2.1.13	Provisión décimo cuarto sueldo		\$440,00

2.1.14	Provisión fondos de reserva	\$44,00	
2.1.15	Provisión vacaciones	\$22,00	
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar	\$3.437,03	
2.1.17	Impuesto a la renta por pagar	\$1.052,98	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		\$7.797,49
2.2.02	Prestamos por pagar a corto plazo	\$7.797,49	
	TOTAL DEL PASIVO		\$15.011,62
3	PATRIMONIO		\$67.120,04
3.1.01	Capital social	\$40.696,49	
3.2.01	Reserva legal	\$2.642,36	
3.3.03	Utilidad del Ejercicio	\$16.581,20	
3.3.04	Utilidad del Ejercicio Anterior	\$7.200,00	
	TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO		<u>\$82.131,66</u>

GERENTE

CONTADOR

3.1.1.5.1 Cálculo de depreciación de método de línea recta

FÓRMULA

$$\text{DEPRECIACIÓN: } \frac{\text{COSTO DEL BIEN - VALOR RESIDUAL}}{\text{AÑOS DE VIDA ÚTIL}}$$

TABLERO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien -valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{600-60}{10 \text{ años}} = \frac{540}{10 \text{ años}} = 54,00$$

PERCHA

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien -valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{650 -65}{10 \text{ años}} = \frac{585}{10 \text{ años}} = 58,50$$

ESCRITORIO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien -valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{750-75}{10 \text{ años}} = \frac{675}{10 \text{ años}} = 67,50$$

EQUIPO DE CÓMPUTO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien -valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{900-299,97}{3 \text{ años}} = \frac{600,03}{3 \text{ años}} = 200,01$$

EDIFICIO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien -valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{25000-1250}{20 \text{ años}} = \frac{23.750}{20 \text{ años}} = 1.187,50$$

VEHÍCULO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien -valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{1.700-3.400}{5 \text{ años}} = \frac{-1.700}{5 \text{ años}} = -340$$

3.1.1.6 Flujo de Caja de Distribuidora La Unión

Cuentas	Costos	Años				
	Preoperacionales	1	2	3	4	5
A. Ingresos Operacionales						
Ventas Maíz		\$234.000,00	\$246.659,40	\$260.003,67	\$274.069,87	\$288.897,05
Clientes		\$12.435,99	\$13.108,78	\$13.817,96	\$14.565,51	\$15.353,51
Total de ingresos operacionales		\$246.435,99	\$259.768,18	\$273.821,64	\$288.635,39	\$304.250,56
B. Egresos Operacionales						
Costos Ventas		\$190.372,00	\$200.671,13	\$211.527,43	\$222.971,07	\$235.033,80
Gastos Comercialización		\$8.000,00	\$8.432,80	\$8.889,01	\$9.369,91	\$9.876,82
Gastos de administración		\$14.533,33	\$15.319,59	\$16.148,38	\$17.022,00	\$17.942,89
Gastos de venta		\$4.550,00	\$4.796,16	\$5.055,63	\$5.329,14	\$5.617,44
Total		\$217.455,33	\$20.115,74	\$21.204,00	\$22.351,14	\$23.560,34
C. Flujo Operacional (A-B)		\$28.980,66	\$239.652,43	\$252.617,63	\$266.284,25	\$280.690,22
D. Ingresos No Operacionales						
Valor residual de activos						
Valor residual capital de trabajo		\$0,00	\$21.753,20	\$35.887,94	\$63.745,27	\$119.025,47
Total ingresos no operacionales						
E. Egresos No Operacionales						
Vehículo	\$17.000,00					
Edificios	\$25.000,00					
Equipos de oficina	\$900,00					
Muebles de oficina	\$2.000,00					
Capital de trabajo	\$21.753,20					
Pago de impuesto a la renta		\$1.052,98	\$1.109,95	\$1.169,99	\$1.233,29	\$1.300,01
Pago créditos		\$2.737,44	\$2.885,54	\$3.041,64	\$3.206,20	\$3.379,65
Pago 15% a trabajadores		\$3.437,03	\$3.622,98	\$3.818,98	\$4.025,59	\$4.243,37
Total de egresos no operacionales	\$66.653,20	\$7.227,45	\$7.618,46	\$27.857,33	\$8.465,07	\$8.923,04
F. Flujo No Operacional	-\$66.653,20	-\$7.227,45	\$14.134,74	\$8.030,62	\$55.280,20	-\$7.623,02
G. Flujo Neto Generador (C+F)	-\$66.653,20	\$21.753,20	\$35.887,94	\$63.745,27	\$119.025,47	\$127.948,50
TASA DE DESCUENTO		20%				
VAN			\$55.544,33			
TIR			65%			

3.1.2 Análisis de indicadores financieros de las Distribuidora La Unión

3.1.2.2 Índice de liquidez

1.- Razón corriente

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo que dispone, para cancelar las deudas.

$$\text{Razón corriente: } \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{\$ 45.806,68}{\$ 7.214,13} = 6,35$$

El uso adecuado de este ratio nos permite definir el margen de rentabilidad de la microempresa en su razón corriente. Distribuidora de Maíz La Unión en su razón corriente para el año 2011 posee 6,35 veces en relación al pasivo corriente; cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la microempresa de pagar sus deudas.

2.- Prueba ácida

$$\text{Prueba Ácida: } \frac{\text{Activo Corriente - Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$ 42.406,68}{\$ 7.214,13} = 5,88$$

La prueba ácida es uno de los indicadores de liquidez frecuentemente usados como indicador de la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes.

En base a los resultados de la prueba ácida podemos determinar que para el año 2011 tiene el 5,88, lo que significa que la empresa tiene \$1.00 para cancelar la deuda de forma inmediata y todavía le queda un remate de 0,88 el cual puede utilizarse como capital de trabajo.

3.- Rotación de cuentas por cobrar

$$\text{Días periodo promedio de cobro: } \frac{\text{Cuentas x cobrar}}{\text{Ventas netas}} = \frac{\$ 4.476.956,40}{\$ 234.000,00} = 19,13$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” posee 19,13 días para hacer efectivo las cuentas por cobrar esto quiere decir que los depósitos se hacen efectivo en las cuentas por cobrar de la empresa en 27 días.

4.- Periodo promedio de cobranza

$$\text{Rotación de cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas netas a crédito}}{\text{Promedio cuentas cobrar}} = \frac{\$67.500,00}{\$ 12.435,99} = 5,43$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” ha obtenido un periodo promedio de cobranzas de 5.43 evidentemente por cada \$1.00 que la empresa tiene en cuenta por cobrar le ingresan \$5.43 por conceptos de ventas a créditos, poniendo en evidencia el desenvolvimiento adecuado de la empresa.

3.1.2.3 Índices de endeudamiento

1.- Razón de patrimonio y pasivo

$$\text{Razón de Patrimonio a Pasivo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}} = \frac{\$ 67.120,04}{\$ 15.011,62} = 4,47$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” ha alcanzado una razón de patrimonio a pasivo de \$4,47 es decir que por cada \$100.00 de patrimonio que pertenece a la empresa ingresan \$ 4,47 de obligaciones, reflejando un resultado aceptable de endeudamiento.

2.- Razón de patrimonio a deuda largo plazo

$$\text{Razón de patrimonio a deuda largo plazo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo L.P}} = \frac{\$ 67.120,04}{\$ 7.797,49} = 8,61$$

La Distribuidora de Maíz “**La Unión**” ha obtenido una razón de patrimonio a deuda a largo plazo de 8,61 por cada \$1.00, de endeudamiento a largo plazo ; la empresa tiene \$8,61 de patrimonio por cancelar dicha deuda, se evidencia un bajo nivel de endeudamiento a largo plazo de la empresa .

3.- Razón de patrimonio a activo

$$\text{Razón de Patrimonio a Activo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}} = \frac{\$ 67.120,04}{\$ 82.131,66} = 0,82$$

La Distribuidora de Maíz “**Unión**” ha alcanzado una razón de patrimonio de \$0,82 es decir que por cada \$100.00 de patrimonio que pertenece a la empresa \$82,00 de activos dispone la empresa para hacer frente a las obligaciones por pagar reflejando un resultado aceptable de endeudamiento.

4.- Razón de pasivo y activo

$$\text{Razón de Pasivo a Activo} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}} = \frac{\$ 15.011,62}{\$ 82.131,66} = 0,18$$

La Distribuidora de Maíz “**La Unión**” tiene una razón de pasivo a activo de 0,18 significando este índice, que por cada \$100,00 de activos que pertenece la empresa tiene \$18 de obligaciones que refleja un nivel de endeudamiento aceptable para la distribuidora.

5.- Dependencia bancaria

$$\text{Dependencia Bancaria} = \frac{\text{Adeudos Bancarios}}{\text{Activos}} = \frac{\$7.797,49}{\$45.806,68} = 0,17$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” en este indicador ha obtenido un dependencia bancaria el 0,17 reflejando que por cada \$100,00 de activos que pertenece a la empresa debe cancelar \$17 a sus acreedores bancarios es decir el nivel de endeudamiento es bajo en relación con las instituciones financieras .

6.- Razón de cobertura de interés

$$\text{Razón de cobertura de interés} = \frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Gastos financieros}} = \frac{\$22.913,56}{\$1.631,10} = 14,05$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” ha obtenido una cobertura de interés de 14,05 es decir que la empresa puede cubrir hasta 14,05 veces de deuda por intereses a sus acreedores bancarios adquiridos a las instituciones financieras con las utilidades operacionales.

3.1.2.4 Índices de productividad

1.- Margen de utilidad

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$16.581,20}{\$234.000,00} = 7,09$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” en este indicador ha obtenido un margen de utilidad de 7,09 % esto significa que por cada \$100,00 que vende la empresa obtiene una ganancia de \$7,09 reflejando un resultado no satisfactorio, debido a que la tasa de descuento es del 20%.

2.- Margen utilidad bruta

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$ 43.628,00}{\$ 234.000,00} = 18,64$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” refleja un margen de utilidad bruta de 18,64 expresando que por cada \$100.00 que vende la empresa tiene una ganancia bruta de \$18,64 es un resultado de productividad aceptable.

3.- Margen de operación

$$\text{Margen de operación} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$22.913,56}{\$234.000,00} = 9,79$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” tiene un margen de utilidad de operación del 9,79 que expresa que por cada \$100,00 que vende la empresa tiene una ganancia de \$9,79 es un resultado no aceptable porque no es superior a la tasa de descuento de utilidad del 20%.

3.1.2.5 Índices de rentabilidad

1.- Tasa de rendimiento sobre el Patrimonio

$$\text{Rendimiento sobre Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Promedio Activos Totales}} = \frac{\$16.581,20}{\$ 82.131,66} = 20,19$$

La Distribuidora de Maíz “La Unión” presenta una tasa de rendimiento sobre el patrimonio de 20,19 significando que por cada \$100,00 de capital que pertenece a la empresa tiene una ganancia de \$22,19 es un indicador rentable que supera al 20%.

2.- Tasa de rendimiento sobre la inversión

$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\$ 16.581,20}{\$ 67.120,04} = 24,70$
--

La Distribuidora de Maíz “La Unión” tiene una tasa de rendimiento sobre la inversión de activos 24,70 expresa que cada \$100.00 de activos que pertenece a la empresa, obtiene una ganancia de \$24,70 lo que es un resultado de productividad aceptable.

3.1.2.6 Valor actual neto

Valor actual neto de la distribuidora La Unión.

El valor actual neto VAN es la diferencia monetaria entre los flujos netos de entradas de efectivo y el valor actual del costo inicial, erogado en efectivo de un proyecto de desembolso de capital.

El valor actual neto es muy importante para la valorización de inversiones en activos fijos a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero el proyecto es rentable, considerando el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

Mediante el flujo de efectivo realizado se ha encontrado que la Distribuidora La Unión contiene un valor actual neto que permite sustentar que la empresa si tiene una buena rentabilidad y cuenta con \$55.544,33 como dinero en efectivo; es un capital recuperado donde el inversionista podrá realizar cualquier inversión después que haya realizado todas sus actividades económicas.

Valor actual neto (VAN) de la Distribuidora La Unión: \$55.544,33.

VAN: La inversión es factible con viniente a la empresa es rentable.

3.1.2.7 Tasa interna de retorno

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

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

Mediante el flujo de efectivo de la Distribuidora La Unión la tasa de retorno permite determinar si cuenta con dinero en efectivo para realizar cualquier inversión, después de recuperar el dinero invertido en el inicio de sus actividades en el periodo contable.

La tasa interna de retorno de la Distribuidora La Unión se ha determinado al 66% de su tasa interna de retorno que se puede decir que la empresa si es viable.

TIR la tasa 20%, La inversión es factible y convertible caso contrario el negocio no es rentable.

La tasa interna de retorno TIR es del 65 % y la de descuento es de 20% por lo que la Distribuidora La Unión si es rentable porque el TIR es mayor que la tasa de descuento.

Tasa interna de retorno (TIR) de la Distribuidora La Unión se 65 %.

3.1.3 Comercialización

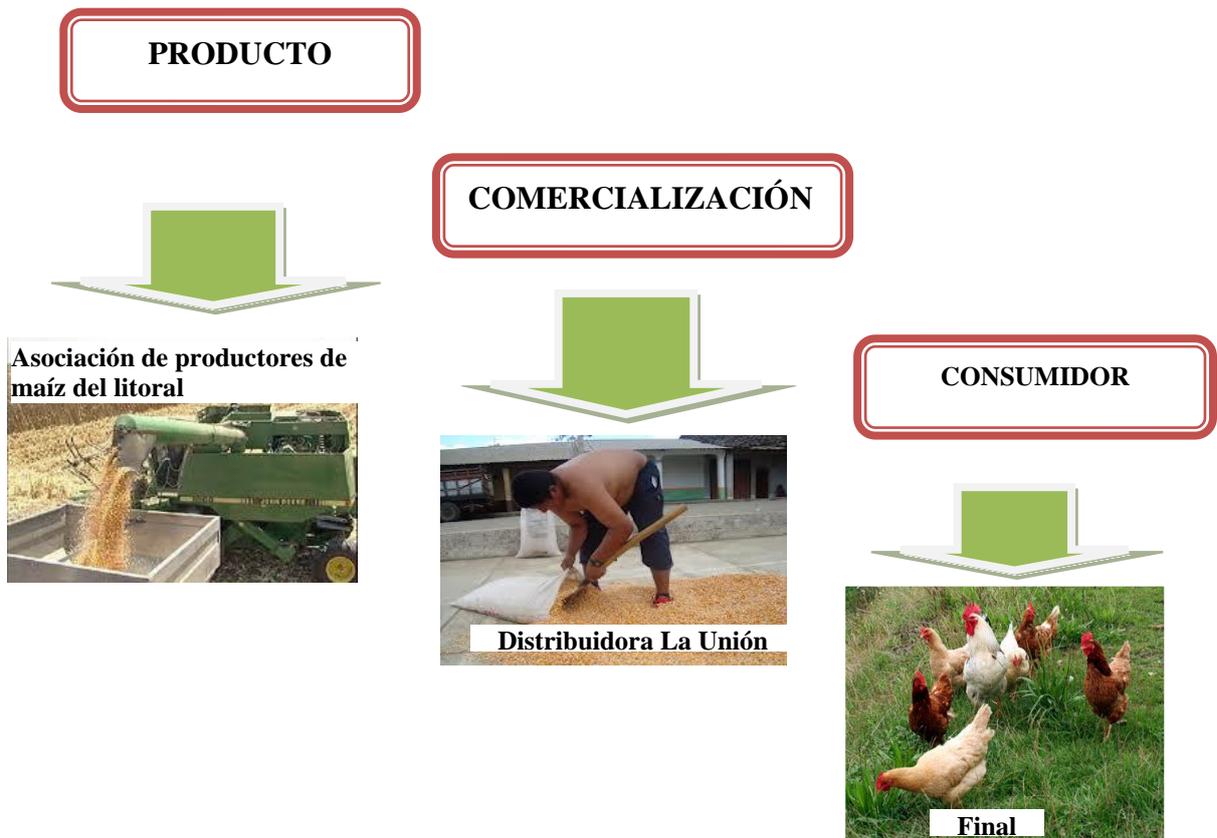
En los tipos de comercialización se puede describir de las tres distribuidoras como son: Grande, Mediana, Pequeña por adquirir el mismo proceso de comercialización.

El maíz tiene una gran variedad de productos que se obtiene, tanto para la alimentación humana y animal, de acuerdo a las necesidades de los clientes.

El precio del maíz se encuentra a un valor determinado de \$18 dólares el saco de maíz.

3.1.3.1 Tipo de canales de comercialización

1.- Comercialización directa

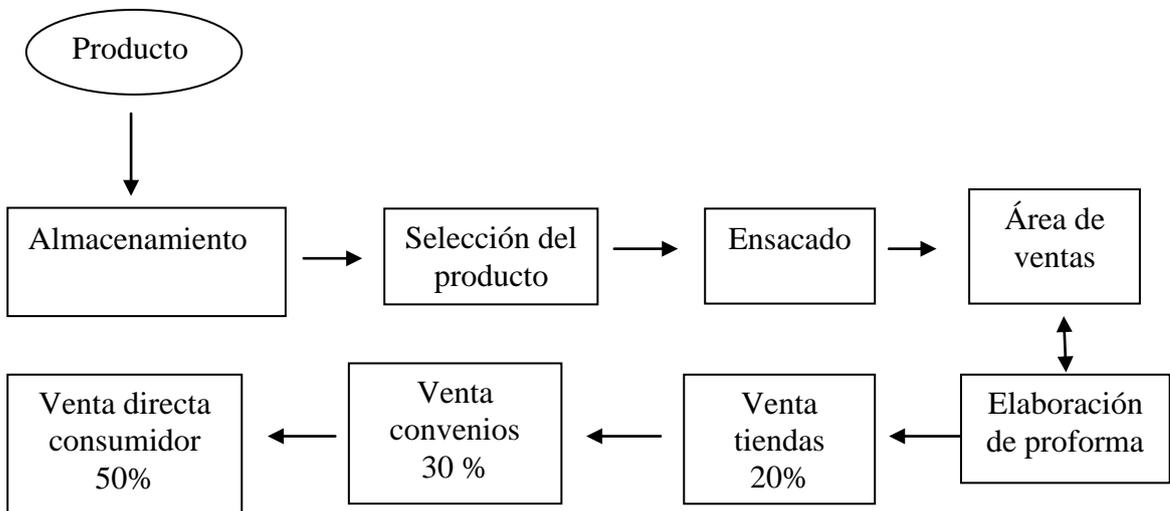


2.- Comercialización indirecta



3.1.3.2 Flujograma de distribución

GRÁFICO N° 23



Fuente: Distribuidora La Unión

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.1.3.3 Actividad de la distribuidora

- 1.- La distribuidora inicia con el almacenamiento del producto.
- 2.- Selecciona el maíz.
- 3.- La Distribuidora La Unión realiza el ensacado.
- 4.- Reporta al área de ventas para su comercialización.
- 5.- El 20% de la mercadería son distribuidas a pequeñas tiendas.
- 6.- El 30% son ventas que se realiza mediante convenios.
- 7.- El 50% se vende directo al consumidor.

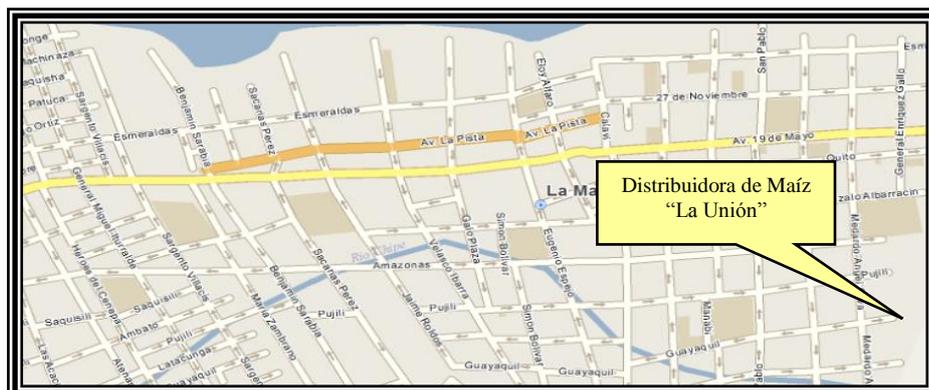
3.1.3.4 Imagen corporativa

GRÁFICO N°24



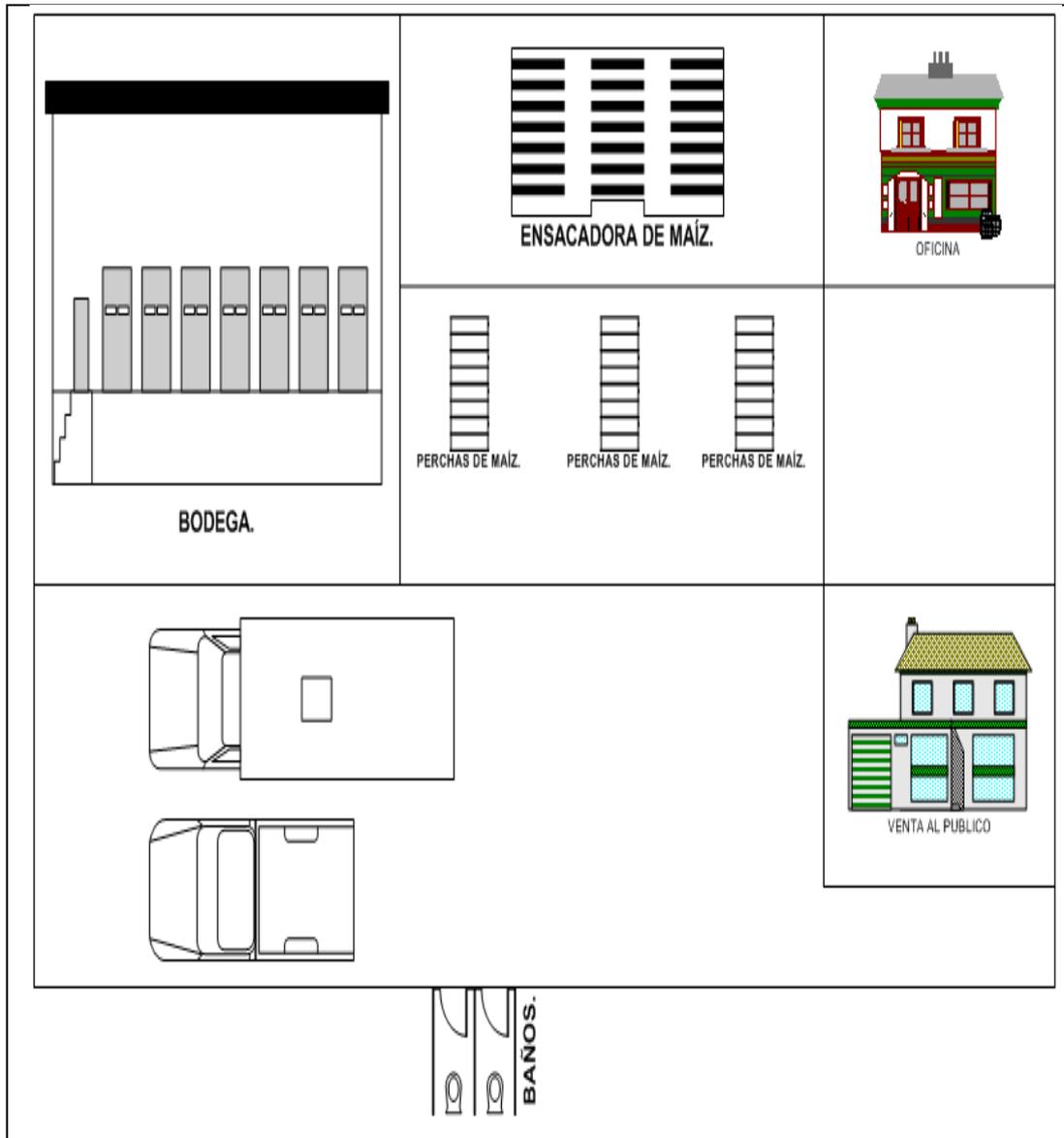
3.1.3.5 Ubicación geográfica

GRÁFICO N°25



3.1.3.6 Distribuidora de Planta La Unión

GRÁFICO N°26



Fuente: Distribuidora La Unión
Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.1.3.7 INFORME DE RENTABILIDAD

Sra.

Ing. Jhanina Carrillo

GERENTE PROPIETARIA DE DISTRIBUIDORA DE MAIZ LA UNIÓN

Presente

De mis consideraciones

Reciba saludos cordiales y deseos de éxitos en las funciones que Ud. desempeña diariamente.

La presente tiene como finalidad darle a conocer que una vez realizado el análisis financiero pertinente a su distribuidora, procedemos a rendir el informe correspondiente, se han podido determinar los índices de liquidez de la empresa, así como el proceso de comercialización, canales de distribución y análisis de los ratios financieros, donde se determina la rentabilidad.

Índice de liquidez	6,35%
Margen de utilidad	7,10%
Rendimiento	24,73%
TIR	55.566,01
VAN	65%

La Distribuidora de Maíz La Unión, tiene como fortaleza principal los convenios que mantiene a largo plazo con entidades que garantizan la venta, poseer local propio, otra de sus fortalezas es que posee transporte, como oportunidad principal y como debilidad no existe información adecuada sobre competencia en el mercado.

Es importante conocer los índices que se tomaron en cuenta para la realización de su análisis financiero, su empresa presenta un margen de utilidad que le garantiza los estándares de competitividad y proyecciones mantiene un rango de crecimiento notorio.

Se le sugiere tomar muy en cuenta los resultados de los estados financieros para conocer a cabalidad el desenvolvimiento de sus actividades

Atentamente

Jessica Johanna Pérez Proaño
INVESTIGADORA

3.2 Distribuidora de Maíz Erick

Distribuidora de Maíz Erick es una distribuidora que posee un avance en el cantón La Maná se encuentra ubicada en la Av. Gonzalo Albarracín y San Pablo, su propietaria la Sra. Nelly Freire quien es reconocida en su trayectoria en el cantón La Mana.

Datos informativos

Institución	: Distribuidora de Maíz Erick
Ubicación	: Provincia de Cotopaxi, cantón La Maná.
Dirección	: Av. Gonzalo Albarracín y San Pablo
Actividad Económica	: Compra y venta de maíz
Representante Legal	: Freire Álvarez Nelly Estela
Ruc	: 120436060400

Perfil de la Distribuidora



3.2.1 Análisis FODA

CUADRO N° 9

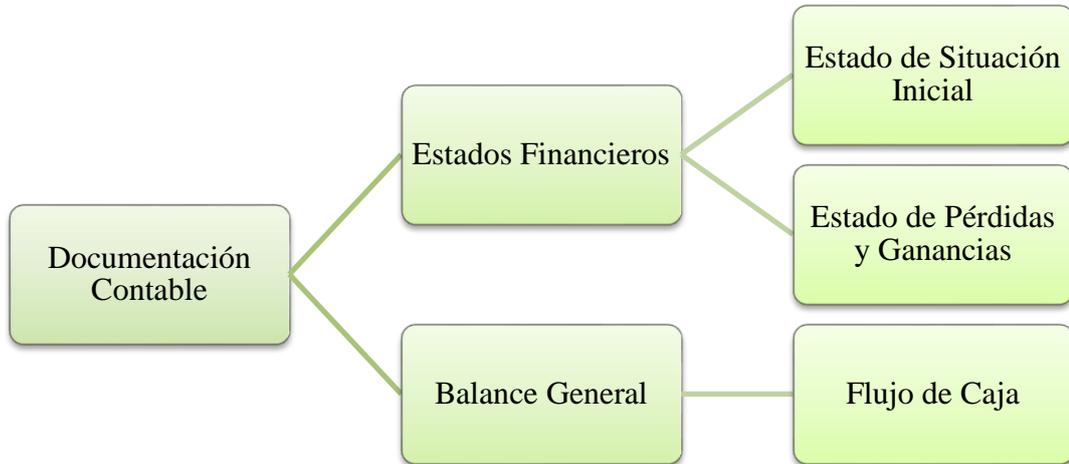
<p>FORTALEZA</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Convenios firmados a largo plazo2.- Clientes Fijos y convenios corporativos3.- Local propio4.- Transporte propio
<p>OPORTUNIDAD</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Mercado óptimo para la Distribución del Maíz2.- Mano de obra familiar3.- Contabilidad básica para la cartera de créditos3.- Ubicación geográfica estratégica
<p>DEBILIDAD</p> <ol style="list-style-type: none">1.- No existe un plan elaborado2.- Sistema de control de ingresos3.- Poco personal4.- Desconocimiento de comercialización y rentabilidad
<p>AMENAZA</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Bodegas no muy amplias para el almacenamiento del producto2.- Optimizar los costos y gastos de la distribución3.- Competencia con clientela fija

Fuente: Distribuidora Erick

Elaborado: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.2.1.1 Flujograma de procesó contable Distribuidora Erick

GRÁFICO N°27



Fuente: Distribuidora Erick

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.2.1.2 Estado de situación inicial

DISTRIBUIDORA DE MAÍZ ERICK ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$11.493,63
1.1.01.01	Caja		\$653,63
1.1.01.02	Caja Chica		\$100,00
1.1.01.03	Bancos		\$1.650,00
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente Banco Bolivariano	\$950,00	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorro Cooperativa Cacpeco	\$700,00	
1.1.02.01	Inventario de Maíz		\$5.000,00
1.1.02.01.1	Maíz Amarillo	\$2.100,00	
1.1.02.01.2	Maíz Blanco	\$1.500,00	
1.1.02.01.3	Maíz Morochillo	\$1.400,00	
1.1.01.04	Clientes		\$4.090,00
1.1.01.04.01	Manguilla	\$780,00	
1.1.01.04.02	Guasaganda	\$480,00	
1.1.01.04.03	Pucayacu	\$680,00	
1.1.01.04.04	Tienda la Josefina	\$1.200,00	
1.1.01.04.05	Tienda Recinto la Playa	\$950,00	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$37.226,88
1.2.01.01	Tableros		\$700,00
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros	\$63,00	
1.2.02.05	Perchas		\$850,00
1.2.02.06	Depreciación acumulada de Perchas	\$76,50	
1.2.02.09	Escritorio		\$750,00
1.2.02.10	Depreciación acumulada de Escritorio	\$67,50	
1.2.02.11	Equipos de computo		\$950,00
1.2.02.12	Depreciación acum. equipos computo	\$211,12	
1.2.02.03	Edificio		\$22.000,00
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio	\$1.045,00	
1.2.02.13	Vehículos		\$16.000,00
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos	\$2.560,00	
	TOTAL DE ACTIVOS		<u><u>\$48.720,51</u></u>
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$4.073,51
2.1.01	Proveedores		\$4.073,51
2.1.01.01	Cuentas por pagar (fede maíz)	\$4.073,51	
	TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE		\$4.073,51
3	PATRIMONIO		\$44.647,00
3.1.01	Capital social		\$37.147,00
3.3.04	Utilidad del Ejercicio Anterior		\$6.750,00
3.2.01	Reserva legal		\$750,00
	TOTAL PASIVO PATRIMONIO		<u><u>\$48.720,51</u></u>

3.2.1.3 Estado de pérdidas y ganancias

**DISTRIBUIDORA DE MAÍZ ERICK
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

4	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Venta de Maíz	\$114.120,00	
5.4.1	(-) Costo de Ventas	\$83.024,00	
3.3.01	Utilidad Bruta en Ventas		\$31.096,00
5	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$14.738,95
5.1.01	Sueldos y salarios	\$6.336,00	
5.1.02	Honorarios Profesionales	\$350,00	
5.1.05	Aporte patronal IESS	\$769,82	
5.1.06	Décimo tercer sueldo	\$528,00	
5.1.07	Décimo cuarto sueldo	\$440,00	
5.1.09	Vacaciones	\$264,00	
5.1.08	Fondos de reserva	\$528,00	
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio	\$1.045,00	
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros	\$63,00	
1.2.02.06	Depreciación acumulada de Perchas	\$76,50	
1.2.02.10	Depreciación acumulada de Escritorio	\$67,50	
1.2.02.12	Depreciación acumulada de equipos de computo	\$211,12	
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos	\$2.560,00	
5.1.11	Servicios básicos	\$1.500,00	
5.2	GASTOS DE VENTAS		\$3.882,50
5.2.1	Publicidad	\$1.500,00	
5.2.2	Lubricantes y combustibles	\$800,00	
5.2.4	Mantenimiento y reparación de vehículos	\$700,00	
5.2.3	Suministros de Comercialización	\$800,00	
5.2.5	Gastos provisión cuentas incobrables	\$ 82,50	
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$12.474,55
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar		\$679,53
	UTILIDAD DESPUES DE PARTIC. A LOS TRABAJADORES		\$11.795,02
2.1.17	Impuesto a la renta por pagar		\$132,50
	UTILIDAD DESPUES DE PARTICION AL FISCO		\$11.662,52
3.2.01	Reserva legal		\$1.166,25
3.3.03	Utilidad del Ejercicio		<u><u>\$10.496,27</u></u>

GERENTE

CONTADOR

3.2.1.3.1 Cálculo de costo de venta

CUADRO N°10 COSTO DE VENTA

DISTRIBUIDORA DE MAÍZ ERICK	
<u>Fórmula:</u>	
Inventario inicial + Compras Netas - Inventario Final = Costo Venta	
COSTO DE VENTA	
Inventario Inicial	\$5.000,00
+ Compras Netas	\$84.024,00
- Inventario final	\$6.000,00
= Costo de venta	\$83.024,00

Fuente: Distribuidora Erick

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.2.2.3.2 Cálculo de ventas

CUADRO N°11 VENTA

VENTA	QUINTALES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Maíz Amarillo	3.391	\$18,00	\$61.038,00
Maíz Blanco	1811	\$18,00	\$32.559,00
Maíz Moro chillo	1.138	\$18,00	\$20.484,00
Total			\$114.120,00

Fuente: Distribuidora Erick

Elaborado por : Pérez Proaño Jessica Johanna

3.2.2.4 Balance general

DISTRIBUIDORA DE MAÍZ ERICK
BALANCE GENERAL
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$37.213,50
1.1.01.01	Caja	\$5.100,00	
1.1.01.02	Caja Chica	\$100,00	
1.1.01.03	Bancos	\$17.846,00	
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente Banco Bolivariano	\$7.066,46	
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco	\$10.779,54	
1.1.02.01	Inventario de Maíz	\$6.000,00	
1.1.02.01.1	Maíz Amarillo	\$2.957,00	
1.1.02.01.2	Maíz Blanco	\$1.982,00	
1.1.02.01.3	Maíz Morochillo	\$1.061,00	
1.1.01.04	Clientes	\$8.167,50	
1.1.01.04.01	Manguila	\$1.300,00	
1.1.01.04.02	Guasaganda	\$1.600,00	
1.1.01.04.03	Pucayacu	\$2.000,00	
1.1.01.04.04	Tienda la Josefina	\$100,00	
1.1.01.04.05	Tienda recinto Playa	\$3.250,00	
1.1.01.05	Provisión Cuentas Incobrables	82,50	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$33.203,76
1.2.02.01	Tableros	\$700,00	
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros	\$126,00	
1.2.02.05	Perchas	\$850,00	
1.2.02.06	Depreciación acumulada de Perchas	\$153,00	
1.2.02.09	Escritorio	\$750,00	
1.2.02.10	Depreciación acumulada de Escritorio	\$135,00	
1.2.02.11	Equipos de computo	\$950,00	
1.2.02.12	Depreciación acumulada de equipos de computo	\$422,24	
1.2.02.03	Edificio	\$22.000,00	
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio	\$2.090,00	
1.2.02.13	Vehículos	\$16.000,00	
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos	\$5.120,00	
	TOTAL DE ACTIVOS		<u>\$70.417,26</u>
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$ 14.107,74
2.1.01	Proveedores	\$12.429,19	
2.1.01.01	Cuentas por pagar (fede maiz)	\$9.692,69	
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar	\$49,37	
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar	\$64,15	

2.1.08	Retención en la fuente por pagar 1%	\$157,50	
2.1.11	Retención en la fuente por pagar 10%	\$3,50	
2.1.07	IVA retenido por pagar 100%	\$42,00	
2.1.12	Provisión décimo tercer sueldo	\$44,00	
2.1.13	Provisión décimo cuarto sueldo	\$440,00	
2.1.14	Provisión fondos de reserva	\$44,00	
2.1.15	Provisión vacaciones	\$22,00	
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar	\$679,53	
2.1.17	Impuesto a la renta por pagar	\$132,50	
	TOTAL DEL PASIVO		\$14.107,74
3	PATRIMONIO		\$56.309,52
3.1.01	Capital social	\$37.147,00	
3.2.01	Reserva legal	\$1.916,25	
3.3.03	Utilidad del Ejercicio	\$10.496,27	
3.3.04	Utilidad del Ejercicio Anterior	\$6.750,00	
	TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$70.417,26

GERENTE

CONTADOR

3.2.2.4.1 Cálculo de depreciación de método de línea recta

FÓRMULA

$$\text{DEPRECIACIÓN} = \frac{\text{COSTO DEL BIEN} - \text{VALOR RESIDUAL}}{\text{AÑOS DE VIDA ÚTIL}}$$

TABLERO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{700-70}{10 \text{ años}} = \frac{630}{10 \text{ años}} = 63,00$$

PERCHA

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{850-85}{10 \text{ años}} = \frac{765}{10 \text{ años}} = 76,50$$

ESCRITORIO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{750-75}{10 \text{ años}} = \frac{675}{10 \text{ años}} = 67,50$$

EQUIPO DE CÓMPUTO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{950-316,64}{3 \text{ años}} = \frac{633,36}{3 \text{ años}} = 211,12$$

EDIFICIO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{22.000-1.100}{20 \text{ años}} = \frac{12.800}{20 \text{ años}} = 2.560$$

VEHÍCULO

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{Costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \frac{16.000-3.200}{5 \text{ años}} = \frac{12.800}{5 \text{ años}} = 2.560$$

3.2.2.5 Estado de flujo de Efectivo Distribuidora Erick

Cuentas	Costos Preoperacionales	Años				
		1	2	3	4	5
A. Ingresos Operacionales						
Ventas Maíz		\$114.120,00	\$120.293,89	\$126.801,79	\$133.661,77	\$140.892,87
Clientes		\$8.167,50	\$8.609,36	\$9.075,13	\$9.566,09	\$10.083,62
Total de ingresos operacionales		\$122.287,50	\$128.903,25	\$135.876,92	\$143.227,86	\$150.976,49
B. Egresos Operacionales						
Costos Ventas		\$83.024,00	\$87.515,60	\$92.250,19	\$97.240,93	\$102.501,66
Gastos de comercialización		\$36.000,00	\$37.947,60	\$40.000,57	\$42.164,60	\$44.445,70
Gastos de administración		\$14.738,95	\$15.536,32	\$16.376,84	\$17.262,82	\$18.196,74
Gastos de venta		\$3.882,50	\$4.092,54	\$4.313,95	\$4.547,33	\$4.793,35
Total		\$137.645,45	\$107.144,46	\$112.940,98	\$119.051,09	\$125.491,75
C. Flujo Operacional (A-B)		-\$15.357,95	\$21.758,79	\$22.935,94	\$24.176,77	\$25.484,74
D. Ingresos No Operacionales						
Valor residual de activos						
Valor residual capital de trabajo		\$0,00	-\$16.169,98	\$4.732,85	\$26.766,52	\$49.992,21
Total ingresos no operacionales						
E. Egresos No Operacionales						
Vehículo	\$16.000,00					
Edificios	\$22.000,00					
Equipos de oficina	\$950,00					
Muebles de oficina	\$2.300,00					
Capital de trabajo	-\$16.169,98					
Pago de impuesto a la renta		\$132,50	\$139,67	\$147,23	\$155,19	\$163,59
Pago 15% a trabajadores		\$679,53	\$716,29	\$755,04	\$795,89	\$838,95
Total de egresos no operacionales	\$25.080,02	\$812,03	\$855,96	\$902,27	\$951,08	\$1.002,54
F. Flujo No Operacional	-\$25.080,02	-\$812,03	-\$17.025,94	\$3.830,58	\$25.815,43	\$24.482,20
G. Flujo Neto Generador (C+F)	-\$25.080,02	-\$16.169,98	\$4.732,85	\$26.766,52	\$49.992,21	\$74.474,41
Tasa de Descuento		20%				
VAN			\$59.340,09			
TIR			42%			

3.2.2 Análisis de indicadores financieros de la Distribuidora Erick

3.2.8.1 Índice de liquidez

1.-Razón corriente

$$\text{Razón Corriente: } \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$37.213,50}{\$14.107,74} = 2,64$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” en su razón corriente para el año 2011 posee 2,64 veces en relación al pasivo corriente; cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la microempresa de pagar sus deudas.

2.- Prueba ácida

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$31.213,50}{\$14.107,74} = 2,21$$

En base a los resultados de la prueba ácida podemos determinar que para el año 2011 tiene el 2,21 lo que significa que la empresa tiene \$1.00 para cancelar la deuda de forma inmediata y todavía le queda un remate de 0,21 el cual puede utilizarse como capital de trabajo.

3. Rotación de cuentas por cobrar

$$\text{Días de promedio de cobro} = \frac{\text{Cuentas x cobrar} \times 360 \text{ días}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$2.940.300}{\$114.120,00} = 25,76$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” posee 25,76 días para hacer efectivo las cuentas por cobrar esto quiere decir que los depósitos se hacen efectivo en las cuentas por cobrar de la empresa en 24 días.

4.- Días de promedio de cobro

$$\text{Rotación de cuentas x cobrar} = \frac{\text{Rotación de cuentas a crédito}}{\text{Promedio cuentas x cobrar}} = \frac{\$ 67.500}{\$8.167,50} = 8,26$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” ha obtenido un periodo promedio de cobranzas de 8,26 evidentemente por cada \$1.00 que la empresa tiene en cuenta por cobrar le ingresan \$8,26 por conceptos de ventas a créditos, poniendo en evidencia el desenvolvimiento adecuado de la empresa.

3.2.2.2 Índice de endeudamiento

1.- Razón de patrimonio y pasivo

$$\text{Razón de patrimonio a pasivo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}} = \frac{\$ 56.309,52}{\$ 14.107,74} = 3,99\%$$

La Distribuidora de Maíz “Unión” ha alcanzado una razón de patrimonio a pasivo de \$ 3,99 es decir que por cada \$100.00 de patrimonio que pertenece a la empresa \$3,99 de obligaciones, reflejando un resultado aceptable de endeudamiento.

2.- Razón de patrimonio a activo

$$\text{Razón de Patrimonio a Activo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}} = \frac{\$ 56.309,52}{\$ 70.417,26} = 0,80$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” ha alcanzado una razón de patrimonio de \$0,80 es decir que por cada \$100.00 de patrimonio que pertenece a la empresa \$0,80 de activos dispone la empresa para hacer frente a las obligaciones por pagar, reflejando un resultado aceptable de endeudamiento.

3.- Razón de pasivo y activo

$$\text{Razón de pasivo a Activo} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}} = \frac{\$ 14.107,74}{\$70.417,26} = 0,20$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” tiene una razón de pasivo a activo de 0,20 significando este índice, que por cada \$100,00 de activos que pertenece la empresa tiene \$20 de obligaciones, lo que refleja un nivel de endeudamiento aceptable para la distribuidora.

3.2.2.3 Índices de productividad

1.- Margen de utilidad

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$10.496,27}{\$ 114.120,00} = 9,20$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” en este indicador ha obtenido un margen de utilidad de 9,20 % esto significa que por cada \$100,00 que vende la empresa obtiene una ganancia de \$ 9,20 reflejando un resultado no satisfactorio debido a que la tasa de descuento es del 20%.

2.- Margen utilidad bruto

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$ 31.096,00}{\$ 114.120,00} = 27,25 \%$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” refleja un margen de utilidad bruta de 27,25 expresando que por cada \$100.00 que vende la empresa tiene una ganancia bruta de \$27,25 es un resultado de productividad aceptable.

3.- Margen de operación

$$\text{Margen de Operación} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$ 12.474,55}{\$ 114.120,00} = 10,93$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” tiene un margen de utilidad de operación del 10,93 que expresa que por cada \$100,00 que vende la empresa tiene una ganancia de \$10,93 es un resultado no aceptable porque no es superior a la tasa de descuento de utilidad del 20%.

3.2.2.4 Índices de rentabilidad

1.- Tasa de rendimiento sobre inversiones patrimonio

$$\text{Razón sobre Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Promedio de activos totales}} = \frac{\$ 10.496,27}{\$ 70.417,26} = 14,91$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” presenta una tasa de rendimiento sobre el patrimonio de 14,91 significando que por cada \$100,00 de capital que pertenece a la empresa tiene una ganancia de \$14,91 es un indicador rentable que supera al 20%.

2.- Tasa de rendimiento sobre la inversión

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\$ 10.496,27}{\$ 56.309,52} = 18,64$$

La Distribuidora de Maíz “Erick” tiene una tasa de rendimiento sobre la inversión de activos 18,64 expresa que cada \$100.00 de activos que pertenece a la empresa, obtiene una ganancia de \$18,64 es un resultado de productividad aceptable.

3.2.3.5 VALOR ACTUAL NETO

Mediante el flujo de efectivo realizado hemos encontrado que la Distribuidora Erick contiene un valor actual neto que permite sustentar que la empresa si tiene una buena rentabilidad y cuenta con \$ 59.340,09 como dinero en efectivo, es un capital recuperado donde el inversionista podrá realizar cualquier inversión después que haya realizado todas sus actividades económicas.

Valor Actual neto (VAN) de la distribuidora Erick es: \$59.340,09

VAN: La inversión es factible en tanto la empresa es rentable.

3.2.3.6 Tasa interna de retorno

La tasa de retorno de la Distribuidora Erick

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 .

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

Mediante el flujo de efectivo de la distribuidora la tasa de retorno nos permite determinar si cuenta con dinero en efectivo para realizar cualquier inversión después de a ver recuperado el dinero invertido mediante todo el inicio sus actividades en el periodo contable.

La tasa interna de retorno Erick se ha determinado el 42% de su tasa interna de retorno que se puede decir que la empresa si es viable.

TIR la tasa 20%, la inversión es factible y convertible caso contrario el negocio no es rentable.

La tasa interna de retorno TIR es del 42 % y la de descuento es de 20% por lo que la Distribuidora Erick si es rentable porque el TIR es mayor que la tasa de descuento.

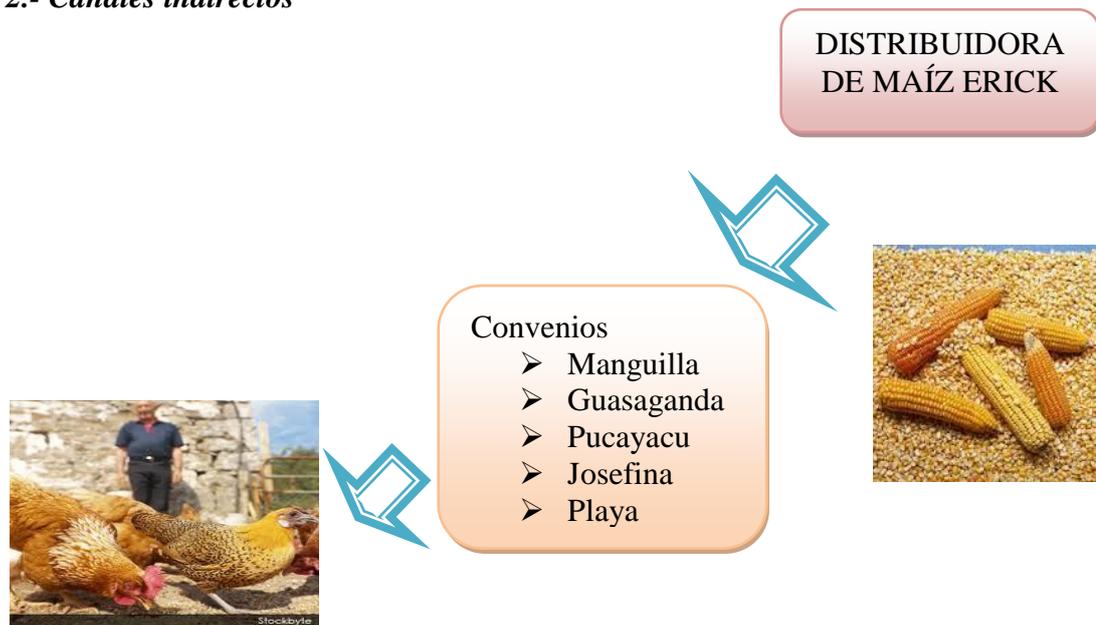
Tasa interna de retorno (TIR) Distribuidora Erick 42 %

3.2.3 Tipo de canales de comercialización de la Distribuidora Erick

1.- Comercialización directa

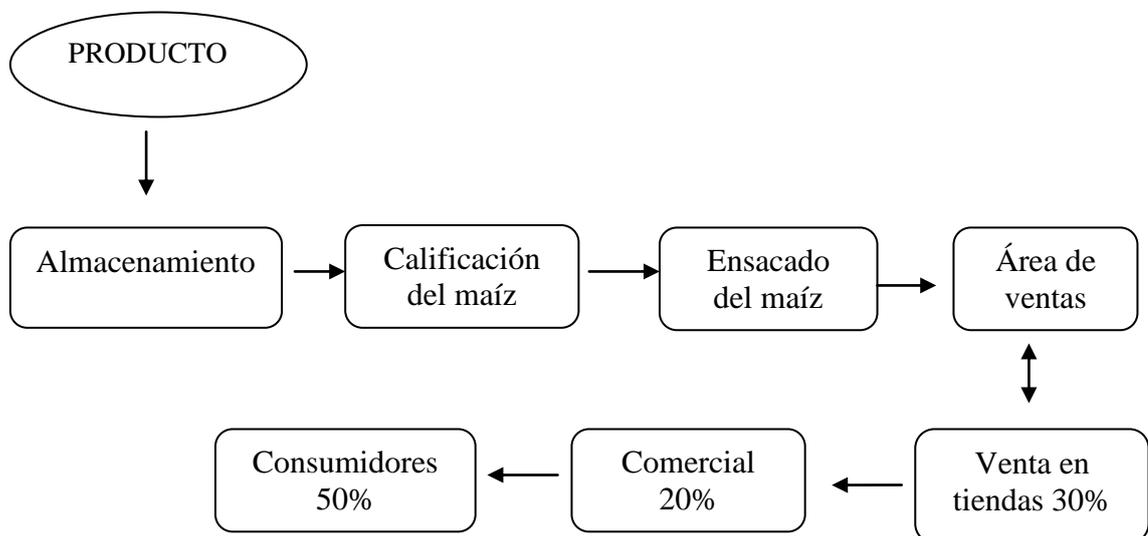


2.- Canales indirectos



3.2.3.1 Flujograma de la Distribuidora Erick

GRÁFICO N°28



Fuente: Distribuidora Erick

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.2.3.2 Actividad de distribución

1. La distribuidora inicia con el almacenamiento del producto.
2. Realiza la clasificación respectiva del maíz.
3. La distribuidora Erick realiza el ensacado del producto.
4. .Reporta al área de venta.
5. Se realiza el 30% de ventas en las tiendas.
6. El 20% son ventas en comerciales.
7. El 50% realizan a consumidores directos.

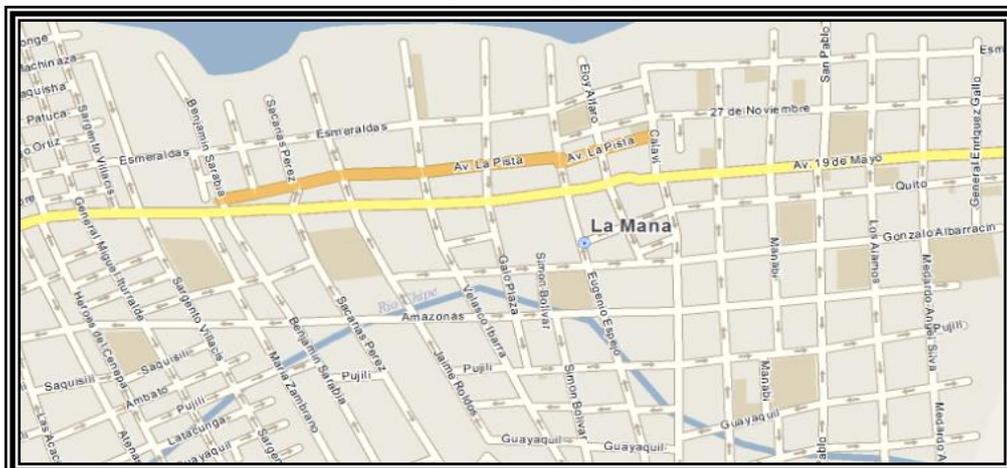
3.2.3.3 Imagen corporativa

GRÁFICO N°29



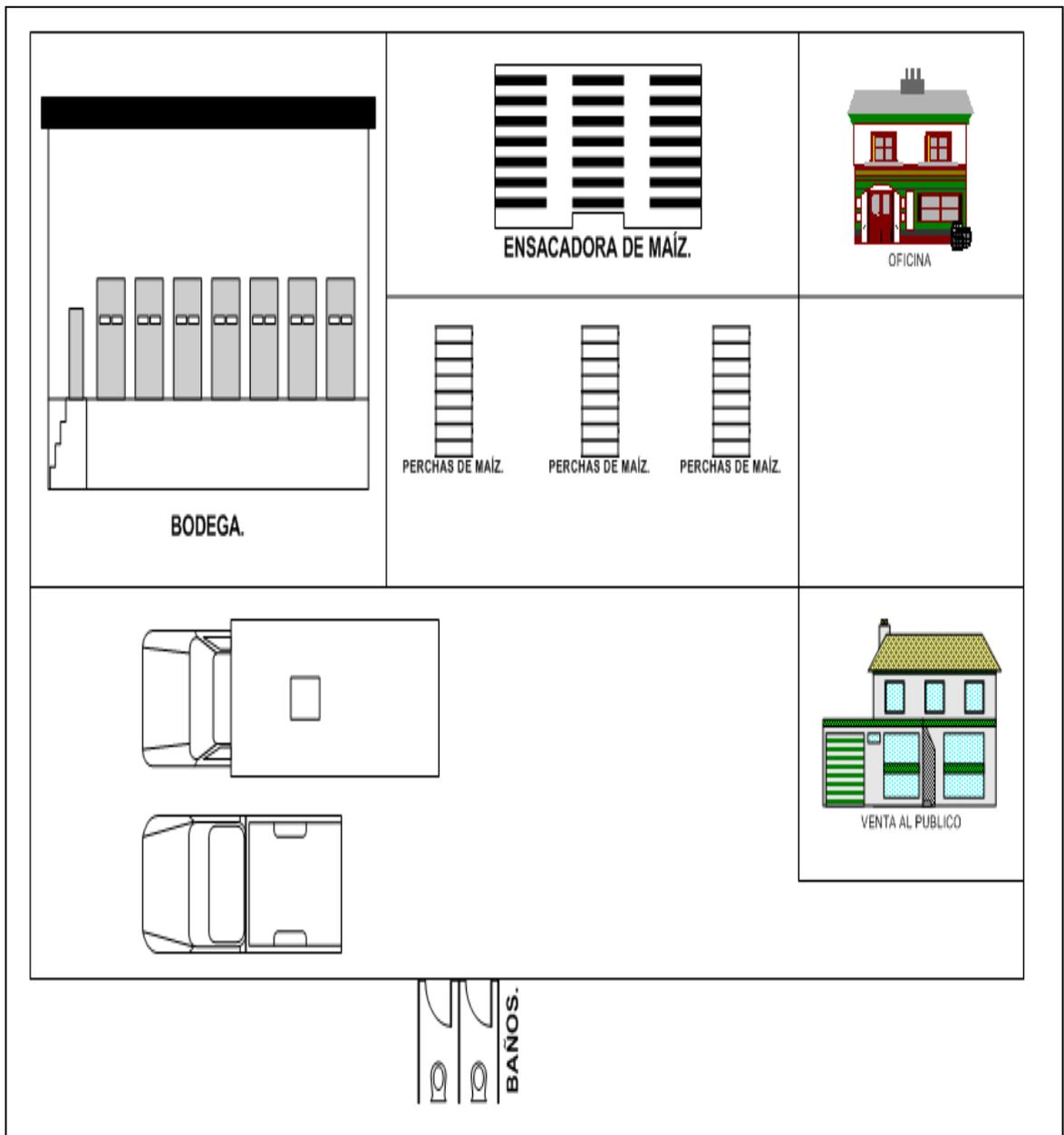
3.2.3.4 Ubicación geográfica

GRÁFICO N°30



3.2.3.5 Distribuidora de Planta Erick

GRÁFICO N°31



Fuente: Distribuidora Erick

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.2.3.6 INFORME DE RENTABILIDAD

Sra.

Nelly Freire

GERENTE PROPIETARIA DE DISTRIBUIDORA DE MAIZ ERICK

Presente

De mis consideraciones

Reciba saludos cordiales y deseos de éxitos en las funciones que Ud. desempeña diariamente.

La presente tiene como finalidad darle a conocer el resultado, una vez realizado el análisis financiero pertinente a su distribuidora procedemos a rendir el informe correspondiente; se ha podido determinar los índices de liquidez de la empresa así como el proceso de comercialización, canales de distribución y análisis de los ratios financieros donde se determina la rentabilidad que la misma.

Índice de liquidez	2.64%
Margen de utilidad	9,20%
Rentabilidad	18,64%
VAN	59.340,09
TIR	42%

La distribuidora de Maíz Erick , tiene como fortaleza principal la calidad de atención que se le brinda al cliente y tener los precios más bajos del mercado y poseer local propio, es otra de sus fortalezas poseer transporte, como oportunidad principal la ubicación geográfica estratégica, como debilidad el desconocimiento de comercialización y rentabilidad, como principal amenaza posee competencia con cliente fijos .

Es importante conocer los índices que se tomaron en cuenta para la realización de su análisis financiero, su empresa presenta una condición estable, con un margen de utilidad que le garantiza los estándares de competitividad y el crecimiento notorio.

Se le sugiere tomar muy en cuenta los resultados de los estados financieros para conocer a cabalidad el desenvolvimiento de sus actividades

Atentamente

Jessica Johanna Pérez Proaño
INVESTIGADORA

3.3 Distribuidora de maíz Kelvin

Distribuidora de Maíz Kelvin es una empresa que funciona varios años y se encuentra ubicado en la Av. Amazonas S/N y Álamos, con su propietaria la Sra. Gladys Asitumbay con una actividad que ha sido muy notable en el mercado.

Datos Informativos

Institución : Distribuidora de Maíz Kelvin
Ubicación : Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.
Dirección : Av. Amazonas y los Álamos
Actividad Económica : Compra y venta de Maíz
Representante Legal : Asitumbay Llumitaxi Gladys América
Ruc : 0502806441001

Perfil de la empresa



3.3.1 Análisis FODA

CUADRO N°12

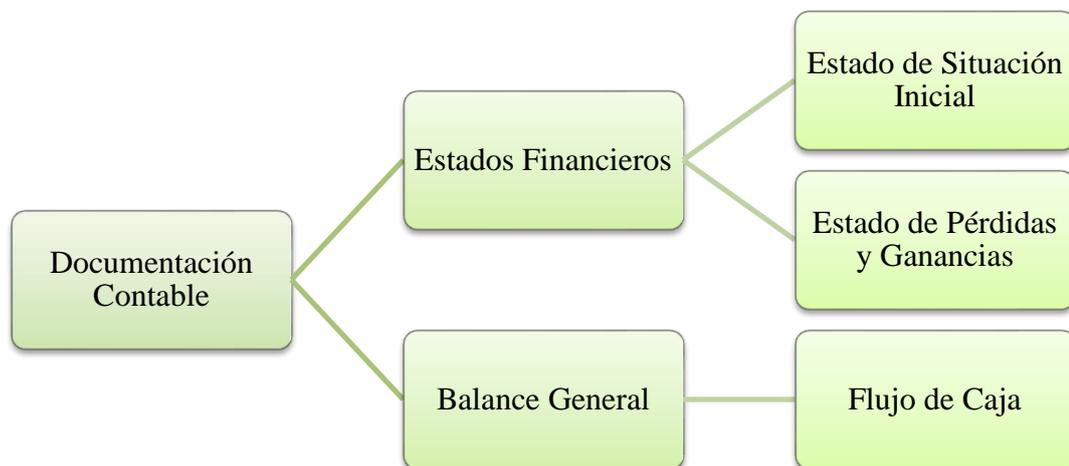
<p>FORTALEZA</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Calidad en la atención al cliente2.- Tiene los precios más bajos del mercado3.- Local propio4.- Convenios con pequeños distribuidores
<p>OPORTUNIDAD</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Inversiones mínimas2.- Ubicación estratégica que facilita la compra - venta3.- Convenio y pedidos con comisariatos4.- Entrega a tiempo
<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1.- No cuenta con un sistema elaborado2.- Sistema de control de ingreso restringido3.- Sistema contable de bajo nivel4.- Inexperiencia de la comercialización y rentabilidad
<p>AMENAZA</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Alto índice de competencia2.- Falta de transporte para la distribución directa de maíz3.- Tiene una cartera de crédito limitada

Fuente: Distribuidora Kelvin

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.3.1.2 Flujograma de proceso contable Distribuidora Kelvin

GRÁFICO N°32



Fuente: Distribuidora Kelvin

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.3.1.3 Estado de situación inicial

**DISTRIBUIDORA DE MAÍZ KELVIN
ESTADO DE SITUACION INICIAL
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010.**

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 15.025,90
1.1.01.01	Caja	\$ 2.000,00	
1.1.01.02	Caja Chica	\$ 100,00	
1.1.01.03	Bancos	\$ 8.530,00	
1.1.01.03.01	Banco Pichincha	\$ 3.631,00	
1.1.01.03.02	Cooperativa Virgen del Cisne	\$ 4.899,00	
1.1.02.04	Inventario de Maíz	\$ 3.500,00	
1.2.1.02.01	Maíz Amarillo	\$ 2.000,00	
1.1.02.02	Maíz Blanco	\$ 1.000,00	
1.1.02.03	Maíz Moro chillo	\$ 500,00	
1.1.01.04	Clientes	\$ 895,90	
1.1.01.04.01	Mana Agro	\$ 500,00	
1.1.01.04.02	Dos hermanos	\$ 395,90	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 31.954,10
1.2.02.12	Tableros	\$ 450,00	
1.2.02.13	Depreciación acumulada tableros	\$ 40,50	
1.2.02.06	Escritorio	\$ 560,00	
1.2.02.07	Depreciación acumulada de Escritorio	\$ 50,40	
1.2.02.02	Edificio	\$ 22.000,00	
1.2.02.03	Depreciación acumulada de edificio	\$ 1.045,00	
1.2.02.10	Vehículos	\$ 12.000,00	
0.2.02.11	Depreciación acumulada vehículos	\$ 1.920,00	
	TOTAL DE ACTIVOS		<u><u>\$ 46.980,00</u></u>
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$ 3.980,00
2.1.01	Proveedores	\$ 3.980,00	
2.1.01.01	Cuentas por pagar Apro Agro	\$ 3.980,00	
	TOTAL DEL PASIVO		<u><u>\$ 3.980,00</u></u>
3	PATRIMONIO		\$ 43.000,00
3.1.01	Capital social	\$ 34.000,00	
3.3.03	Utilidad del Ejercicio	\$ 8.100,00	
3.2.01	Reserva legal	\$ 900,00	
	TOTAL DEL PASIVO MAS PATRIMONIO		<u><u>\$ 46.980,00</u></u>

GERENTE

CONTADOR

3.3.1.4 Estado de pérdidas y ganancias

**DISTRIBUIDORA DE MAÍZ "KELVIN"
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

4	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01.1	Venta de Maíz	\$93.600,00	
5.4.1	Costos de Ventas	\$64.964,00	
3.3.01	Utilidad Bruta en Ventas		\$28.636,00
5	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$9.528,81
5.1.01	Sueldos y salarios	\$3.168,00	
5.1.02	Honorarios Profesionales	\$40,00	
5.1.05	Aporte patronal IESS	\$384,91	
5.1.06	Décimo tercer sueldo	\$264,00	
5.1.07	Décimo cuarto sueldo	\$220,00	
5.1.09	Vacaciones	\$132,00	
5.1.08	Fondos de reserva	\$264,00	
5.1.15.01	Depreciación acumulada de edificio	\$1.045,00	
1.2.02.13	Depreciación acumulada tableros	\$40,50	
0.2.02.11	Depreciación acumulada vehículos	\$1.920,00	
1.2.02.07	Depreciación acumulada de Escritorio	\$50,40	
5.1.11	Servicios básicos	\$2.000,00	
5.2	GASTOS DE VENTAS		\$6.645,00
5.2.1	Publicidad	\$2.000,00	
5.2.2	Combustibles	\$1.800,00	
5.2.4	Mantenimiento de vehículos	\$1.800,00	
5.2.3	Suministros de Comercialización	\$1.000,00	
5.1.15.06	Gastos de provisión cuenta incobrables	\$ 45,00	
	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$12.462,19
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar		\$1.869,33
	UTILIDAD DESPUES DE PARTIC.		
	TRABAJADORES		\$10.592,86
2.1.17	Impuesto a la renta por pagar		\$69,14
	UTILIDAD DESPUES DE PARTICION AL FISCO		\$10.523,72
3.2.01	Reserva legal		\$1.052,37
3.3.03	Utilidad del Ejercicio		<u>\$9.471,35</u>

GERENTE

CONTADOR

3.3.1.4.1 Cálculo costo de venta

CUADRO N°13

COSTO DE VENTA

DISTRIBUIDORA DE MAÍZ KELVIN

Fórmula:

Inventario Inicial + Compras Netas - Inventario Final = Costo Venta

COSTO DE VENTA	
Inventario Inicial	\$ 3.500,00
+ Compras netas	\$65.644,00
- Inventario final	\$ 4.200,00
= Total	\$64.964,00

Fuente: Distribuidora Kelvin

Elaborado: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.3.1.4.2 Cálculo de ventas

CUADRO N°14

VENTAS

VENTA	QUINTALES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Maíz Amarillo	2.578	\$18,00	\$46.404
Maíz Blanco	1.926	\$18,00	\$34.668
Maíz Moro chillo	696	\$18,00	\$12.528
Total			\$93.600

Fuente: Distribuidora Kelvin

Elaborado: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.3.1.5 Balance general

**DISTRIBUIDORA DE MAÍZ KELVIN
BALANCE GENERAL
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011.**

1	ACTIVOS		
1.1.01	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 31.894,67
1.1.01.01	Caja	\$ 5.000,00	
1.1.01.02	Caja Chica	\$ 100,00	
1.1.01.03	Bancos	\$18.139,67	
1.1.01.03.01	Banco Pichincha	\$ 10.232,00	
1.1.01.03.02	Cooperativa Virgen del Cisne	\$ 7.907,67	
1.2.1.02.01	Inventario de Maíz	\$ 4.200,00	
1.1.02.02	Maíz amarillo	\$ 2.180,00	
1.1.02.03	Maíz blanco	\$ 1.120,00	
1.1.02.04	Maíz morochillo	\$ 900,00	
1.1.01.04	Clientes	\$ 4.455,00	
1.1.01.04.01	Dos hermanos	\$ 3.500,00	
1.1.01.04.02	Mana Agro	\$ 1.000,00	
1.1.01.08	Provisión cuentas incobrables	\$ 45,00	
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 28.898,20
1.2.02.12	Tableros	\$ 450,00	
1.2.02.13	Depreciación acumulada tableros	\$ 81,00	
1.2.02.06	Escritorio	\$ 560,00	
1.2.02.07	Depreciación acumulada de Escritorio	\$ 100,80	
1.2.02.02	Edificio	\$22.000,00	
1.2.02.03	Depreciación acumulada de edificio	\$ 2.090,00	
1.2.02.10	Vehículos	\$12.000,00	
0.2.02.11	Depreciación acumulada vehículos	\$ 3.840,00	
	TOTAL DE ACTIVOS		<u>\$ 60.792,87</u>
2	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		7.269,15
2.1.01	Proveedores	\$ 4.912,12	
2.1.01.01	Cuentas por pagar Apro Agro	\$ 4.912,12	
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar	\$ 24,68	
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar	\$ 32,08	
2.1.08	Retención en la fuente por pagar 1%	\$ 78,00	
2.1.11	Retención en la fuente por pagar 10%	\$ 4,00	
2.1.07	IVA retenido por pagar 100%	\$ 4,80	
5.1.06	Décimo tercer sueldo	\$ 22,00	
5.1.07	Décimo cuarto sueldo	\$ 220,00	
5.1.08	Fondos de reserva	\$ 22,00	

5.1.09	Vacaciones	\$ 11,00	
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar	\$ 1.869,33	
2.1.17	Impuesto a la renta por pagar	\$ 69,14	
	TOTAL DEL PASIVO		\$ 7.269,15
3	PATRIMONIO		\$ 53.523,72
			\$
3.1.01	Capital social	34.000,00	
3.2.01	Reserva legal	\$ 1.952,37	
3.3.03	Utilidad del Ejercicio	\$ 9.471,35	
3.3.04	Utilidad Ejercicios Anteriores	\$ 8.100,00	
	TOTAL DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 60.792,87

GERENTE

CONTADOR

3.3.1.5.1 Cálculo de depreciación método de línea recta

$$\text{DEPRECIACIÓN} = \frac{\text{COSTO DEL BIEN} - \text{VALOR RESIDUAL}}{\text{AÑOS DE VIDA UTIL}}$$

TABLERO

$$\text{Depreciación: Costo del bien -valor residual} = \frac{450-45}{10 \text{ años}} = \frac{405}{10 \text{ años}} = 40,50$$

ESCRITORIO

$$\text{Depreciación: Costo del bien -valor residual} = \frac{560-56}{10 \text{ años}} = \frac{504}{10 \text{ años}} = 50,40$$

EDIFICIO

$$\text{Depreciación: Costo del bien -valor residual} = \frac{22.000 - 1.100}{20 \text{ años}} = \frac{9.600}{20 \text{ años}} = 1.045$$

VEHÍCULO

$$\text{Depreciación: Costo del bien -valor residual} = \frac{1.200 - 2.400}{5 \text{ años}} = \frac{9.600}{5 \text{ años}} = 1.920$$

3.3.3.6 Flujo de Caja de Distribuidora Kelvin

Cuentas	COSTOS		AÑOS			
	PREOPERACIONALES	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
ventas de maíz		\$93.600,00	\$98.663,76	\$104.001,47	\$109.627,95	\$115.558,82
Clientes		\$4.455,00	\$4.696,02	\$4.950,07	\$5.217,87	\$5.500,16
Total de ingresos operacionales		\$98.055,00	\$103.359,78	\$108.951,54	\$114.845,82	\$121.058,98
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Venta		\$64.964,00	\$68.478,55	\$72.183,24	\$76.088,36	\$80.204,74
Gasto de comercialización		\$30.000,00	\$31.623,00	\$33.333,80	\$35.137,16	\$37.038,08
Gastos de administración		\$9.528,81	\$10.044,32	\$10.587,72	\$11.164,75	\$11.768,76
Gastos de venta		\$6.645,00	\$7.004,49	\$7.383,44	\$7.782,88	\$8.203,94
Total		\$111.137,81	\$85.527,37	\$90.154,40	\$95.035,99	\$100.177,43
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		-\$13.082,81	\$17.832,41	\$18.797,14	\$19.809,83	\$20.881,54
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Valor residual de activos						
Valor residual capital de trabajo		\$0,00	-\$15.021,28	\$767,78	\$17.411,04	\$34.950,45
Total ingresos no operacionales			-\$15.021,28	\$767,78	\$17.411,04	\$34.950,45
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Edificio	\$22.000,00					
Escritorio	\$560,00					
Tableros	\$ 450,00					
Vehículo	\$12.000,00					
Capital de trabajo	-\$15.021,28					
Pago de impuesto a la renta		\$69,14	\$72,88	\$76,83	\$80,98	\$85,36
Pago 15% a trabajadores		\$1.869,33	\$1.970,46	\$2.077,06	\$2.189,43	\$2.307,88
Total de egresos no operacionales	\$19.988,72	\$1.938,47	\$2.043,34	\$2.153,89	\$2.270,41	\$2.393,24
F. FLUJO NO OPERACIONAL	-\$19.988,72	-\$1.938,47	-\$17.064,63	-\$1.386,11	\$15.140,62	\$32.557,21
G. FLUJO NETO GENERADOR (C+F)	-\$19.988,72	-\$15.021,28	\$767,78	\$17.411,04	\$34.950,45	\$53.438,76
TASA DE DESCUENTO		20%				
VAN			\$36.422,08			
TIR			34%			

3.3.2 Análisis de indicadores financieros Distribuidora de Maíz Kelvin

3.3.2.1 Índices de liquidez

1.- Razón corriente

$$\text{Razón Corriente: } \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$ 31.894,67}{\$ 7.269,15} = 4,39$$

El uso adecuado de este ratio permite definir el margen de rentabilidad de la microempresa en su razón corriente. Distribuidora de Maíz en su razón corriente para el año 2011 posee 4,39 veces en relación al pasivo corriente; cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la microempresa de pagar sus deudas.

2.- Prueba ácida

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$27694,67}{\$ 7.269,15} = 3,81$$

En base a los resultados de la prueba ácida podemos determinar que para el año 2011 tiene el 3,81 lo que significa que la empresa tiene \$1.00 para cancelar la de deuda de forma inmediata y todavía le queda un remate de 0,81 el cual puede utilizarse como capital de trabajo.

3.- Periodo promedio de cobranza

$$\text{Días promedio cobro} = \frac{\text{Cuentas cobrar} \times 360}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$1.603.80}{\$93.600,00} = 17,13$$

Distribuidora de Maíz “Kelvin” posee 17,13 días para hacer efectivo las cuentas por cobrar, esto quiere decir que los depósitos se hacen efectivos en las cuentas por cobrar de la empresa en 16 días.

4.- Rotación de cuentas por cobrar

$$\text{Rotación de cuentas x cobrar} = \frac{\text{Venta netas a crédito}}{\text{Promedio cuentas x cobrar}} = \frac{\$ 28.080,00}{\$ 4.455,00} = 6,30$$

La Distribuidora de Maíz “**Kelvin**” ha obtenido un periodo promedio de cobranzas de 6,30 evidentemente por cada \$1.00 que la empresa tiene en cuenta por cobrar le ingresan \$6,30 por conceptos de ventas a créditos, poniendo en evidencia el desenvolvimiento adecuado de la empresa.

3.3.2.2 Índices de endeudamiento

1.- Razón de patrimonio y pasivo

$$\text{Tasa razón de patrimonio a pasivo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}} = \frac{\$53.523,72}{\$7.269,15} = 7,36$$

La Distribuidora de Maíz “**Kelvin**” ha alcanzado una razón de patrimonio a pasivo de \$ 7,36 es decir que por cada \$100.00 de patrimonio que pertenece a la empresa \$ 7,36 de obligaciones reflejando un resultado aceptable de endeudamiento.

2.- Razón de patrimonio activo

$$\text{Razón de patrimonio activo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}} = \frac{\$ 53.523,72}{\$ 60.797,87} = 0,88$$

La Distribuidora de Maíz “**Kelvin**” ha alcanzado una razón de patrimonio de \$0,88 es decir que por cada \$100.00 de patrimonio, que pertenece a la empresa, \$88,00 son de activos, lo que se dispone para hacer frente a las obligaciones por pagar, reflejando un resultado aceptable de endeudamiento.

3.- Razón de pasivo y activo

$$\text{Razón de Pasivo a Activo} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}} = \frac{\$7.269,15}{\$31.894,67} = 0,23$$

La Distribuidora de Maíz “Kelvin ” tiene una razón de pasivo a activo de 0,23 significando este índice, que por cada \$100,00 de activos que pertenece la empresa tiene \$0,23 de obligaciones, lo que refleja un nivel de endeudamiento aceptable para la distribuidora.

3.3.2.3 Índice de productividad

1.- Margen de utilidad neta

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$9.471,35}{\$93.600,00} = 10,12\%$$

La Distribuidora de Maíz “Kelvin ” en este indicador ha obtenido un margen de utilidad de 10,12% esto significa que por cada \$100,00 que vende la empresa obtiene una ganancia de \$10,12 reflejando un resultado no satisfactorio, debido a que la tasa de descuento es del 20%.

2.- Margen de operación

$$\text{Utilidad de operación} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$12.462,19}{\$93.600,00} = 13,31\%$$

La Distribuidora de Maíz “Kelvin” tiene un margen de utilidad de operación del 13,31 que expresa que por cada \$100,00 que vende la empresa tiene una ganancia de \$13,31, es un resultado no aceptable porque no es superior a la tasa de descuento de utilidad del 20%.

3.3.2.4 Índices de rentabilidad

1.- Tasa de rendimiento sobre el patrimonio

$$\text{Tasa rendimiento sobre inversión activos} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Promedio activos totales}} = \frac{\$9.471,35}{\$60.792,87} = 15,58$$

La Distribuidora de Maíz “**Kelvin**” tiene un margen de utilidad de operación del 15,58 que expresa que por cada \$100,00 que vende la empresa tiene una ganancia de \$15,58 es un resultado no aceptable porque no es superior a la tasa de descuento de utilidad del 20%.

2.- Tasa de rendimiento sobre la inversión

$$\text{Rendimiento sobre inversión accionistas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\$9.471,35}{\$53.523,72} = 17,70$$

La Distribuidora de Maíz “**Kelvin**” tiene una tasa de rendimiento sobre la inversión de activos 17,70 expresa que cada \$100.00 de activos que pertenece a la empresa, obtiene una ganancia de \$ 17,70 es un resultado de productividad aceptable.

3.3.2.5 Valor actual neto

Valor actual neto de la Distribuidora Kelvin.

Mediante el flujo de efectivo realizado hemos encontrado que la distribuidora contiene un valor actual neto que permite sustentar que la empresa si tiene una adecuada rentabilidad y cuenta \$36.422,08 como dinero en efectivo, es un capital recuperado donde el inversionista podrá realizar cualquier inversión después que haya realizado todas sus actividades económicas.

Valor actual neto (VAN) de la Distribuidora Kelvin : \$36.422,08 VAN : La inversión es factible en tanto la empresa es rentable .

3.3.2.6 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno la Kelvin se ha determinado el 34 % de su tasa interna de retorno que se puede decir que la empresa si es válida.

TIR la tasa 20%, la inversión es factible y convertible caso contrario el negocio no es rentable.

La tasa interna de retorno TIR es del 34 % y la de descuento es de 20% por lo que la distribuidora si es rentable porque el TIR es mayor que la tasa de descuento.

Tasa interna de retorno (TIR) Kelvin 34 %.

3.3.3 Tipo de canales de comercialización Distribuidora Kelvin

1.- Comercialización directa

DISTRIBUIDORA DE MAÍZ KELVIN



2.- Comercialización indirecta

DISTRIBUIDORA KELVIN



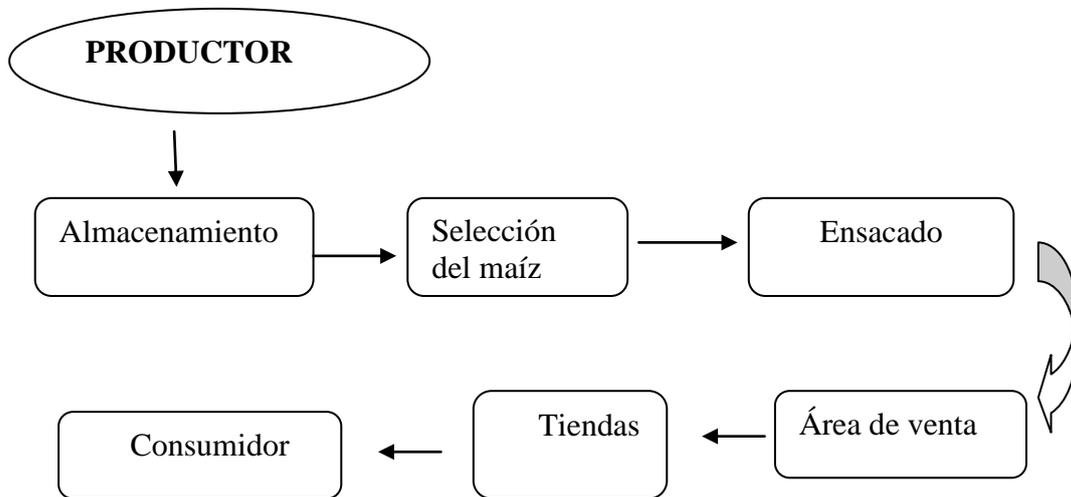
Dos Hermanos
Mana Agro

CONSUMIDOR FÍNAL



3.3.3.1 Flujograma Distribución Kelvin

GRÁFICO N°33



Fuente: Distribuidora Kelvin

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.3.3.2 Actividad de Distribución

1. La distribuidora inicia con el almacenamiento del producto.
2. Recibe y hace la respectiva selección del maíz.
3. Realiza el ensacado del producto.
4. La mercadería después de ser seleccionada pasa al área de ventas.
5. El producto es distribuido por tiendas.

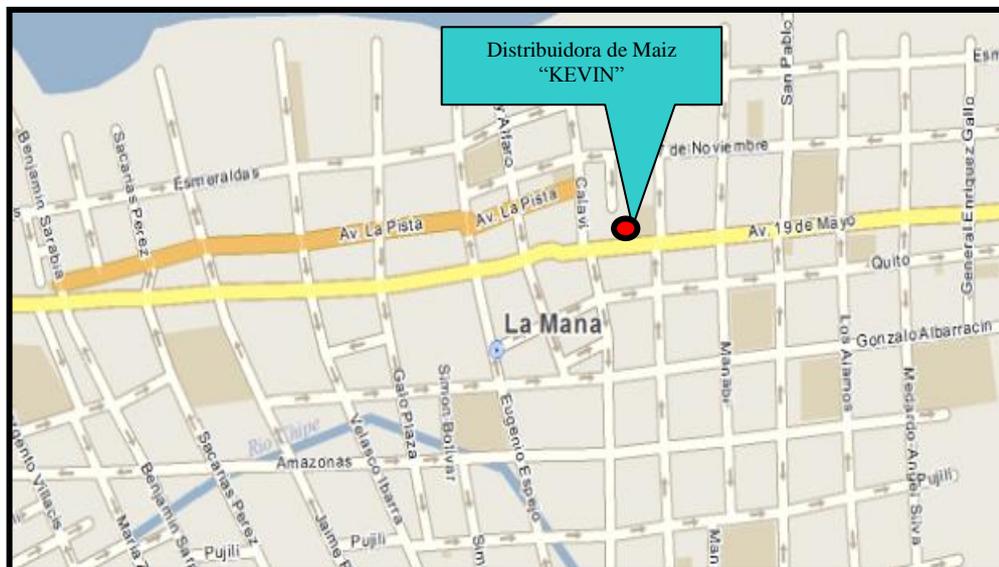
3.3.3.3 Imagen corporativa

GRÁFICO N°34



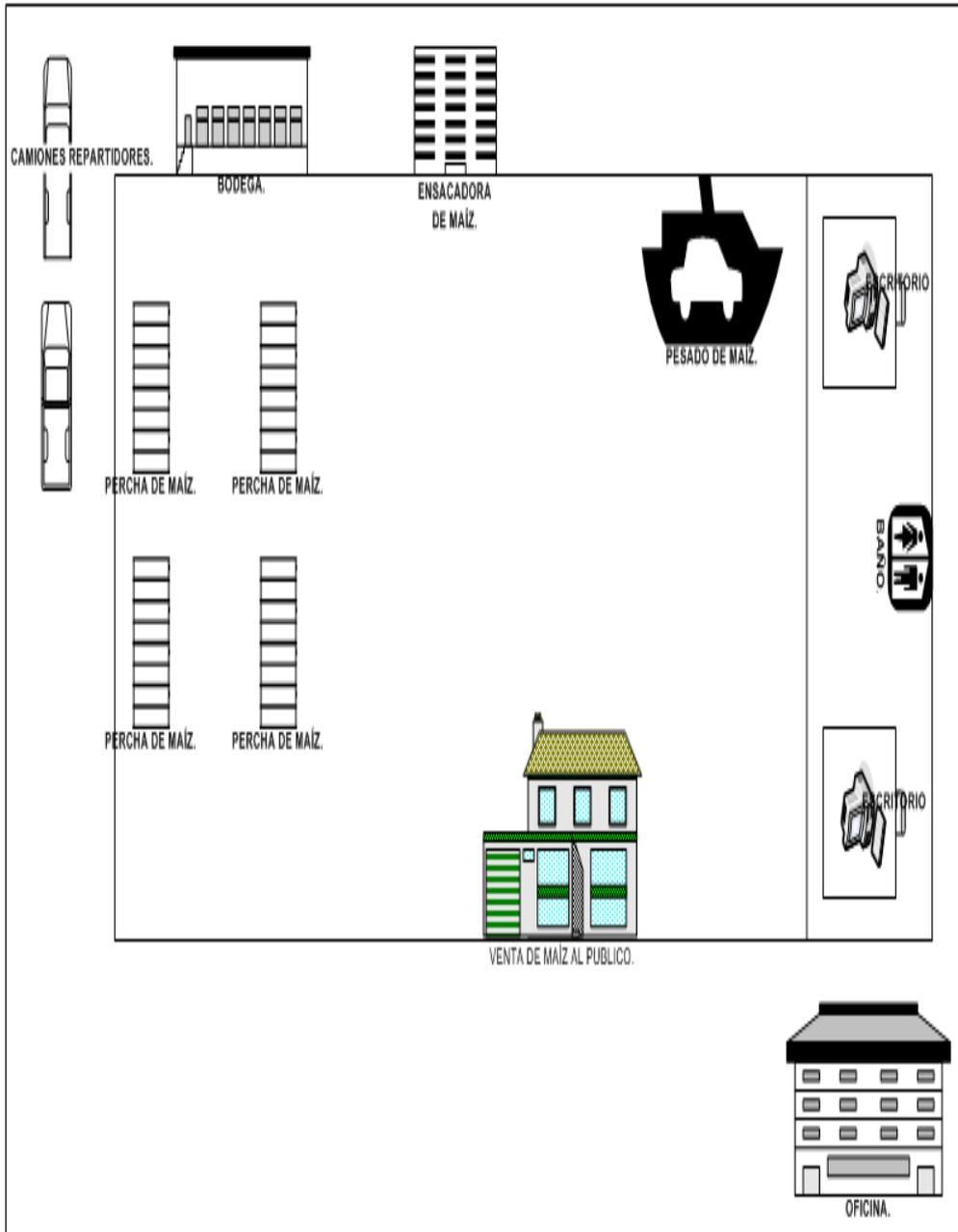
3.3.3.4 Ubicación geográfica

GRÁFICO N°35



3.3.3.5 Distribuidora de Planta Kelvin

GRÁFICO N°36



Fuente: Distribuidora Kelvin

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

3.3.3.6 INFORME DE RENTABILIDAD

Sra.

Gladys Asitumbay

GERENTE PROPIETARIA DE DISTRIBUIDORA DE MAÍZ KELVIN

Presente

De mis consideraciones

Reciba saludos cordiales y deseos de éxitos en las funciones que Ud. desempeña diariamente.

La presente tiene como finalidad darle a conocer los resultados, una vez realizado el análisis financiero pertinente a su distribuidora, procedemos a rendir el informe correspondiente hemos podido determinar los índices de liquidez, de la empresa así como el proceso de comercialización, canales de distribución y análisis de los ratios financieros, donde se determina la rentabilidad de la misma.

Índice de Liquidez	4,39 %
Margen de Utilidad	10,12%
Rentabilidad	15,58%
VAN	\$36.422,08
TIR	34%

La Distribuidora de Maíz Kelvin , tiene como fortaleza poseer local propio, transporte propio, como oportunidad principal convenio y pedidos, como debilidad encontramos inexperiencia de la comercialización y rentabilidad, y como amenaza la Distribuidora de Maíz Kelvin cartera de crédito limitada y captación del producto en el mercado.

Es importante hacer conocer los datos de los índices que se tomaron en cuenta para la realización de su análisis financiero, su empresa presenta una condición

estable con un margen de utilidad que le garantiza los estándares de competitividad y como se aprecia en las proyecciones mantiene un rango de crecimiento notorio.

Se le sugiere tomar muy en cuenta los resultados de los estados financieros para conocer a cabalidad el desenvolvimiento de sus actividades

Atentamente

Jessica Johanna Pérez Proaño
INVESTIGADORA

3.4 Impacto económico de las distribuidoras de maíz

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 distribución al por mayor de maíz es de 42 personas, mientras que el comercio minorista de maíz suma alrededor de 108 empleados, es decir, que 150 habitantes de la localidad están empleados en empresas dedicadas a la distribución de maíz

A ellos se suman alrededor de 600 personas que trabajan en distribuidoras que compran maíz y lo comercializan al por menor, en tiendas y comisariatos, lo que incrementa el número de personas empleadas en las actividades de distribución de maíz a 750 habitantes, que representa el 3,51% de la PEA y el 7,48% de la población con empleo.

Esto significa que si la distribución de maíz desaparece del mercado Lamanence, por lo menos 8 de cada 100 trabajadores quedarán en el desempleo, aumentando la tasa de desempleo en el 7,48%, en cambio sí se incrementan las empresas distribuidoras de maíz 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.

Cada trabajador que labora en la distribución de maíz tiene un sueldo promedio de \$650,00 aproximadamente, donde los empleados administrativos tienen niveles promedios de sueldos de \$870,00 y los operadores devengan sueldos promedios

de \$350,00, mientras que los vendedores comisionistas pueden ganar hasta \$680,00 en promedio.

La actividad de la distribución de maíz, 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 Lamanence.

En lo que corresponde a la relación entre la distribución de maíz en el cantón La Maná y su influencia en la economía ecuatoriana, se ha evidenciado que esta localidad participa con el 2,69% de la distribución de maíz a nivel nacional, es decir, que de cada 100 sacos de maíz que se distribuyen en el Ecuador, 3 son distribuidos por algún establecimiento Lamanence.

De acuerdo a la información proporcionada por el Banco Central, la distribución nacional de maíz 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 maíz participa con el 22,5% del PIB.

Esto quiere decir, que de cada \$100,00 generados por todas las empresas que realizan actividades agrícolas, \$3,00 lo generan los establecimientos dedicados a la distribución de maíz

Por tanto, la actividad que generan las empresas dedicadas a la distribución de maíz podría 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 a trabajadores de la Maná.

4.- Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

1.- El primer capítulo permitió conocer los fundamentos teóricos de la comercialización y la rentabilidad con diferentes autores para la realización del marco teórico y su estructura, convirtiéndose en el pilar fundamental de la investigación para su desarrollo.

2.- En el segundo capítulo una vez realizada las encuestas a los consumidores y empresarios se demuestra que si existe el desconocimiento de los involucrados con el tema de estudio, lo que permitió sustentar la factibilidad de la tesis, organizado la información y la elaboración adecuada de la propuesta acerca de la comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz.

3.- El tercer capítulo es relativo al estudio de la comercialización y rentabilidad económica de las distribuidoras de maíz en el cantón La Maná, el cual permitió determinar que todas son rentables, aunque con diferencias en sus procesos de comercialización

4.2 Recomendaciones

1.- El conocimiento sobre la comercialización y rentabilidad es de vital importancia para que la empresa pueda sobresalir o mantener estabilidad en el mercado que cada vez que se encuentra más competitivo, es por ello que se recomienda realizar estudios anuales.

2.- Se ha demostrado que la rentabilidad de la comercialización del maíz es amplia que las tres distribuidoras de estudio presenta un índice económico que los ubica como distribuidoras sólidas dentro de este mercado, sin embargo se recomienda que mantengan organizada su contabilidad y apliquen sistemas contables.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

5.1 BIBLIOGRAFIAS

ALVARES Reyes Néstor, Curso Básico. Economía; Segunda Edición .Santa fe Bogotá ,2008 .300pg .ISBN:958-600-917-8.

AYALA, Jorge. Fundamentos de Finanzas para el empresario moderno .Primera Edición .Ecuador, Guayaquil ,2009.827pg .ISBN:84-494-2756-1.

BRAVO Robert .Macroeconomía .Primera Edición .España, Madrid; 2007.430 pg. ISBN :84-481-0968-6 .

BRAVO Valdivieso Mercedes, Urbina Tapia Carnita .Contabilidad de costos ;Primera Edición ,Quito Ecuador ,2008.329.pg.ISBN:978-9978-45-849-5.

BERNANKE Ben S; Frank Robert H, Microeconomía, Tercera Edición, Madrid .2008; 496 pg. .ISBN:978-0007-312567-1.

CABALLERO Miguez Gonzalo, Freijeiro Álvarez Ana Belén, Dirección Estratégica de las Pymes, Primera Edición Bogotá ,2010; 168pg .ISBN:978-958-867-512-7.

CHIAVENATO, Idalberto Introducción de la Teoría de la Administración .Quinta Edición .Mexico; 2008.458pg.ISBN:98-92-75-913-9.

COUTER MARY, Sthepen Philip .Administration. Quinta Edición .España; 2008; 609pg. ISBN :970-26-0763-9.

CONE Jaw, Comercialización .Primera Edición .México ,2008; 530p.ISBN:71-24-18-743-6 .

CUEVAS, Carlos Fernando . Contabilidad de Costos, Segunda Edición, Colombia, Bogotá, Prinlece Hall, 2008;520 pg. ISBN :958-699-037-0.

CARILLO Ider, Comercialización, Quinta Edición. México Graw-hill interamericana ,2009; 400pg. ISBN:957-62-75-528.

ESPEJO Jaramillo Lupe Beatriz, Primera Edición. México 2009;484pg .ISBN:978-99778-09-980-3.

ESTUPIÑAN Gaitán Rodrigo, Estado de Flujo de Efectivo, Tercera Edición ,Bogota,2009; 300pg .ISBN:97-958-648-628-1.

FREDERICK Newell ,Las nuevas reglas de Marketing .Rosas María (Trad):Primera Edición . México ,2010;315 p. ISBN:970-10-1775-7.

GISPET Carlos ,Océano Ilustrado de Ciencias y Tecnológicas Económicas ;Bogo Verónica (Coord), Primera Edición .España Murcia Milanesat, 2008;735pg.ISBN :84-494-2866-1.

GITMAN.J .Lawrence, Principios de Administración Financiera Octava Edición .Mexico;2010;696pg.ISBN:968-444-342-0.

GOXENS Antonio ,Goxens Ángeles. Enciclopedia Práctica de la Contabilidad . Barcelona España Océano ,2008.832pg .ISBN:84-494-0694-3.

GONZALES Arguinzones Ubaldo, El maíz y los productos de su Industrialización. México Tillas,2009.168pg.ISBN:978-607-17-1769-6.

HOUNGREEN Charles ,Contabilidad de costos . Octava Edición . Colombia , Bogotá ,2007.490p.ISBN :968-880-502-5.

HUICOCHEA Alsina Emilio , Contabilidad de Costo ,Tercera Edición .Mexico,2010 .215.pg.ISBN : 978-60717-0516-7.

KATO Takeo, MAPES Cristina .Origen y diversidad del maíz .Primera Edición, México ;2009, 100p .ISBN 978-607-02-0684-9.

LOPEZ Carlos .Rentabilidad .Primera Edición .España ,Madrid ; 2008,420pg. ISBN :1278-840-368-4.

LOPEZ Alejandro, Cuaderno de trabajo de Contabilidad enfocada a la Nif Segunda Edición ,Mexico.2011,216 pg.ISBN:978-607-05.

LOPEZ Romero Álvaro Javier ,Principios de contabilidad , cuarta edición México ,2010,489pg.ISBN:978-607-15-0286-5.

LOZADA Alfredo, Comercialización, Cuarta edición España, Barcelona,2009,250pg.ISBN: 871-85-45-78-123-14.

MANKIN Gregory. Principios de la Economía .Tercera Edición .España Madrid ;2008.390 pg. ISBN :84-481-1422-1.

MENDEZ Silvestre .Fundamentos de la Economía .Tercera Edición Colombia ,Bogotá ;2009,206pg.ISBN :970-10-1020-5.

MOCHÓN Marcillo Francisco .Principios de Economía . Tercera Edición España ;2008, 593 pg. ISBN :84-481-4656-5.

NAVAS ,Gonzalo .Marketing en el Mercado. Eugenia Lindegaard (Prol):Tercera Edición .España Salamanca Tourus,2009,751pg .ISBN:84-494-2325-2.

NUÑEZ Hernández Gregorio ,Maíz Forrajero de alto rendimiento y calidad nutricional, Primera Edición ,México ;2008,254pg.ISBN:970-43-0092-1.

PARKIN Michael ,Macroeconomía .Séptima Edición , Mexico;2009 ,560 pg. ISBN :978-970-26-0717-5.

PARKIN Michael , Proyecto de Comercialización., Segunda edición Colombia, Bogotá: Editorial Printece Hal,2009,589 pg. ISBN: 958-699-037-0.

PABÓN Barajas Hernán, Fundamentos de costos. Primera Edición . Bogotá Alfa omega Colombia ,2010,480pg ISBN:978-958-682-7932.

PARSON David B, MONDOÑEDO Jr. Idela , PEÑALOSA Rosa. Maíz manuales para la producción agropecuaria área producción vegetal. Tercera Edición .Mexico,2008.72pg. ISBN:97-896-824-810-17.

POMBO José Rey. Técnicas Contables .Primera Edición .Madrid .España 2010,284pg. ISBN:978-84-9732-759-6.

ROSSETTI Paschoal José ,Introducción a la Economía ,Tercera Edición .Portugal México ;2009,860pg ISBN :978-970-613-682-4.

SARMIENTO Rubén R. Laboratorio de Contabilidad de costos ,Segunda Edición ,Quito Ecuador .2010,288pg.ISBN :978-9942-02-7443.

SAMUELSON A.Paul,Nordhaus.D .William; Economía .Décima Tercera Edición .México 1188pg ,ISBN:970-10-0062-5.

SCOTT Besley, Eugen F Brigham, Fundamentos de la Administración Financiera .Decima Segunda Edición ,México ,2010,919pg .ISBN :970-10-3084-2.

SCHNARCH Kirberg Alejandro, Schnarch Gonzales David Marketing para Emprendedores Primera Edición. Bogotá ; 2010,160 pg. ISBN :978-958-648-670-8.

VAN Horne James ,C y Wachowicz ,Jhohn Jr. Fundamentos de la Administración Financiera .Undécima edición .México ;2009.768pg.ISBN:970-26-0238-6.

VAN Horne James C, Administración Financiera .Décima Edición . México ;2010 ,858pg.ISBN : 968-880-950-0.

VARGAS .Cuevas Luis .Mercadotecnia .Primera Edición .Ecuador,Quito;2008. 630p,ISBN :569-567-845-0.

VELASQUEZ Mastreta ,Gustavo. Administración de los sistemas de Producción .Décima Edición .Ecuador ,Guayaquil ;2009.690pg.ISBN:943-657.751-6.

VELAZQUEZ Gustavo, Fundamentos de Gestión Empresarial, tercera edición – Hall. México D.E .2008. 250pg.ISBN:895-21-44-215-4.

VILLACIS Pepe .Administración de la empresa .Primera Edición .Ecuador Grabalith.2008.450pg. ISBN :864-578-284-3.

VILLALVA Avilés Carlos Economía, Primera Edición. México; 2009.pg.131.ISBN:978-9942-01-029-2.

VILLACIS; JOSE, Gestión Empresarial, cuarta edición, España McGraw Hill.300p.ISBN: 578-92-44-785-4 .

ZAPATA Sánchez .Pedro, Contabilidad General. Sexta Edición ,México, 2008,556 pg. ISBN :970-106-787-8.

5.2 TEXTOS ELECTRÓNICOS

Lardizábal Ricardo, manual de producción de maíz. [ref. de 20 Julio del 2008]
Disponible en la
web:http://www.fintrac.com/docs/RED/USAID_RED_Manual_Produccion_Maiz.

CAPITULO VI

6 ANEXOS

6.1 ENCUESTAS

Encuestas realizadas a los consumidores del cantón La Maná

PREGUNTA N°-1

¿Consume usted maíz al por mayor y menor?

Maíz por mayor

Maíz por menor

PREGUNTA N°-2

¿Cuál es el lugar en que frecuenta usted a comprar maíz?

Tiendas

Mercados

Comisaritos

Distribuidoras

PREGUNTA N°-3

¿Conoce usted el precio del quintal de maíz?

Si

No

PREGUNTA N°-4

¿Al momento de comprar el maíz que toma en cuenta?

Precio

Calidad

PREGUNTA N°-5

¿Qué tipo de descuento recibe usted al momento de comprar maíz?

1 % al 5%

6% al 10%

11% al 15%

PREGUNTA N°-6

¿Cada qué tiempo compra usted el maíz?

Semanalmente

Mensualmente

Trimestralmente

PREGUNTA N°- 7

¿Para qué compra usted el maíz?

Alimento de aves

Consumo propio

Otros

PREGUNTA N°-8

¿De los siguientes tipos de maíz cual consume usted con frecuencia?

Maíz amarillo

Maíz blanco

Maíz moro chilló

PREGUNTA N°-9

¿El servicio que usted recibe de las distribuidoras por la compra de maíz satisface sus necesidades?

Si

No

PREGUNTA N°-10

¿Le gustaría que la distribuidora tenga servicio a domicilio?

Si

No

PREGUNTA N°-11

¿Cómo califica la atención brindada por las distribuidoras?

Excelente

Buena

Mala

Encuestas realizadas a los Propietarios de las Distribuidoras de maíz del Cantón La Maná.

PREGUNTA N°-1

¿Cuánto tiempo tiene de funcionamiento su distribuidora?

1-a 5 años

6 a10 años

11 a 15 años

Mayor 16 años

PREGUNTA N°-2

¿Cuántos empleados tienen actualmente?

1-5 empleados

6-10 empleados

11-15 empleados

PREGUNTA N°-3

¿Ocupa personal de la zona?

Si

No

PREGUNTA N°-4

¿Indique los canales de comercialización que utilizan para expender el producto?

Canales directos

Canales indirectos

Otros

PREGUNTA N°-5

¿Su distribuidora posee convenios con clientes fijos al por mayor?

Si

No

PREGUNTA N°-6

¿Qué medios utiliza para comercializar el maíz?

Publicidad

Promoción

Precio

PREGUNTA N°- 7

¿Cuál es el volumen de venta semanal?

1 a 100 quintales

101 a 200 quintales

201 a 300 quintales

300 en adelante

PREGUNTA N°-8

¿Cuál es el porcentaje de utilidad mensual que percibe por su negocio?

10%

15%

20%

PREGUNTA N°-9

¿Está satisfecha con la rentabilidad que percibe de su distribuidora?

Si

No

A veces

PREGUNTA N°- 10

¿Cómo considera usted al mercado del Cantón La Maná para expender el producto?

Excelente

Bueno

Regular

PREGUNTA N°- 11

¿Conoce usted que es la comercialización y rentabilidad del maíz?

Si

No

PREGUNTA N°-12

¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio a su distribuidora y clientes sobre la comercialización y rentabilidad?

Si

No

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensiones	Sub Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
	Gestión Administrativa y Financiera	-Gestión A.F -Propósito G.A.F -Control Gestión -Objetivos	-Internos -Externos	Encuestas
	Gestión Empresarial	-Factores -Funciones G.E -Concepto PYMES -Importancia PYMES	Planeación -Organización -Ejecución -Control	Encuestas
	Contabilidad Comercial	-Concepto -Importancia -Plan de cuentas	-Estado de situación inicial -Estado de pérdidas y ganancias -Balance general	Encuestas
	Comercialización	Canales comercialización -Distribución -Macro localización -Micro localización - Marketing	-Directos -Indirectos -Promoción -Publicidad -Tamaño -Localización -Liquidez	Encuestas
	Rentabilidad	- Concepto -Ratio financiero	-Productividad -Rentabilidad -Endeudamiento -Van	Encuesta
	Distribuidora de maíz	Importancia -Origen del maíz -Variedades	-Tir -Blanco -Amarillo -Moro chillo	Encuestas
	Economía	-Importancia -Objetivos -Tipos de economía -Microeconomía	- Indicadores macro -Teoría del consumidor -Teoría del productor -Tipo de microeconomía	Encuestas

Elaborado por: Pérez Proaño Jessica Johanna

Plan de cuentas

1	ACTIVOS
1.1	ACTIVOS CORRIENTES
1.1.01	ACTIVO DISPONIBLE
1.1.01.01	Caja
1.1.01.02	Caja Chica
1.1.01.03	Bancos
1.1.01.03.01	Cuenta Corriente Banco Bolivariano
1.1.01.03.02	Cuenta de Ahorros de la Cooperativa Cacpeco
1.1.01.04	Clientes
1.1.01.04.01	Tienda Lorena
1.1.01.04.02	Tienda Rosita
1.1.01.04.03	Tienda Verito
1.1.01.05	Provisión Cuentas Incobrables
1.1.01.06	IVA pagado
1.1.01.07	Crédito tributario
1.1.02	ACTIVO REALIZABLE
1.1.02.01	Inventario de Maíz
1.1.02.01.1	Maíz Amarillo
1.1.02.01.2	Maíz Blanco
1.1.02.01.3	Maíz Moro chillo
1.2	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO
	ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE
1.2.01.01	Terreno
1.2.02	ACTIVO FIJO DEPRECIABLE
1.2.02.01	Tableros
1.2.02.02	Depreciación acumulada de tableros
1.2.02.03	Edificio
1.2.02.04	Depreciación acumulada de edificio
1.2.02.05	Perchas
1.2.02.06	Depreciación acumulada de Perchas
1.2.02.07	Vitrinas
1.2.02.08	Depreciación acumulada de Vitrinas
1.2.02.09	Escritorio
1.2.02.10	Depreciación acumulada de Escritorio
1.2.02.11	Equipos de computo
1.2.02.12	Depreciación acumulada de equipos de computo
1.2.02.13	Vehículos
1.2.02.14	Depreciación acumulada vehículos
1,3	OTROS ACTIVOS
1.3.01	Inversiones Permanentes
1.3.02	Gastos de Constitución
2	PASIVOS
2.1	PASIVOS CORRIENTES

2.1.01	Proveedores
2.1.01.01	Cuentas por pagar (ADPM)
2.1.02	Sueldos por pagar
2.1.03	Aporte individual al IESS por pagar
2.1.04	Aporte patronal al IESS por pagar
2.1.05	IVA retenido por pagar 30%
2.1.06	IVA retenido por pagar 70%
2.1.07	IVA retenido por pagar 100%
2.1.08	Retención en la fuente por pagar 1%
2.1.09	Retención en la fuente por pagar 2%
2.1.10	Retención en la fuente por pagar 8%
2.1.11	Retención en la fuente por pagar 10%
2.1.12	Provisión décimo tercer sueldo
2.1.13	Provisión décimo cuarto sueldo
2.1.14	Provisión fondos de reserva
2.1.15	Provisión vacaciones
2.1.16	Participación a trabajadores por pagar
2.1.17	Impuesto a la renta por pagar
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES
2.2.01	Prestamos por pagar a largo plazo
2.2.02	Prestamos por pagar a corto plazo
2.2.03	Hipotecas por pagar
3	PATRIMONIO
3.1	CAPITAL
3.1.01	Capital social
3.2	RESERVAS
3.2.01	Reserva legal
3.2.02	Reserva Estatutaria
3.3	RESULTADOS
3.3.01	Utilidad Bruta en Ventas
3.3.02	Utilidad y/o pérdida acumulada
3.3.03	Utilidad del Ejercicio
3.3.04	Utilidad del Ejercicio Anterior
4	INGRESOS
4.1	INGRESOS OPERACIONALES
4.1.01	Venta de Maíz
4.2	INGRESOS NO OPERACIONALES
4.2.01	Comisiones ganadas
4.2.02	Intereses ganados
5	GASTOS OPERACIONALES
5.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS
5.1.01	Sueldos y salarios
5.1.02	Honorarios Profesionales
5.1.03	Horas extras
5.1.04	Viáticos y gastos de viajes
5.1.05	Aporte patronal IESS
5.1.06	Décimo tercer sueldo
5.1.07	Décimo cuarto sueldo

- 5.1.08 Fondos de reserva
- 5.1.09 Vacaciones
- 5.1.10 Mantenimiento y reparación de activos fijos
- 5.1.11 Servicios básicos
- 5.1.12 Suministros y materiales de oficina
- 5.1.13 Aseo y limpieza
- 5.1.14 Transporte
- 5.1.15 Gasto Depreciación
 - 5.1.15.01 Depreciación de edificios
 - 5.1.15.02 Depreciación de Perchas
 - 5.1.15.03 Depreciación de Vitrinas
 - 5.1.15.04 Depreciación de Escritorio
 - 5.1.15.05 Depreciación de equipos de computo
 - 5.1.15.06 Depreciación de vehículos
- 5.2 GASTOS DE VENTAS**
 - 5.2.1 Publicidad
 - 5.2.2 Lubricantes y combustibles
 - 5.2.3 Suministros de Comercialización
 - 5.2.4 Mantenimiento de vehículos
- 5.3 GASTOS FINANCIEROS**
 - 5.3.1 Intereses Pagados
- 5.4 COSTOS DE MERCADERIAS VENDIDAS**
 - 5.4.1 Costos de Ventas

ANÁLISIS GLOBAL DE LAS DISTRIBUIDORAS DE MAÍZ

ÍNDICES	UNIÓN	ERICK	KELVIN
ÍNDICES DE LIQUIDEZ			
Razón corriente	6,35	2,64	4,39
Prueba Acida	5,88	2,21	3,81
Días de promedio de cobro	19,13 días	25,76 días	17,13
Rotación cuentas por cobrar	5,43	8,26	6,30
ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO			
Razón de patrimonio a pasivo	4,47	3,99	7,36
Razón de patrimonio a deuda a largo plazo	8,61	0	0
Razón de patrimonio activo	0,82	0,80	0,88
Razón de pasivo y activo	0,18	0,20	0,23
Dependencia Bancaria	0,17	0	0
Razón cobertura de interés	14,05	0	0
ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD			
Margen de Utilidad Neta	7,09	9,20	10,12
Margen de Utilidad Bruto	18,64	27,25	0
Margen de Operación	9,79	10,93	13,31
ÍNDICE DE RENTABILIDAD			
Tasa de Rendimiento sobre Patrimonio	20,19	14,91	15,58
Tasa de rendimiento sobre inversión	24,70	18,64	17,70

DEPRECIACIONES

DISTRIBUIDORA LA UNIÓN

DISTRIBUIDORA DE MAIZ LA UNIÓN								
BIENES PARA DEPRECIACIÓN								
BIENES	AÑOS DE VIDA UTIL	VALOR DE ADQUISICION	%	VALOR RESIDUAL	TOTAL DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL 2011	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN EN BALANCE
TABLEROS	10	\$ 600,00	10%	60	540,00	\$ 54,00	\$ 4,50	\$108,00
PERCHAS	10	\$ 650,00	10%	65	585,00	\$ 58,50	\$ 4,88	\$117,00
ESCRITORIO	10	\$ 750,00	10%	75	675,00	\$ 67,50	\$ 5,63	\$135,00
EQUIPO COMPUTO	3	\$ 900,00	33,33%	299,97	600,03	\$ 200,01	\$ 16,67	\$400,02
EDIFICIO	20	\$ 25.000,00	5%	1250	23750,00	\$ 1.187,50	\$ 98,96	\$2.375,00
VEHICULO	5	\$17.000,00	20%	3400	13600,00	\$2.720,00	226,67	\$5.440,00

DISTRIBUIDORA ERICK

DISRIBUIDORA DE MAÍZ ERICK								
BIENES DE DEPRECIACIÓN								
BIENES	%	AÑO VIDA UTIL	VALOR DEL BIEN	VALOR RESIDUAL	TOTAL DEL BIEN	DEPRE.ANUAL 2011	DEPRE. MENSUAL	DEPRE.BALANCE
TABLEROS	10%	10	700,00	70	630,00	\$ 63,00	\$ 5,25	\$ 126,00
PERCHAS	10%	10	850	85	765	\$ 76,50	\$ 6,38	\$ 153,00
ESCRITORIOS	10%	10	750	75	675	\$ 67,50	\$ 5,63	\$ 135,00
EQUIPO DE COMPUTO	33,33%	3	950,00	316,635	633,37	\$ 211,12	\$ 17,59	\$ 422,24
EDIFICIO	5%	20	22000	1100	20900	\$ 1.045,00	\$ 87,08	\$ 2.090,00
VEHICULO	20%	5	16.000,00	3200	12.800,00	\$ 2.560,00	\$ 213,33	\$ 5.120,00

DISTRIBUIDORA KELVIN

DISTRIBUIDORA DE MAÍZ KELVIN								
BIENES PARA DEPRECIACIÓN								
BIENES	AÑOS DE VIDA UTIL	VALOR DE ADQUISICION	%	VALOR RESIDUAL	TOTAL BIEN	DEPRE. ANUAL 2011	DEPRE. MENSUAL	DEPRE. EN BALANCE
TABLEROS	10	\$ 450,00	10%	\$45,00	\$405,00	\$ 40,50	\$ 3,38	\$81,00
ESCRITORIO	10	\$ 560,00	10%	\$56,00	\$504,00	\$ 50,40	\$ 4,20	\$100,80
EDIFICIO	20	\$ 22.000,00	5%	\$1.100,00	\$20.900,00	\$ 1.045,00	\$ 87,08	\$2.090,00
VEHICULOS	5	\$12.000,00	20%	\$2.400,00	\$9.600,00	\$1.920,00	160,00	\$3.840,00

ROL DE PAGOS

DISTRIBUIDORA LA UNIÓN

Nº	NOMINA	INGRESOS			DEDUCCIONES			LIQUIDO A PAGAR	INGRESOS TOTAL INGRESO	APORTE PATRONAL 12,15%	SUELDO DÉCIMO TERCER SUELDO	SUELDO DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES
		SUELDO	HORAS EXTRAS	TOTAL INGRESOS	APORTE IND. IESS	PRÉSTAMO IESS	TOTAL DEDUCCIONES								
1	Sr. Miguel Días	\$ 264,00		\$ 264,00	\$ 24,68		\$ 24,68	\$ 239,32	\$ 264,00	\$ 32,08	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 77,00
2	Sr. Carlos Páez	\$ 264,00		\$ 264,00	\$ 24,68		\$ 24,68	\$ 239,32	\$ 264,00	\$ 32,08	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 77,00
	TOTAL	\$ 528,00		\$ 528,00	\$ 49,37		\$ 49,37	\$478,63	\$ 264,00	\$ 64,15	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 22,00	\$ 218,15

DISTRIBUIDORA ERICK

Nº	NOMINA	INGRESOS			DEDUCCIONES			LIQUIDO A PAGAR	INGRESOS TOTAL INGRESOS	APORTE PATRONAL 12,15%	SUELDO DÉCIMO TERCER SUELDO	SUELDO DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES
		SUELDO	HORAS EXTRAS	TOTAL INGRESOS	APORTE IND. IESS	PRÉSTAMO IESS	TOTAL DEDUCCIONES								
1	Sr. Miguel Vera	\$ 264,00		\$ 264,00	\$ 24,68		\$ 24,68	\$ 239,32	\$ 264,00	\$ 32,08	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 77,00
2	Sr. Julio Acosta	\$ 264,00		\$ 264,00	\$ 24,68		\$ 24,68	\$ 239,32	\$ 264,00	\$ 32,08	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 77,00
	TOTAL	\$ 528,00		\$ 528,00	\$ 49,37		\$ 49,37	\$478,63	\$ 264,00	\$ 64,15	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 22,00	\$ 218,15

DISTRIBUIDORA KELVIN

Nº	NOMINA	INGRESOS			DEDUCCIONES			LIQUIDO A PAGAR	INGRESOS TOTAL INGRESOS	APORTE PATRONAL 12,15%	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES
		SUELDO	HORAS EXTRAS	TOTAL INGRESOS	APORTE IND. IESS	PRÉSTAMO IESS	TOTAL DEDUCCIONES								
1	Sr. Juan Pazmiño	\$ 264,00		\$ 264,00	\$ 24,68		\$ 24,68	\$ 239,32	\$ 264,00	\$ 32,08	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 77,00
	TOTAL	\$ 264,00		\$ 264,00	\$ 24,68		\$ 24,68	\$239,32	\$ 264,00	\$ 32,08	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 109,08



DISTRIBUIDORA “LA UNIÓN “

De: Carrillo Jhanina Roció Ru: 1711037570001
Dirección: Av. Los Álamos y 19 de mayo y Medardo Ángel Silva
Teléf.: 032688687 * La Maná- Ecuador

CERTIFICACIÓN

A petición verbal de la interesada, el suscrito Ing. Carrillo Jhanina Roció en calidad de gerente Propietaria de la Distribuidora La Unión tengo a bien.

CERTIFICAR:

La Srta. Pérez Proaño Jessica Johanna portadora de la cedula de ciudadanía # 120582521-7 quien realizo una investigación en la distribuidora de mi propiedad correspondiente a la “Comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, Año 2011 “ para lo cual recopiló información necesaria de nuestra parte con el apoyo respectivo para la realización de su trabajo, el mismo que fue de mucha importancia y necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón.

Es cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la mencionada Srta. Hacer uso del presente documento, siempre y cuando se encuentre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná Junio del 2015

Atentamente,

.....
Ing. :Carrillo Jhanina Roció
C.I: 1711037570001
Gerenta Propietaria



DISTRIBUIDORA "ERICK"

De: Freire Alvarez Nelly Estela Ru: 1204360604001
Dirección: Av. Gonzalo Albarracín y San Pablo
Teléf.: 032568-569 * La Maná- Ecuador

CERTIFICACIÓN

A petición verbal de la interesada, el suscrito Sra. Freire Alvarez Nelly Estela en calidad de gerente Propietario de la Distribuidora Erick tengo a bien.

CERTIFICAR:

La Srta. Pérez Proaño Jessica Johanna portadora de la cedula de ciudadanía # 120582521-7 quien realizo una investigación en la distribuidora de mi propiedad correspondiente a la "Comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, Año 2011" para lo cual recopiló información necesaria de nuestra parte con el apoyo respectivo para la realización de su trabajo, el mismo que fue de mucha importancia y necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón.

Es cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la mencionada Srta. Hacer uso del presente documento, siempre y cuando se encuentre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná de Junio del 2015

Atentamente

.....
Sra.: Freire Alvarez Nelly Estela
C.I: 1204360604001
Gerenta Propietaria



DISTRIBUIDORA” KELVIN “

De: Asitumbay Gladys América Ru: 0502806441001
Dirección: Av. Amazonas y Los Álamos
Teléf.: 0989349827* La Maná- Ecuador

CERTIFICACIÓN

A petición verbal de la interesada, el suscrito Sra. Asitumbay Gladys América en calidad d gerente Propietario de la Distribuidora Kelvin tengo ha bien

CERTIFICAR:

La Srta. Pérez Proaño Jessica Johanna portadora de la cedula de ciudadanía # 120582521-7 quien realizo una investigación en la distribuidora correspondiente con el tema “Comercialización y rentabilidad de las distribuidoras de maíz y su relación con la economía del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, Año 2011” para lo cual recopiló información necesaria de nuestra parte conto con el apoyo respectivo para la realización de su trabajo, el mismo que fue de mucha importancia y necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón.

Es cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la mencionada Srta. Hacer uso del presente documento, siempre y cuando se encuentre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná Junio del 2015

Atentamente

.....
Sra. : Asitumbay Gladys América
C.I: 0502806441001
Gerenta Propietaria