

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

### CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### TESIS DE GRADO

#### TÍTULO:

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

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

#### **Autora:**

Albarracín Pacheco Diana Lucia

#### **Directora:**

Ing. Albarrasin Reinoso Marilyn Vanessa

**La Maná - Ecuador**

**Diciembre – 2012**

## AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA TAGUA Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”**, así como los contenidos, ideas, análisis, recomendaciones y conclusiones son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....

Albarracín Pacheco Diana Lucía

C.C. 050330578 - 1

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA TAGUA Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”** de Albarracín Pacheco Diana Lucia, egresada de la Especialidad de Ingeniería Comercial, considero que el presente Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la Evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Diciembre 2012

La Directora:

.....

Ing. Albarrasin Reinoso Marilyn Vanessa



# 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 Albarracin Pacheco Diana Lucia, con el Título de Tesis. **“Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua 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, Diciembre del 2012.

Para constancia firman:

.....  
Ing. Ángel Villarroel  
PRESIDENTE

.....  
Msc. Ringo López  
MIEMBRO

.....  
Msc. Enry Medina  
OPOSITOR

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis queridos Padres que me enseñaron todo el valor y toda la fuerza para salir adelante y tener la oportunidad de brillar.

A mi linda Universidad, que ha sido testigo de los momentos más alegres y tristes, siendo el pilar para saciar mis conocimientos, mi sincero agradecimiento, consideración y respeto a todos los docentes que me brindaron sus conocimientos de manera especial a la Ing. Marilin Albarrasin por la paciencia y por la dirección de este trabajo.

## **DEDICATORIA**

Con todo mi amor dedico el fruto de mi esfuerzo a Dios, mi Madre que ésta en el cielo y a mi respetado Padre.

A Dios por iluminarme en cada paso que doy, dándome fortaleza para continuar y a mis Padres, que han sido mi pilar fundamental y ejemplo a seguir, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y formación académica, siendo mí apoyo en todo momento.

Es gracias a ellos que soy lo que soy ahora.

**Diana**

## ÍNDICE GENERAL

Portada	
Autoría	ii
Aval	iii
Aprobación del Tribunal de Grado	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Índice General	vii
Resumen	xix
Abstract	xx
Certificación	xxi
Introducción	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
Fundamentación Teórica	3
1.1 Antecedentes	3
1.1.1 Proyecto 1	3
1.1.2 Proyecto 2	5
1.2 Categorías Fundamentales	6
1.3 Marco Teórico	7
1.3.1 Economía	7
1.3.1.1 Macroeconomía	8
1.3.1.2 Microeconomía	9
1.3.1.3 Producto Interno Bruto	10
1.3.2 Producción	11
1.3.2.1 Medios de Producción	12
1.3.2.2 Modos de Producción	13
1.3.2.3 Proceso de Producción	13
1.3.3 Comercialización	16
1.3.3.1 Canales de Comercialización	17
1.3.3.2 Marketing Mix	18
1.3.3.2.1 Precio	19
1.3.3.2.2 Producto	20
1.3.3.2.3 Promoción	20

1.3.3.2.4 Plaza	21
1.3.3.2.5 Servicio	21
1.3.3.3 Canales de Distribución	22
1.3.3.3.1 Canal Directo	22
1.3.3.3.2 Canal Indirecto	23
1.3.4 Costos	23
1.3.4.1 Costos de Producción	24
1.3.4.2 Clasificación del Costo	25
1.3.4.2.1 Costos Fijos	25
1.3.4.2.2 Costos Variables	26
1.3.4.3 Inversión Inicial	26
1.3.4.3.1 Estados Financieros	27
1.3.4.3.2 Estado de Resultados	28
1.3.5 Rentabilidad	28
1.3.5.1 Ratios Financieros	29
1.3.5.2 Margen de Utilidad	30
1.3.5.3 Evaluación Financiera	31
1.3.5.3.1 VAN	32
1.3.5.3.2 TIR	33
1.3.6 Gestión Empresarial	34
1.3.6.1 Sistemas de Gestión Empresarial	35
1.3.6.2 Funciones de Gestión Empresarial	35
1.3.7 Agricultura	37
1.3.7.1 Tipos de Agricultura	37
1.3.7.2 Medio Ambiente	39
1.3.7.3 Maquinaria, Herramientas y Equipos Agrícolas	40
<b>CAPÍTULO II</b>	
Análisis e Interpretación de Resultados	41
2.1 Breve Caracterización del Estudio	41
2.2 Operacionalización de las Variables	46
2.3 Metodología Empleada	48
2.3.1 Tipos de Investigación	48
2.3.2 Metodología	49



2.3.3 Unidad de Estudio	49
2.3.3.1 Población Universo	49
2.3.4 Métodos y Técnicas a ser Empleadas	50
2.3.4.1 Métodos	50
2.3.4.2 Técnicas	51
2.3.5 Encuesta Aplicada a los Comerciantes de Tagua	52
2.3.6 Encuesta Aplicada a los Productores de Tagua	68
2.3.7 Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas	88
2.4 Verificación de las Preguntas Científicas	90
2.5 Diseño de la Propuesta	91
2.5.1 Datos Informativos	91
2.5.1.1 Productores	92
2.5.1.2 Comerciantes	92
2.5.2 Justificación	92
2.5.3 Objetivos	93
2.5.3.1 Objetivo General	93
2.5.3.2 Objetivos Específicos	93
2.6 Descripción de la Propuesta	94
<b>CAPÍTULO III</b>	
Aplicación de la Propuesta	98
<b>3.1 Productor Pequeño</b>	98
3.1.1 Antecedentes	98
3.1.2 Análisis FODA	98
3.1.3 Flujograma del Estado Financiero	99
3.1.4 Determinación de los Estados Financieros	101
3.1.4.1 Estado de Situación Inicial	101
3.1.4.2 Estado de Costo de Producción	102
3.1.4.3 Estado de Resultados	103
3.1.4.4 Balance General	104
3.1.4.5 Flujo de Caja	105
3.1.5 Distribución del Terreno	106
3.1.6 Flujo de Operación	106
3.1.6.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua	106

3.1.7 Indicadores Financieros	108
3.1.7.1 VAN (Valor Actual Neto)	108
3.1.7.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	108
3.1.7.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia	108
3.1.8 Índices Financieros	109
3.1.8.1 Interpretación de los Índices Financieros	110
<b>3.2 Productor Mediano</b>	111
3.2.1 Antecedentes	111
3.2.2 Análisis FODA	111
3.2.3 Flujograma del Estado Financiero	112
3.2.4 Determinación de los Estados Financieros	114
3.2.4.1 Estado de Situación Inicial	114
3.2.4.2 Estado de Costo de Producción	115
3.2.4.3 Estado de Resultados	116
3.2.4.4 Balance General	117
3.2.4.5 Flujo de Caja	118
3.2.4 Distribución del Terreno	119
3.2.5 Flujo de Operación	119
3.2.5.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua	119
3.2.6 Indicadores Financieros	120
3.2.6.1 VAN (Valor Actual Neto)	120
3.2.6.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	121
3.2.6.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia	121
3.2.7 Índices Financieros	121
3.2.7.1 Interpretación de los Índices Financieros	122
<b>3.3 Productor Grande</b>	124
3.3.1 Antecedentes	124
3.3.2 Análisis FODA	124
3.3.3 Flujograma del Estado Financiero	125
3.3.4 Determinación de los Estados Financieros	127
3.3.4.1 Estado de Situación Inicial	127
3.3.4.2 Estado de Costo de Producción	128
3.3.4.3 Estado de Resultados	129

3.3.4.4 Balance General	130
3.3.4.5 Flujo de Caja	131
3.3.5 Distribución del Terreno	132
3.3.6 Flujo de Operación	132
3.3.6.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua	132
3.3.7 Indicadores Financieros	133
3.3.7.1 VAN (Valor Actual Neto)	133
3.3.7.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	134
3.3.7.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia	134
3.3.8 Índices Financieros	134
3.3.8.1 Interpretación de los Índices Financieros	135
<b>3.4 Rentabilidad de los Tres Productores</b>	137
3.5 Canales de Comercialización	140
3.6 Tipos de Comercialización	141
3.6.1 Producto	141
3.6.2 Precio	142
3.6.3 Servicio	142
3.6.4 Plaza	142
3.7 Flujo de Comercialización	142
<b>3.8 Comerciante Pequeño</b>	145
3.8.1 Antecedentes	145
3.8.2 Análisis FODA	145
3.8.3 Flujograma del Estado Financiero	146
3.8.4 Determinación de los Estados Financieros	148
3.8.4.1 Estado de Situación Inicial	148
3.8.4.2 Estado de Costo de Producción	149
3.8.4.3 Estado de Resultados	150
3.8.4.4 Balance General	151
3.8.4.5 Flujo de Caja	152
3.8.5 Flujo de Operación	153
3.8.5.1 Actividades de Producción	153
3.8. 6 Indicadores Financieros	154

3.8.6.1 VAN (Valor Actual Neto)	154
3.8.6.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	154
3.8.6.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia	154
3.8.7 Índices Financieros	155
3.8.7.1 Interpretación de los Índices Financieros	156
<b>3.9 Comerciante Mediano</b>	157
3.9.1 Antecedentes	157
3.9.2 Análisis FODA	157
3.9.3 Flujograma del Estado Financiero	158
3.9.4 Determinación de los Estados Financieros	160
3.9.4.1 Estado de Situación Inicial	160
3.9.4.2 Estado de Costo de Producción	161
3.9.4.3 Estado de Resultados	162
3.9.4.4 Balance General	163
3.9.4.5 Flujo de Caja	164
3.9.5 Flujo de Operación	165
3.9.5.1 Actividades de Producción	165
3.9.6 Indicadores Financieros	166
3.9.6.1 VAN (Valor Actual Neto)	166
3.9.6.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	166
3.9.6.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia	166
3.9.7 Índices Financieros	167
3.9.7.1 Interpretación de los Índices Financieros	168
<b>3.10 Comerciante Grande</b>	169
3.10.1 Antecedentes	169
3.10.2 Análisis FODA	169
3.10.3 Flujograma del Estado Financiero	170
3.10.4 Determinación de los Estados Financieros	172
3.10.4.1 Estado de Situación Inicial	172
3.10.4.2 Estado de Costo de Producción	173
3.10.4.3 Estado de Resultados	174
3.10.4.4 Balance General	175
3.10.4.5 Flujo de Caja	176

3.10.5 Flujo de Operación	177
3.10.5.1 Actividades de Producción	177
3.10.6 Indicadores Financieros	178
3.10.6.1 VAN (Valor Actual Neto)	178
3.10.6.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	178
3.10.6.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia	178
3.10.7 Índices Financieros	179
3.10.7.1 Interpretación de los Índices Financieros	180
3.11 Análisis Horizontal de los Tres Comerciantes	181
3.12 Canales de Comercialización	183
3.13 Tipos de Comercialización	184
3.13.1 Producto	185
3.13.2 Precio	185
3.13.3 Servicio	185
3.13.4 Plaza	186
3.14 Flujo de Comercialización	186
3.15 Impacto en la Economía del Cantón La Maná	189
4. Conclusiones y Recomendaciones	190
4.1 Conclusiones	190
4.2 Recomendaciones	190
5 Referencias Bibliográficas	192
6 Anexos	

## ÍNDICE DE CUADROS

N°	TÍTULO	PÁGINA
Cuadro 1	Operacionalización de las Variables	46
Cuadro 2	Datos Poblacionales	50
Cuadro 3	Conocimiento de Producción y Comercialización	52
Cuadro 4	Realización del Estudio	53
Cuadro 5	Causas que no Permiten la Realización del Análisis	54
Cuadro 6	Aspectos Cotidianos que Atiende con el Negocio	55
Cuadro 7	Economía Actual del Cantón La Maná	56
Cuadro 8	Inversión Inicial del Negocio	57
Cuadro 9	Producción de la Tagua	58
Cuadro 10	Años de la Actividad en la Comercialización	59
Cuadro 11	Tiempo de Producción	60
Cuadro 12	Tipos de Artesanías, Cantidad de Venta	61
Cuadro 13	Elaboración del Producto	62
Cuadro 14	Tipo de Mercado al que se Destina la Producción	63
Cuadro 15	Forma de Comercialización de las Artesanías	64
Cuadro 16	Margen de Utilidad	65
Cuadro 17	Aplicación de Contabilidad	66
Cuadro 18	Desarrollo del Estudio para Aportar con Estrategias	67
Cuadro 19	Conocimiento de la Producción y Comercialización de la Tagua	68
Cuadro 20	Acuerdo con la Realización de un Análisis	69
Cuadro 21	Causa que no han Permitido la Aplicación de un Análisis	70
Cuadro 22	Destino de la Utilidad Obtenida de la Producción de Tagua	71
Cuadro 23	Economía Actual de la Maná	72
Cuadro 24	Inversión Inicial del Negocio	73
Cuadro 25	Descendencia de la Tierra para la Producción	74
Cuadro 26	De donde Proviene la Tagua que Comercializa	75
Cuadro 27	Años de Actividad en la Producción de Tagua	76

Cuadro 28	Forma de Comercialización de la Producción de Tagua	77
Cuadro 29	Calidad del Producto que Cultiva	78
Cuadro 30	Cantidad de Quintales por cada Producción	79
Cuadro 31	Personal Empleado para la Producción	80
Cuadro 32	Cantidades y Costos de las Herramientas y Materiales	81
Cuadro 33	Principales Compradores	82
Cuadro 34	Precio de Venta por Quintal	83
Cuadro 35	Costo por Venta	84
Cuadro 36	Margen de Utilidad del Negocio	85
Cuadro 37	Aplicación de Contabilidad	86
Cuadro 38	Estrategias para el Mejoramiento del Negocio	87
Cuadro 39	Índices Financieros del Pequeño Productor	109
Cuadro 40	Índices Financieros del Mediano Productor	122
Cuadro 41	Índices Financieros del Grande Productor	135
Cuadro 42	Rentabilidad de los Tres Productores	137
Cuadro 43	Índices Financieros del Pequeño Comerciante	155
Cuadro 44	Índices Financieros del Mediano Comerciante	167
Cuadro 45	Índices Financieros del Grande Comerciante	179
Cuadro 46	Rentabilidad de los Tres Comerciantes	181

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	TÍTULO	PÁGINA
Gráfico 1	Mapa del Ecuador	42
Gráfico 2	Mapa de la Provincia de Cotopaxi	43
Gráfico 3	Mapa del Cantón La Maná	44
Gráfico 4	Conocimiento de Producción y Comercialización	52
Gráfico 5	Realización del Estudio	53
Gráfico 6	Causas que no Permiten la Realización del Análisis	54
Gráfico 7	Aspectos Cotidianos que Atiende con el Negocio	55
Gráfico 8	Economía Actual del Cantón La Maná	56
Gráfico 9	Inversión Inicial del Negocio	57
Gráfico 10	Producción de la Tagua	58
Gráfico 11	Años de la Actividad en la Comercialización	59
Gráfico 12	Tiempo de Producción	60
Gráfico 13	Tipos de Artesanías, Cantidad de Venta	61
Gráfico 14	Elaboración del Producto	62
Gráfico 15	Tipo de Mercado al que se Destina la Producción	63
Gráfico 16	Forma de Comercialización de las Artesanías	64
Gráfico 17	Margen de Utilidad	65
Gráfico 18	Aplicación de Contabilidad	66
Gráfico 19	Desarrollo del Estudio para Aportar con Estrategias	67
Gráfico 20	Conocimiento de la Producción y Comercialización de la Tagua	68
Gráfico 21	Acuerdo con la Realización de un Análisis	69
Gráfico 22	Causa que no han Permitido la Aplicación un Análisis	70
Gráfico 23	Destino de la Utilidad Obtenida de la Producción de Tagua	71
Gráfico 24	Economía Actual de La Maná	72
Gráfico 25	Inversión Inicial del Negocio	73
Gráfico 26	Descendencia de la Tierra para la Producción	74
Gráfico 27	De donde Proviene la Tagua que Comercializa	75
Gráfico 28	Años de Actividad en la Producción de Tagua	76
Gráfico 29	Forma de Comercialización de la Producción de Tagua	77



Gráfico 30	Calidad del Producto que Cultiva	78
Gráfico 31	Cantidad de Quintales por cada Producción	79
Gráfico 32	Personal Empleado para la Producción	80
Gráfico 33	Cantidades y Costos de las Herramientas y Materiales	81
Gráfico 34	Principales Compradores	82
Gráfico 35	Precio de Venta por Quintal	83
Gráfico 36	Costo por Venta	84
Gráfico 37	Margen de Utilidad del Negocio	85
Gráfico 38	Aplicación de Contabilidad	86
Gráfico 39	Estrategias para el Mejoramiento del Negocio	87
Gráfico 40	Flujograma de Estados Financieros Del Pequeño Productor	100
Gráfico 41	Distribución del Terreno del Pequeño Productor	106
Gráfico 42	Proceso de Producción del Pequeño Productor	107
Gráfico 43	Flujograma de Estados Financieros del Mediano Productor	113
Gráfico 44	Distribución del Terreno del Mediano Productor	119
Gráfico 45	Proceso de Producción del Mediano Productor	120
Gráfico 46	Flujograma de Estados Financieros del Grande Productor	126
Gráfico 47	Distribución del Terreno del Grande Productor	132
Gráfico 48	Proceso de Producción del Productor Grande	133
Gráfico 49	Canales de Distribución	141
Gráfico 50	Canales Indirectos del Productor Pequeño	143
Gráfico 51	Canales Indirectos del Productor Mediano	143
Gráfico 52	Canales Indirectos del Productor Grande	144
Gráfico 53	Flujograma de Estados Financieros del Pequeño Comerciante	147
Gráfico 54	Proceso de Producción del Pequeño Comerciante	153
Gráfico 55	Flujograma de Estados Financieros del Mediano Comerciante	159
Gráfico 56	Proceso de Producción del Mediano Comerciante	165
Gráfico 57	Flujograma de Estados Financieros del Grande Comerciante	171

Gráfico 58	Proceso de Producción del Grande Comerciante	177
Gráfico 59	Canales de Distribución	184
Gráfico 60	Canales Directos del Pequeño Comerciante	186
Gráfico 61	Canales Indirectos del Pequeño Comerciante	187
Gráfico 62	Canales Directos del Mediano Comerciante	187
Gráfico 63	Canales Directos del Grande Comerciante	188



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI SEDE  
LA MANÁ**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
HUMANÍSTICAS**

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

**AUTORA:** Albarracín Pacheco Diana Lucia

### **RESUMEN**

**El mundo experimenta avances de la ciencia y tecnología de manera impresionante; éste ritmo cambiante afecta la economía de los pueblos en todos los ámbitos. La producción de tagua y la elaboración de productos de tagua tienen un impulso importante en varias zonas ecuatorianas por la acogida interesante a nivel nacional e internacional de objetos muy bonitos como adornos, collares, aretes, pulseras llaveros, entre otros. La agricultura y el comercio son actividades productivas relevantes del país que enfrentan fuerzas endógenas y exógenas para la búsqueda continua de su desarrollo. Para la determinación de la situación actual y futura de actores agrícolas y artesanales se efectuó la investigación referida al Análisis de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Tagua y su relación con la Economía del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi. El trabajo se fundamentó en el método científico deductivo orientado a los elementos básicos de la comercialización tales como canales de distribución y promoción; además de estados y análisis financieros de las actividades productivas de tagua y comercio de productos de tagua; También se usó el análisis para conocer los elementos, tipos de productores y comerciantes de tagua. Se aplicaron encuestas a grandes, medianos y pequeños trabajadores involucrados, y una guía de observación directa con el fin de obtener datos importantes. Los resultados señalan que la producción de tagua y ventas de productos de tagua generan ganancias satisfactorias que permiten atender requerimientos de las familias, aplican canales de comercialización directos e indirectos a través de mayoristas y minoristas q cubren el mercado local, regional, nacional e internacional, lo cual incide positivamente en la economía por el dinámico movimiento de divisas que se realiza.**

**Palabras claves:** Gestión Empresarial, Comercialización, Producción, Rentabilidad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI SEDE  
LA MANÁ

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
HUMANÍSTICAS

**“PRODUCTION, MARKETING, PROFITABILITY OF TAGUA AND ITS RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF LA MANÁ CANTON, COTOPAXI PROVINCE, YEAR 2011”.**

**AUTHOR:** Albarracin Pacheco Diana Lucia

### **SUMMARY**

The world is constant changing in science and technology. That changeable rate of the economy affects people in all areas. The production of tagua and the development of tagua products have a major boost for trade in several Ecuadorian areas. In fact, the elaboration of tagua products results interesting to national and international markets because of the very beautiful objects as ornaments, necklaces, earrings, bracelets, key rings, and so on products that are elaborated with this particular material. Agriculture and trade are relevant productive activities in our country; those activities face endogenous and exogenous forces for the continuing search of their development. According to these aspects, it is important to determine the current and future status of agricultural and artisanal actors through the investigation that is referred to the analysis of production, marketing and profitability of tagua and its relationship with the economy of La Maná canton, Cotopaxi Province; during the year 2011. The work was based on deductive scientific method; this method is focused on the basic elements of marketing such as ways of distribution and promotion; in addition, the analysis of financial statements about the productive activities of tagua, and the trade of tagua products. Analysis was also used to identify the elements, types of producers, and traders of tagua. Interviews were applied to big, medium, and small workers who are involved in the activity and a guide of direct observation in order to obtain data. The results indicate that the production of tagua and tagua products generate a satisfactory profit. It allows meeting families' requirements by applying direct and indirect marketing ways through wholesalers and retailers and covering local, regional, national, and international markets. The activity also affects positively on the economy due to the dynamic movement of currency.

**Keywords:** Business management, Production, Sales, 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; en forma legal CERTIFICO que: la traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la Srta. Egresada: Albarracín Pacheco Diana Lucia cuyo título versa “Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Tagua 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 Diciembre, 2012

Atentamente:

.....  
Lic. Fernando Toaquiza  
C.C. 050222967-7

# INTRODUCCIÓN

La tagua es una planta que se cultiva de forma silvestre en zonas montañosas y húmedas de algunas provincias de la costa y oriente del País. El fruto de esta planta tiene una pepa que constituye la materia prima para la realización de adornos y joyas muy bonitas.

El alto desarrollo industrial a nivel mundial, los constantes cambios que se presentan en el mundo de los negocios, y la apertura de nuevos mercados potenciales, impulsa a los ecuatorianos a buscar nuevas alternativas de inversión, o desarrollar los actuales negocios con el objetivo de volverlos más atractivos, tal es el caso del sector productor de tagua, que por años se ha mantenido con un esquema que no ha sufrido transformación alguna.

El principal objetivo de la investigación es realizar un estudio de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua para recomendar estrategias de mejoramiento de la Economía en el Recinto Malqui, perteneciente a la Parroquia Pucayacu del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

Para el desarrollo del trabajo investigativo se realizará un estudio de mercado, caracterizando el objeto de estudio, levantando datos relevantes de campo en base de las variables inmersas para posteriormente generar e interpretar resultados.

La investigación a utilizar es de tipo descriptiva que permitirá conocer en forma detallada las características de la industria, beneficiarios, procesos técnicos y evaluación de variables tales como la producción, comercialización y rentabilidad.

Además, se aplicará la Investigación Explicativa, porque identifica y analiza las causas - efectos de la problemática, generándose el estudio de las variables.

El trabajo de investigación está estructurado en los siguientes capítulos:

Capítulo I: contiene la Fundamentación Teórica donde se destaca los Antecedentes Investigativos, las Categorías fundamentales y el Marco Teórico lo cual aporta con experiencias, tendencias teorías y criterios de varios autores sobre diferentes temáticas que ayudan a entender el contexto de la investigación.

Capítulo II: se encuentra una breve caracterización de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua, la metodología empleada en el estudio realizado, el Análisis e Interpretación de Resultados aplicando encuestas a productores y comerciantes de tagua, la Verificación de las Preguntas Científica y los fundamentos del Diseño de la Propuesta.

Capítulo III: muestra la Validación de la Propuesta en base de Resultados Generales de la misma. Se aplica el análisis FODA y se realizo los estados financieros para determinar así la rentabilidad de los productores y comerciantes de tagua tomando como ejemplo a un pequeño, mediano y grande productor o comerciante según sea el caso.

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1 Antecedentes

#### *1.1.1 Proyecto 1*

*“Estudio de las cadenas productivas de aguaje y tagua Reserva Nacional pacaya Samiria, Loreto-Perú”*

#### **Resumen**

La realidad que vivimos, como resultado de los cambios de los mercados mundiales, obliga a los productores y otros actores que trabajan en áreas naturales protegidas a asumir retos en diversos ámbitos, en especial el productivo, económico, ambiental y social. De esta manera, podrán aprovechar los recursos biológicos y silvestres y manejarlos sobre la base del cumplimiento de exigencias de calidad, respetando el ecosistema.

En este caso, los actores de la cadena productiva de aguaje y tagua de la región Loreto, principalmente de la Reserva Nacional Pacaya Samiria, deben complementarse a fin de afrontar estos retos y acceder con éxito al mercado regional y nacional.



Para ello, una alternativa clave es trabajar asociadamente - bajo el concepto de cadenas para cada línea de producto seleccionada, estableciendo planes de manejo autorizados y contando el apoyo de asociaciones de productores debidamente organizadas, de forma que exista un manejo integral de la logística operacional.

El conjunto de agentes económicos de la cadena - que participan directamente en la producción, recolección, transformación y traslado del mismo producto hacia el mercado - les permitirá establecer relaciones de producción para generar oferta y determinar precios de venta finales en asociación, creando fortalezas para sus comunidades, organizaciones y para ellos mismos.

Además, podrán identificar las empresas compradoras formales y las dimensiones y capacidades de negociación que estas tienen.

El enfoque fundamental de la cadena productiva de aguaje y tagua de las comunidades de la cuenca Yanayacu - Pucate en la Reserva Nacional Pacaya Samiria apunta a lograr la complementación y cooperación entre actores productivos, encargados de la recolección, la logística, mercados, financiamientos económicos y los servicios, a fin de competir con las exigencias del mercado.

En este contexto, la Fundación Peruana para la Conservación de la Naturaleza – Pro Naturaleza viene implementando una serie de actividades para el desarrollo de las cadenas productivas de aguaje y tagua en la Reserva Nacional Pacaya Samiria, región Loreto, que incluyen la elaboración de planes de manejo y la implementación de los mismos.

La presente informe identifica y analiza cada una de las fases de los productos de aguaje y tagua, desde la producción hasta su comercialización en el mercado regional, para alcanzar el mercado nacional y, de ser factible en un mediano plazo, la exportación.

Todo ello, con la finalidad de determinar una estrategia de comercialización conveniente para incrementar las ventas de las comunidades y rentabilidades de cada uno de los productos indicados.

Esta consultoría ha sido realizada por la Fundación Peruana para la Conservación de la Naturaleza – Pro-Naturaleza en el marco del Programa Parques en Peligro, financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y The Nature Conservancy (NAVARRO Fernando: WEB, 2006, p.1).

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

#### ***“Diagnóstico de producción y comercialización de higo”***

##### ***Conclusiones y recomendaciones:***

El Higo es una fruta que posee características nutricionales y energéticas que le proporcionan gran valor dentro de la dieta de niños, jóvenes, y adultos.

Las plantaciones de Higos no requieren de mucho cuidado una vez que entran en producción, por lo que el costo de mantenimiento de las mismas no es sencillo.

De acuerdo a datos recopilados en el estudio de mercado se determinó que existe demanda interna insatisfecha de la fruta, que se satisface con importaciones de la misma.

El estudio de mercado dio como resultado que la fruta es ampliamente conocida y aceptada en Cuenca y Quito. En Guayaquil es menos conocida que en las ciudades anteriores.

En el Ecuador existen empresas que procesan la fruta por lo que se estima que la demanda aumentará, por la aceptación que está teniendo la fruta procesada. El proyecto de Producción de Higo se financiará el 60% con aportación de capital propio y 40% con préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN).

El análisis financiero muestra que el proyecto es rentable, porque se recupera la inversión en el segundo año de producción y genera una tasa de retorno.

La tasa mínima de retorno (TMAR) o tasa de descuento se la obtuvo por el método de Costo Promedio Ponderado del Capital que dio como resultado:

La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto sin financiamiento fue de 52%, mientras que el VAN alcanzó un valor de \$185.485, lo que indica que el proyecto.

La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto del inversionista fue de 66%, mientras que el VAN alcanzó un valor de \$197.862, lo que indica que el proyecto es rentable (LANDETA, DELGADO: WEB, 2005).

## **1.2 Categorías Fundamentales**

1.2.1 Economía

1.2.2 Producción

1.2.3 Comercialización

1.2.4 Costos

1.2.5 Rentabilidad

1.2.6 Gestión Empresarial

1.2.7 Agricultura

## **1.3 Marco Teórico**

### ***1.3.1 Economía***

El termino economía proviene de la palabra griega OIKO-NOMOS, que significa “El que administra un hogar”. Este origen tal vez parezca peculiar a primera vista, pero en realidad, los hogares y las economías tienen mucho en común. Un hogar tiene que tomar numerosas decisiones. Debe decidir qué miembros van a realizar cada tarea y qué va a recibir cada uno a cambio. La sociedad tiene que tomar, al igual que un hogar, numerosas decisiones. Qué labores se realizarán y quiénes las harán. Una vez que ha asignado a los individuos a las diversas tareas, debe asignar también los bienes y servicios que éstos producen. La gestión de los recursos de la sociedad es importante porque éstos son escasos. En sí la economía es el modo en el que la sociedad gestiona sus recursos escasos (MACKENZIE Davis, 2007, p.3).

La palabra economía se relaciona con la dirección de un hogar, y aunque no parezca cierto la economía y el hogar tienen similar forma de ser, en ambos casos se debe dirigir labores y actividades de actores para tener un adecuado manejo de los recursos. Estos recursos son limitados, tanto en la sociedad como en los hogares no se puede tener siempre lo que se desea, es por eso que la economía es la ciencia que trata de satisfacer las necesidades de los individuos con los escasos recursos existentes.

La Economía, es el estudio de cómo las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas. Tras esta definición se esconden dos ideas clave de la economía: los bienes son escasos y la sociedad debe utilizar sus recursos con eficiencia. Es una disciplina importante debido a la escasez y el deseo de ser eficientes. La esencia de la teoría económica es reconocer la realidad de la escasez y luego encontrar la manera de organizar a la sociedad de tal manera que logre el uso más eficiente de sus recursos. Es ahí donde la economía hace su contribución exclusiva (LINDEGAARD Eugenia, 2008, p.4).

La economía analiza la escasez de recursos, y canaliza los pocos medios disponibles para satisfacer necesidades básicas de la sociedad mejorando el sistema y buscando estrategias para organizar al individuo, no existe una economía sin escasez y de existir, ya no serían de utilidad los mercados, ya que los bienes producidos serían ilimitados a libre disponibilidad de quien los necesite, por esto siempre debe existir un equilibrio.

### ***1.3.1.1 Macroeconomía***

Es el estudio de la economía en su conjunto. Los macroeconomistas se ocupan de diversas cuestiones: ¿por qué es tan alta la renta media en unos países y baja en otros? ¿Por qué suben los precios rápidamente en algunos períodos de tiempo y se mantienen más estables en otros? ¿Por qué aumentan la producción y el empleo unos años y se contraen en otros? ¿Puede hacer algo el gobierno para fomentar un rápido crecimiento de la renta, una baja inflación y un empleo estable? Estas preguntas son todas ellas macroeconómicas porque se refieren al funcionamiento de la economía (MACKENZIE Davies, 2007, p.12).

Estudia a la economía en forma global y detalla los cambios que existen en los agentes económicos, los que pueden llegar a ser afectados, estos cambios se miden a través de índices, los mismos que son: niveles de renta, niveles de producción, tasas de interés, inflación, desempleo, entre otros, los cuales permiten determinar en términos porcentuales cómo se encuentra la economía.

Estudia la economía como un todo o sus agregados o subdivisiones. Un agregado es un conjunto de unidades económicas específicas que se tratan como si fueran una unidad. Al considerar los agregados, esta trata de obtener una visión o síntesis general de la estructura de la economía y de las relaciones entre sus principales agregados. Sus indicadores, tales como el producto total, el empleo total, el ingreso total, los gastos agregados y el nivel general de precios analizan los diversos problemas económicos.

No presta atención a las unidades específicas que conforman esos agregados (SERNA Humberto, 2008, p.10).

La macroeconomía es la que se encarga de estudiar los agregados económicos que de una u otra forma pueden afectar a la economía en forma global. Es decir, estos indicadores, tales como el producto total, el empleo total, el ingreso total, los gastos agregados y el nivel general de precios que analizan los diversos problemas económicos de la sociedad.

### ***1.3.1.2 Microeconomía***

Rama de la economía que se ocupa del comportamiento de entidades individuales. En “La riqueza de las naciones”, Smith consideró la manera en que se fijan los precios individuales, estudió la determinación de los precios de la tierra, el trabajo y el capital e investigó las fortalezas y debilidades del mecanismo de mercado. Y lo que es más importante, identificó las propiedades notables de eficiencia de los mercados y observó que el beneficio económico resulta de las acciones interesadas de los individuos. Todo sigue relevante en la actualidad y, si bien el estudio de la microeconomía ha experimentado grandes adelantos desde la época de Smith, políticos y economistas siguen citándolo por igual (LINDEGAARD Eugenia, 2008, p.5).

Es parte de la economía que se encarga de estudiar la conducta de los agentes económicos individualmente, y todo lo que influye de alguna u otra manera en estos, como la fijación de precios, el trabajo y el capital e indagar el modo en que se desempeñan los agentes para distribuir estos mecanismos de la mejor manera, beneficiándose de ellos.

Considera las unidades económicas específicas. En este nivel de análisis, el economista observa con un microscopio, los detalles de una unidad económica, o de un segmento muy pequeño de la economía. Hablamos de una industria, empresa o familia individual.

Medimos el precio de un producto específico, número de trabajadores empleados por una sola persona, la renta o ingreso de una entidad, gastos de una empresa, gobierno, familia específica. En microeconomía estudiamos los árboles, no el bosque (MCCONNEL Brue, 2007, p.10).

Se encarga de analizar el modo en que los hogares, mercados y empresas toman sus decisiones de manera individual y la forma en que interactúan entre ellos nivelando las unidades económicas.

### ***1.3.1.3 Producto Interno Bruto***

Valor total en el mercado de todos los bienes y servicios finales generados en determinado periodo por factores de producción localizados en un país. En primer lugar, observe que la definición se refiere a bienes y servicios finales. Muchos bienes que se producen en la economía no se clasifican como finales, sino como intermedios (CASE Karl, 2008, p.113-114).

El producto interno bruto es la suma de todos los bienes y servicios finales producidos en un país en un determinado período de tiempo, pero cabe recalcar que se mide solamente los bienes y servicios finales, es decir, si una empresa cualquiera produce algún bien para complementar la producción de uno y esta lo vende a otra empresa, el producto que se tomara en cuenta en la suma del PIB será el de la segunda empresa.

Es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un determinado periodo de tiempo. La definición tal vez parezca bastante sencilla. Pero, en realidad cuando se calcula el producto interno bruto de una economía surgen numerosas cuestiones. Suma muchos tipos de productos para obtener un único indicador del valor de la actividad económica. Para ello, utiliza los precios de mercados. Como estos miden la cantidad que están dispuestos a pagar los individuos por los diferentes bienes, reflejan el valor de los bienes. El producto interno bruto trata de ser exhaustivo.

Comprende todos los artículos traducidos en la economía y vendidos legalmente en los mercados. También comprende el valor de mercado de los servicios de vivienda suministrados por el parque de viviendas de la economía (MANKIW Gregory, 2007, p.351).

El producto interno bruto también conocido como PIB corresponde a la suma de todos los bienes y servicios, que se producen en un determinado tiempo dentro del país, este mide la producción total y refleja sus precios de acuerdo a los niveles encontrados en el mercado.

### ***1.3.2 Producción***

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura (BACA Gabriel, 2007, p.111).

Se entiende por producción al proceso técnico que se utiliza para la transformación de la materia prima a un artículo o producto a través de la manufactura; siendo creado, con la finalidad de satisfacer las necesidades existentes de la sociedad.

Es el proceso que transforma recursos escasos en bienes y servicios útiles, estos bienes y servicios son usados para que un equipo comercial consiga vender la máxima cantidad que comercializa. Estos bienes o servicios pasan por diferentes fases de producción hasta llegar a la población (CASE Karl *et al*, 2008, p.26).

La producción usa los recursos disponibles para transformarlos en bienes y servicios que servirán de uso para la sociedad. Se empieza por las etapas de producción hasta que el producto terminado sea comercializado y llegar finalmente al consumidor que hará uso de este.



### ***1.3.2.1 Medios de Producción***

Se conocen también como recursos y comprenden todos aquellos elementos que contribuyen a que el proceso de producción pueda llevarse a cabo; estos se agrupan en tierra, trabajo y capital

**Tierra.-** Según la denominación usual del análisis económico, ese factor incluye no sólo la oferta total de tierras de cultivo, sino de todo un conjunto de elementos naturales que se encuentran en el suelo y en el subsuelo.

**Trabajo.-** La recopilación de los recursos activos básicos, su aglutinación, su aplicación a finalidades alternativas y la coordinación de sus esfuerzos, presuponen la existencia de determinada capacidad de empresa.

**Capital.-** Consiste en las diversas formas de riquezas empleadas en la obtención de nuevas riquezas (GUERRA, Guillermo, 2007, p.8-9).

Los medios de producción son los recursos que contribuyen al proceso de producción a través de diferentes elementos que se agrupan en tierra, que constituye los recursos naturales encontrados en el suelo, el trabajo, que se basa en el esfuerzo físico o intelectual y el capital es la unidad unitaria que se usa para la obtención de más de estas.

Conjunto de medios y objetos de trabajo que participan en el proceso de producción y que el hombre utiliza para crear los bienes materiales. Son medios de trabajo las cosas con que el hombre actúa sobre la naturaleza y sobre los objetos de trabajo con el fin de producir bienes materiales:

**Trabajo:** Es la medida del esfuerzo hecho por seres humanos.

**Tierra:** Recursos naturales cuyo suministro está inherentemente fijado.

**Capital:** Factor constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género (BACA Gabriel, 2007, p.185).

Los medios son los que permiten generar la producción entre ellos tenemos: las máquinas, herramientas, los motores, diferentes aparatos, los edificios e instalaciones destinados a la producción, los medios de transporte y de comunicación y la tierra. En otras palabras, todo lo que se utiliza en el proceso de producción.

### ***1.3.2.2 Modos de Producción***

El modo de producción de una época no es determinado por qué o por cuánto se produce, sino por cómo los medios de vida de los hombres dependen ante todo, de la naturaleza misma de los medios de vida con que se encuentran y que hay que reproducir (MONROY Néstor; HOOFF Bart, 2008, p.57).

Este es determinado a través de cómo dar la producción para que las personas puedan producir utilizando los medios necesarios encontrados en la naturaleza como una vía para satisfacer sus necesidades usando los medios requeridos.

Señala la forma y las características de la producción de los bienes materiales necesarios para la existencia del hombre. En otras palabras es el elemento básico que permite explicar y comprender la naturaleza de la sociedad (GUERRA, Guillermo, 2007, p.15).

En lo que concierne a los modos de producción podemos señalar que es la unidad básica que comprende la naturaleza de la sociedad y las relaciones de producción. Cabe resaltar que en toda sociedad o formación socio-económico existen varios modos de producción.

### ***1.3.2.3 Proceso de Producción***

A continuación se especifica las fases de un proceso de producción:

## **Fertilización del suelo**

Es la cualidad de un suelo para proporcionar los nutrimentos adecuados y en las cantidades apropiadas que permitan el normal crecimiento y desarrollo de determinadas plantas cuando otros factores son favorables. Un suelo fértil puede no ser productivo por factores como exceso o defecto de humedad, poca aireación, carencias estructurales y condiciones climáticas adversas.

## **Abono**

Con frecuencia, el suelo pierde sus elementos y compuestos a causa de la erosión. Algunos elementos, sobre todo solubles en el suelo, se pierden por lavado. Otros disminuyen en las cosechas, en especial, cuando los residuos de éstas no se revierten al suelo, ocasionando su progresivo desgaste y empobrecimiento.

### **Tipos de Abono:**

- **Abonos Orgánicos:** Son sustancias de origen animal como harina de hueso y pescado, excrementos y desechos de matadero o vegetal como residuos de cosecha, bagazo de caña, desechos de aserrío, cenizas y plantas vivas.
- **Abonos Inorgánicos:** Se conocen como fertilizantes, son de origen mineral, no contienen nutrimentos vegetales en forma de elementos como nitrógeno, fósforo, potasio u otro, sino en forma iónica que los hace asimilables directamente por las plantas o absorbidos por los coloides del suelo.
- **Micronutrientes:** Son los elementos que las plantas requiere en cantidades pequeñas para su normal desarrollo y por lo general, el suelo los posee en concentraciones adecuadas.

## Cosecha

Recolección de los frutos, semillas u hortalizas de los campos en la época del año en que están maduros. La cosecha marca el final del crecimiento de una estación o el final del ciclo de un fruto en particular. El término cosechar en su uso general incluye también las acciones posteriores a la recolección del fruto propiamente dicha, tales como la limpieza, clasificación y embalado de lo recolectado hasta su almacenaje en la granja o su envío al mercado de venta al por mayor o al consumidor. A continuación los pasos de la cosecha:

- El primer paso es el secado. El tiempo de secado de las pepas depende exclusivamente del estado en el que la pepa llega al tendal.
- Como segundo paso, las pepas son conducidas hacia las máquinas peladoras que retiran las tres capas o cáscaras que tiene cada una, así la pepa queda totalmente limpia y lisa.
- Posteriormente tenemos la etapa de corte. Una vez peladas, las pepas son llevadas al departamento de corte donde se emplea una sierra circular de un caballo de fuerza que normalmente se importa de Italia o Alemania.
- Como siguiente paso se clasifica las pepas de acuerdo a su color. Las blancas son las idóneas para el mercado, si la pepa no está lo suficientemente blanca se debe a que no recibió una buena cantidad de sol, en este momento se las ingresa en un horno hasta obtener la tonalidad deseada.
- Cuando se ha obtenido una correcta tonalidad las tajadas son expuestas a un torno manual operado por un obrero o industrial. Es aquí cuando se elaboran las anímelas o discos para fabricar botones.

- En este paso se selecciona y clasifica a los discos por su tamaño, calidad y color, si durante esta etapa se encuentra algún desperfecto en algún disco se lo Expone nuevamente al torno para que lo trabaje otra vez y este nuevo disco se clasificará dentro de otro grupo de discos más pequeños.

Después de todas estas etapas los discos están listos para ser comercializados (OSPINA, Julio; ALDANA Héctor, 2008, p.88-89).

Fundamentalmente la producción agrícola tiene varias fases de trabajo práctico, las mismas que son las siguientes: Fertilización del suelo, actividades relacionadas con los abonos y la recopilación de frutos o cosecha para finalmente canalizar estrategias de comercialización en miras de recuperar la inversión y generar utilidades.

### ***1.3.3 Comercialización***

El estudio de la comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final. Este proceso incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte de empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad, su importancia variará dependiendo del producto de que se trate, si es de consumo final, intermedio o de capital; o si se trata de productos agrícolas, industriales, mineros (MIRANDA Juan, 2008, p.110).

El papel que desempeña la comercialización es señalar los procesos que se dan en el mercado para que los bienes o servicios comercializados lleguen desde los productores o intermediarios a los consumidores. La comercialización se realiza en los diferentes sectores de la economía, ya sea en el sector privado a través de la venta de productos o en el sector público con la prestación de servicios.

En la actualidad se concede considerable atención a la comercialización en el mundo de las empresas; este concepto subraya la importancia de la comercialización en el desarrollo y el crecimiento de cada compañía.

La aplicación del concepto de comercialización implica una creciente responsabilidad para todos los miembros de la organización comercial, representantes de las áreas de venta, publicidad, investigación de mercado, planeamiento de producción, pronósticos de ventas y análisis y control de las ventas, que deben participar como equipo en un esfuerzo coordinado que se orienta hacia la realización de una meta común (PEDERSON Carlton, *et al*, 2008, p.13).

Podemos definir como la comercialización a uno de los ejes fundamentales dentro de una empresa, porque es la que abre campo a los negocios y a relacionarse con el mercado, valiéndose de las estrategias necesarias para llegar hasta los consumidores finales a través de técnicas comerciales que permitan dar un mejor servicio a los mismos.

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

Para conocer mejor los procesos que se dan en la comercialización de un bien o servicio, se precisa de un conjunto de relaciones organizacionales entre los productores, los intermediarios y desde luego, los usuarios finales. Estas relaciones corresponden a la llamada estructura de los canales, toma variadas formas dependiendo de las condiciones específicas como se presente la organización del mercado:

- ✓ Relación directa entre productor y el consumidor.
- ✓ Del productor al detallista y este al consumidor.
- ✓ Del productor al mayorista, de este al minorista, y luego al consumidor.
- ✓ Del productor al agente intermediario, de este al mayorista, de este al minorista y finalmente al consumidor (MIRANDA Juan, 2008, p.110-113).

Los canales de comercialización son aquellos que se encargan de la distribución de un producto terminado hasta su punto final, en este intervienen diferentes agentes, desde el productor quien es el que convierte la materia prima en Producto, este lo puede hacer llegar directamente al usuario final, o a través de los intermediarios quienes se encargarían de entregar al consumidor final. Cuando se entrega directamente del productor al cliente o consumidor final es una distribución directa y si se da a través de un intermediario es un canal indirecto

Los canales de comercialización se construyen a partir de la observación sistemática del flujo de un producto o grupo de productos, desde su origen hasta su consumo, en un mercado definido y en un período determinado.

Se acostumbra realizar encuestas para llevar a cabo un seguimiento a partir de los sitios de producción, o de llegada de importaciones (OSPINA, Julio; ALDANA Héctor, 2008, p.248-250).

Son las pautas que se siguen en la comercialización, por diferentes vías, puede ser a través de un flujo de producto o productos al consumidor, es decir de manera directa del productor al cliente o a través de intermediarios, hasta llegar al consumidor.

Los diagramas de canales de comercialización pueden ver de manera fácil el proceso comercial y así determinar la importancia de las distintas vías de intermediación si se dan.

### ***1.3.3.2 Marketing Mix.***

El marketing mix es una combinación de elementos o técnicas sobre las cuales puede actuar la empresa de forma planificada dichos variables son los siguientes:

Precio, producto, promoción y distribución (ARTUÑO Mariano: WEB, 2010, p.1-2).

Son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las P del marketing.

Las variables del marketing mix son las siguientes: producto, precio, plaza, promoción (KOTLER Philip; ARMSTRONG Gary, 2008. p. 256).

Teóricamente están relacionadas directamente con las 4 "P" tradicionales, es decir, (Precio, Plaza, Promoción y Producto), tomando en cuenta más aspectos como las personas y los procesos, los cuales poseen aspectos íntegramente administrativos, pero forman parte en las decisiones mercadológicas.

#### ***1.3.3.2.1 Precio.***

Normalmente los precios cotizados a los clientes dependen de factores como el carácter de la competencia, las funciones de comercialización, la magnitud del pedido y las condiciones de la venta (PEDERSON Carlton et al, 2008, p. 100).

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, en sentido más general es la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos o servicios.

Cantidad de dinero que se paga por un bien. Es la expresión en dinero del valor de las mercancías (VIZCARRA José, 2007, p.258).

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.



#### ***1.3.3.2.2 Producto.***

Es todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición o consumo, y que satisface un deseo o una necesidad (KOTLER Philip; ARMSTRONG Gary, 2008, p.289).

Se lo puede especificar como un bien o servicio cuya misión principal es la de satisfacer las necesidades de las personas.

En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo (ARBOLEDA Germán, 2009, p.49).

Corresponde a un bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.

#### ***1.3.3.2.3 Promoción.***

Actividad de marketing que consiste en informar y persuadir a los clientes (LONGENECKER, Justin *et al*, 2007, p.383).

Se podría decir que la promoción es convertir algo (tangible o intangible) en conocido. Cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

Las promociones de ventas es un instrumento de la comunicación que el empresario dirige a intermediarios, vendedores, prescriptores y/o al consumidor (ENCARNACIÓN María, 2007, p. 195)

Consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos.

#### **1.3.3.2.4 Plaza**

Donde se realizan operaciones financieras y económicas (VIZCARRA José, 2007, p.258).

Instrumento del marketing que tiene por objeto trasladar el producto desde el origen, de su puesta a punto, es decir desde la fábrica hasta el consumidor final.

Es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones Óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean (PINTO, Bernardo *et al*, 2010, p.80).

La plaza es un elemento de las variables del marketing mix que se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al usuario.

#### **1.3.3.2.5 Servicio.**

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo (MAQUEDA, Javier; LLAGUNO José, 2007, p.37).

En resumen los servicios son un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente, procurando ofrecer los productos de una manera adecuada para satisfacer a los consumidores.

Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo (PINTO, Bernardo *et al*, 2010).

Es una de las actividades que utilizan las empresas con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores.

### ***1.3.3.3 Canales de Distribución.***

Son las vías que sigue un producto desde su punto de origen hasta su consumo, también se refiere a las personas que realizan las funciones de distribución a lo largo del camino (ENCARNACIÓN María, 2007, p. 195).

Los Canales de distribución son las distintas rutas o vías, que las empresas toman; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

Son los medios que una empresa puede seleccionar para ponerse en contacto con sus clientes potenciales, tenemos: Canal directo y canal indirecto (ARBOLEDA Germán, 2009, p.56).

Son los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.

#### ***1.3.3.3.1 Canal Directo.***

Son aquellos que conduce directamente al consumidor desde el productor (ARBOLEDA Germán, 2009, p.56).

Corresponde al productor o fabricante que vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios.

Es aquel en que el fabricante contacta directamente con el consumidor (ENCARNACIÓN María, 2007, p. 198).

Toma como nombre canal directo ya que el productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios.

#### ***1.3.3.3.2 Canal Indirecto.***

Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final (ARBOLEDA Germán, 2009, p.56).

Mencionamos indirecto porque el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

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 hasta llegar al consumidor final (ENCARNACIÓN María, 2007, p. 199).

En este canal el productor o fabricante vende el producto o servicio indirectamente, es decir, busca intermediarios (detallistas o minoristas) con el propósito de hacer llegar el producto al consumidor final.

#### ***1.3.4 Costos***

Medida y valoración del consumo realizado o previsto por la aplicación racional de los factores para un determinado objetivo, por ejemplo la obtención de un producto, trabajo o servicio. Bajo esta perspectiva, se considera el costo como una magnitud relevante para el cálculo del resultado interno, de forma análoga, pero diferenciada, a la magnitud "gasto" que sería la magnitud relevante para el cálculo del resultado externo. (CASTRILLON, Jaime, 2010, p.60).

Es el valor total empleado en la producción de un producto o servicio que retorna después de la venta del mismo agregada una ganancia.

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). (NICHOLSON Walter, 2007, p. 212).

El costo influye directamente en el precio final que tendrá el producto o servicio ya que es lo que le cuesta a la empresa en su respectiva producción.

#### ***1.3.4.1 Costos de Producción.***

En este estudio se pretende analizar las decisiones fundamentales que tiene que hacer una empresa bajo condiciones de competencia perfecta, para lograr el objetivo de producir con la máxima eficacia económica posible, para lograr el nivel de producción de máxima eficacia económica y máxima ganancia. Hay que tomar en consideración que la ganancia total de una empresa depende de la relación entre los costos de producción y el ingreso total alcanzado. (MÉNDEZ Milena: WEB, 2010)

Costos de Producción es lograr una producción con la máxima eficacia económica y máxima ganancia logrando así los objetivos trazados por la empresa.

Se considera un costo de producción a lo que se paga por los factores productivos. Los costos de producción son todos aquellos elementos de costo que tienden a permanecer constantes en su cantidad total a medida que la producción aumenta o disminuye. (ZORRILLA Santiago, 2007, p. 127)

Son los valores constantes que se paga en el desarrollo de un proyecto así la producción aumente o disminuya.

#### ***1.3.4.2 Clasificación del Costo.***

##### ***1.3.4.2.1 Costos fijos.***

Los costos fijos son aquellos en que necesariamente tiene que incurrir la empresa al iniciar sus operaciones. Se definen como costos porque en el plazo corto e intermedio se mantienen constantes a los diferentes niveles de producción. Como ejemplo de estos costos fijos se identifican los salarios de ejecutivos, los alquileres, los intereses, las primas de seguro, la depreciación de la maquinaria y el equipo y las contribuciones sobre la propiedad. (MÉNDEZ Milena: WEB, 2010)

Los costos fijos son necesarios para un proyecto ya que es lo que la empresa tiene que emplear para la iniciación de sus operaciones por ejemplo: salarios de los ejecutivos, los alquileres, los intereses, las primas de seguro, la depreciación de la maquinaria y el equipo y las contribuciones sobre la propiedad de la empresa.

Costo fijos son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos, como ejemplo están los arrendamientos, que aunque la empresa este activa o no hay que pagarlos, así produzca 100 o 500 unidades siempre deberá pagar el mismo valor por concepto de arrendamiento. (SOLORZANO Robert: WEB, 2011)

Se generan sin considerar si la empresa produce mayor o menor producción a la establecida, por ejemplo: el arriendo siempre el valor será el mismo independientemente de las ventas que haya tenido la empresa en el transcurso del mes.

#### **1.3.4.2.2 Costos Variables.**

Los costos variables son aquellos que varían al variar el volumen de producción. El costo variable total se mueve en la misma dirección del nivel de producción. El costo de la materia prima y el costo de la mano de obra son los elementos más importantes del costo variable. La decisión de aumentar el nivel de producción significa el uso de más materia prima y más obreros, por lo que el costo variable total tiende a aumentar la producción. Los costos variables son pues, aquellos que varían al variar la producción. (MÉNDEZ Milena: WEB, 2010)

Los costos variables van de la mano con la producción de la empresa ya que si aumenta la producción, aumenta los costos variables. Es decir mayor producción, mayor empleo de materia prima.

Los costos variables son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, tal como la mano de obra, (si la producción es baja, se contratan pocos empleados, si aumentan pues se contrataran más y si disminuye, se despedirán), también tenemos la materia prima, que se comprará de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo. (SOLORZANO Robert: WEB, 2011)

Son valores a cancelar de acuerdo a la producción que se mantenga a mayor producción mayor costo variable, a menor producción menor costo variable.

#### **1.3.4.3 Inversión Inicial**

Se denomina inversión inicial a la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio (LONGENECKER Justin *et al*, 2007, p.208).

El capital con el que invertimos al iniciar un determinado negocio es la inversión inicial, es en si el dinero que se necesita para encaminar un proyecto.

La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad (WARREN Carl *et al*, 2007, p.16).

Esta nos demuestra la manera en que está estructurado el capital para la iniciación de una empresa y el desarrollo del movimiento empresarial hasta llegar a alcanzar la rentabilidad deseada.

#### ***1.3.4.3.1 Estados Financieros***

Después de registrar y resumir las transacciones, se elaboran los reportes para los usuarios. Los reportes contables que proporcionan esta información se llaman estados financieros. Los principales estados financieros en una empresa individual son el estado de resultados, el estado de capital contable, el balance general y el estado de flujos de caja (ZAPATA Pedro, 2007, p.16).

Estos son registros contables que nos dan a conocer la información de la empresa; a través de estos reportes podemos saber si esta se encuentra encaminada al desarrollo o está teniendo inconvenientes financieros.

Los estados financieros ofrecen información importante respecto al desempeño y los recursos de una empresa, los más importantes y básicos son: el estado de resultados, el balance general y el estado de flujo de efectivo.

Con esta información esencial podrá evaluar las posibilidades que tiene una empresa (LONGENECKER Justin *et al*, 2007, p.208).

Los estados financieros son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.



#### ***1.3.4.3.2 Estado de Resultados***

Es quizá uno de los más importantes e interesantes informes contables, que mide la situación económica de una entidad en un período determinado; es decir, la capacidad gerencial para hacer rentables los recursos activos y pasivos. Si esos recursos se han manejado correctamente y eficientemente, el patrimonio se incrementará; de lo contrario se reducirá y será motivo de obvia preocupación para propios y extraños (ZAPATA Pedro, 2007, p.32).

Evalúa la situación financiera y económica de una institución en un determinado período de tiempo, mide los recursos que se manejan y se hace un análisis para saber su eficiencia y su situación presente y también se puede determinar su proyección a futuro.

En el estado de pérdidas y ganancias se informa de los ingresos y gastos de un período, con base en el concepto de vinculación el cual se aplica al confrontar los gastos con el ingreso generado durante un período. El estado de resultados también informa del excedente de ingresos sobre los gastos incurridos, el cual se llama ingreso neto o utilidad neta. Si los gastos exceden a los ingresos, tal excedente es una pérdida neta (WARREN Carl *et al*, 2007, p.16).

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

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

Es la relación entre la utilidad proporcionada por un título y el capital invertido para su obtención. Es el beneficio económico cuantificado en dinero obtenido por el tenedor de una acción, incluye tanto el dividendo aprobado por la empresa como la valoración obtenida en el mercado (LAMB Charles *et al*, 2007, p.521).

La rentabilidad no es más que el beneficio económico obtenido por la empresa al finalizar un determinado período de tiempo. En otras palabras es obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

El análisis de la rentabilidad de la empresa pretende mostrar las causas y efectos de las políticas de inversión y financiación de las empresas. Los índices de rentabilidad constituyen una de las primeras fuentes de información para la toma de decisiones interna y externa de la empresas KOTTER, John; HESKETT, James, 2009, p.240).

En una empresa la rentabilidad es aquella que muestra las causas y los efectos de la inversión y el financiamiento que esta ha realizado para el manejo de la misma. A través de los parámetros de la rentabilidad podemos visualizar información que nos muestre el estado de la empresa y así poder tomar decisiones respectivas según sea el caso.

#### ***1.3.5.1 Ratios Financieros***

Es necesario clasificar los estados financieros, de manera que permitan un adecuado análisis e interpretación de la situación financiera y de los resultados de las operaciones de la empresa. La división total de activos corrientes entre el total de pasivos corrientes del balance general es un ejemplo de razón financiera. Las razones indicadas en seguida, y clasificadas en cuatro grupos, logran facilitar el análisis de los aspectos de mayor incidencia en el desarrollo de un negocio. Razones de liquidez, razones de actividad, razones de solvencia y razones de rentabilidad (OSPINA, Julio; ALDANA Héctor, 2008, p.75-78).

Los ratios financieros son índices que permiten realizar un análisis de los estados financieros de las organizaciones, existen diferentes razones que permiten determinar la incidencia en el desarrollo del negocio, entre estas se encuentran, las razones de liquidez, razones de solvencia, razones de actividad y razones de rentabilidad.

Las razones financieras proporcionan información en un punto en el tiempo. A la institución bancaria que va a prestar dinero le interesa conocer si la empresa tiene suficiente liquidez, como para que los pagos no peligren. A la empresa le interesa conocer si la depreciación acumulada del equipo representa una alta porción del valor original, pues eso es un signo de que está usando equipos obsoletos. A continuación se van a analizar los índices de liquidez, prueba ácida, solvencia, solidez, endeudamiento, garantía y rentabilidad.

A continuación se detalla las razones financieras con su respectiva fórmula de cálculo:

- $\text{Liquidez} = \frac{\text{activo disponible} + \text{activo exigible}}{\text{pasivo corriente}}$
- $\text{Prueba ácida} = \frac{\text{activo disponible}}{\text{pasivo corriente}}$
- $\text{Solvencia} = \frac{\text{activo corriente o circulante}}{\text{pasivo corriente o circulante}}$
- $\text{Solidez} = \frac{\text{recursos propios}}{\text{pasivo exigible}}$
- $\text{Endeudamiento} = \frac{\text{pasivo exigible} \times 100}{\text{activo total}}$
- $\text{Rentabilidad} = \frac{\text{utilidad neta} \times 100}{\text{capital neto}}$
- $\text{Garantía} = \frac{\text{préstamo solicitado} \times 100}{\text{garantía ofrecida}}$  (VALLEJO Héctor; VELASCO Birmania, 2007, p.153-158).

Los ratios financieros, también conocidos indicadores o índices financieros, son los que nos permiten analizar los aspectos favorables y desfavorables de la situación económica y financiera de una empresa. Para poder solucionar a tiempo si existe algún inconveniente en la institución de estudio.

#### ***1.3.5.2 Margen de Utilidad***

Diferencia entre los ingresos y gastos totales, incluyendo impuestos; por lo general se expresa en un porcentaje de los ingresos. Este margen de utilidad se lo determina con la siguiente fórmula: Utilidad, igual a precio de venta, menos el costo variable (VIZCARRA José, 2007, p.220).

Definimos como margen de utilidad a los ingresos totales y a los gastos totales, este margen es expresado en porcentaje y lo calculamos a través de esta fórmula:

Unidad = precio de venta – costo variable.

Es la diferencia entre el precio de venta de un producto y su costo variable. Se le llama así porque muestra cómo contribuyen los productos a cubrir los costos fijos y generar la utilidad neta que el negocio persigue. El margen de utilidad total de la empresa también es la diferencia entre la venta y el costo variable total. Calculando el margen de contribución, el empresario puede calcular con facilidad las ventas que debe realizar (OSPINA, Julio; ALDANA Héctor, 2008, p.83).

El margen de utilidad se define como un indicador financiero que se emplea para medir la rentabilidad de una empresa. Se expresa mediante la relación que existe entre las utilidades de la empresa y los ingresos netos por ventas. Se establece una diferencia entre al precio de venta y el costo variable de un producto.

### ***1.3.5.3 Evaluación Financiera***

El estudio de evaluación financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable (OSPINA Julio *et al*, 2008, p.131).

Antes de finalizar un proyecto se realiza una evaluación de este, la cual permite conocer si va a ser o no factible el mismo, si no lo es para tomar las medidas necesarias y tratar de lograr establecer la situación o simplemente no realizarlo. La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida (MIRANDA Juan, 2008, p.235).

Permite conocer si una vez definida la inversión inicial y los costos se obtendrá una utilidad o pérdida en un proyecto determinado.

#### ***1.3.5.3.1 VAN***

El valor actual neto, también llamado valor presente neto, que es la diferencia entre las sumas de beneficios totales actualizados y de costos totales actualizados. Representa el ingreso neto generado por el proyecto durante toda su vida útil, en unidades monetarias actualizadas con la tasa de interés del mercado.

Es la retribución al capital invertido, pues todavía no se han deducido ni los pagos por la financiación ni los impuestos sobre la renta (OSPINA Julio *et al*, 2008, p.131).

El valor presente neto o valor actual neto es la suma del costo total más el beneficio total, es decir, que mide en unidades monetarias el ingreso neto generado en la empresa durante su vida útil, tomamos en cuenta también la retribución del capital invertido.

El van, también denominado el valor actual neto, es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, es un método de valoración de inversiones en activos fijos, proporcionando una valoración financiera en el momento actual de flujos de caja netos proporcionados por la inversión (SAPAG Nassir; SAPAG Reinaldo, 2008, p.302).

Se interpreta como valor actual neto al índice que se encarga de medir los flujos proyectados de ingresos y de egresos, tomando en cuenta los costos actualizados y los beneficios que tiene el negocio. Cuando el valor actual neto es positivo, el proyecto es conveniente y cuando este es negativo, entonces no sería factible invertir.

#### ***1.3.5.3.2 TIR***

Es la tasa de interés a la cual el valor presente de los ingresos es igual al valor presente de los egreso, es decir que está definida como aquella tasa de interés o de descuento que hace el valor presente neto de una determinada inversión, sea igual a cero (MIRANDA Juan, 2008, p.236).

La tasa interna de retorno establece una relación entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos, para definir si la TIR es mayor que el costo promedio, si lo es se debe aceptar un proyecto y si no es el caso este se debe rechazar.

Rédito de descuento que iguala el valor actual de los egresos con el valor futuro de los ingresos previstos; se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión; para ello, la tasa interna de retorno se compara con una tasa mínima o de corte. Si la tasa de rendimiento del proyecto (expresada por la tasa interna de retorno) supera a la de corte, se acepta la inversión, en caso contrario la rechaza (VIZCARRA José, 2007, p.328).

Podemos definir a la tasa interna de retorno como un índice financiero que mide si un proyecto es rentable o no. Esto se mide a través de la tasa de rendimiento, si esta supera a la de corte aceptamos la inversión del proyecto y si no supera el rendimiento el proyecto no es confiable, por tanto lo rechazamos.

### ***1.3.6 Gestión Empresarial***

El análisis estratégico de una situación gerencial es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones obtienen, procesan y analizan información pertinente, con el fin de evaluar el estado de la situación presente y tomar decisiones sobre el direccionamiento de la empresa hacia el futuro.

Desde hace algún tiempo ha hecho carrera en el lenguaje empresarial el término teoría empresarial indica: principios, normas, leyes que definen la realidad en un momento dado, en el pensar, en el actuar y desde luego en el organizar, administrar y dirigir, en situaciones cambiantes (SERNA Humberto, 2008, p.1).

La gestión empresarial es un proceso de dirección en una organización en la cual se realiza análisis de la información respectiva para poder hacer una evaluación del estado de la empresa y tomar las decisiones pertinentes para un mejor desempeño y direccionamiento de la misma con miras de desarrollo.

Es la acción y efecto de administrar, a través de la definición y logro de sus propósitos, mediante el adecuado uso de todos los recursos de que dispone la empresa. La dirección de esta debe ser de manera analizada para implementar los recursos que sean necesarios para un mejor funcionamiento que lleve a crecimiento empresarial (ZULUAGA Ramiro, 2007, p.15).

La gestión empresarial no es más que direccionar de una manera correcta a las empresas para mantener un mejor desempeño dentro de la organización de la misma. Se debe mantener excelentes relaciones con todos los miembros que son parte de la organización para que en conjunto se pueda llevar a la empresa a un crecimiento muy favorable y este sea en beneficio de todos.

### ***1.3.6.1 Sistemas de Gestión Empresarial***

Son sistemas de gestión de información que integran y automatizan muchas de las prácticas de negocio asociadas con los aspectos operativos o productivos de una empresa, eliminando complejas conexiones entre sistemas de distintos proveedores (SERNA Humberto, 2008, p.36).

Los sistemas de gestión empresarial son aquellos que se relacionan con el área operativa y de producción en una empresa, y en ellos se lleva el control de una parte importante ya que sin producción no existiría el bien o servicio que se usa como recurso en la comercialización y la parte operacional se encarga del buen funcionamiento de este, desde que se va a producir hasta que se va a entregar el bien o servicio producido.

Podemos denominar un sistema de gestión siendo ya sea manual o automático, en el cual procese los datos detallados necesarios para actualizar los registros que tienen relación con las operaciones de negocio fundamentales de la organización (LINDEGARD Eugenia; GALVEZ Gerardo, 2008, p.129).

En definitiva el objetivo de los sistemas de gestión es satisfacer a los clientes de una empresa y proporcionar una ventaja competitiva al reducir costos y mejorar el servicio a través de técnicas operacionales que ayuden al funcionamiento correcto de la empresa.

### ***1.3.6.2 Funciones de Gestión Empresarial***

La función es procesar y analizar la información pertinente, con el fin de evaluar el estado de la situación presente y tomar decisiones sobre el direccionamiento de la empresa hacia el futuro, encaminándola a un crecimiento y desarrollo económico, social y sistemático (SERNA Humberto, 2008, p.1).



Como principal función, la gestión empresarial se encarga de procesar y analizar los estados financieros para evaluar la situación empresarial y según esto planificar y tomar las decisiones acertadas para una dirección que lleve a la organización a un mejor desempeño y control en el campo empresarial.

La gestión empresarial se basa principalmente en cuatro funciones que son:

- ✓ Planificación: se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos.
- ✓ Organización: donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto.
- ✓ Dirección: implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, para aumentar la eficiencia del trabajo.
- ✓ Control: este podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal (ENCARNACIÓN María, 2007, p.24).

La gestión empresarial tiene como fin valorar la información del estado de la empresa para interpretar sus resultados y buscar la dirección correcta de la misma. Entre sus funciones tenemos: Planificar, mediante esta función podemos plantear nuevos proyectos para realizarlos en la empresa. Organización, mediante esta función integramos a los miembros de la empresa para realizar un trabajo conjunto.

Dirección, esta función de la gestión empresarial señala el nivel de orientación que tienen los administradores para llegar a los empleados. Control, nos permite conocer el proceso realizado por los empleados.

### ***1.3.7 Agricultura***

Significa cultura del agro y esta actividad, en consecuencia, tiene por objeto desarrollar las potencialidades ocultas que la naturaleza guarda en su estado agreste (es decir no cultivado, silvestre, inculto).

En otras palabras la agricultura busca producir alimentos, vestido, vivienda, industria y arte, a partir de las posibilidades que brinda la naturaleza (FABIO Héctor, 2007, p.436).

La agricultura es una actividad que desarrolla el potencial encontrado en la naturaleza para así poder producir los diferentes bienes que sirven para satisfacer las necesidades de la sociedad, entre lo que podemos producir a través de la agricultura tenemos, alimentos, vestimentas, entre otros.

Ciencia que trata de la aplicación de los principios de la agronomía a cada cultivo en particular, modificándolos según las necesidades de cada especie vegetal usando diferentes técnicas aplicando los conocimientos del agricultor para poder cultivar en los distintos tipos de suelos, variedad de plantas, ya sean alimenticias, medicinales u otras y realizando las diferentes labores que intervienen en la misma (BARIOGLIO Carlos, 2007, p.24).

En lo que concierne a la agricultura se refiere al conjunto de técnicas y conocimientos que un agricultor debe poseer para cultivar la tierra o la parte del sector primario. En el término agricultura se engloban diferentes labores, es decir, plantar frutos sean estos alimenticios, medicinales y a su vez estudia los diferentes tipos de suelo que brinda la naturaleza.

#### ***1.3.7.1 Tipos de Agricultura***

Tenemos los siguientes tipos:

- **Agricultura alternativa:** Sistema agrícola que percibe preservar la fertilidad del suelo, mediante el uso de fertilizantes orgánicos y técnicas de rotación de cultivos.
- **Agricultura convencional:** Este sistema trae como consecuencia la extracción de elementos nutritivos, la acidificación del suelo.

La degradación física de su estructura, la pérdida de materia orgánica, cambios en la constitución química del suelo y el deterioro del mismo por erosión.

- **Agricultura orgánica:** Técnica que utilizan métodos orgánicos basados en el estudio cuidadoso de la naturaleza y la consecuente colaboración como ciclos de crecimiento, muerte, y descomposición que conserva el suelo vivo y productivo. (FABIO Héctor, 2007, p.493-496).

La agricultura cuenta con diferentes ramas que se desprenden de ella y estas sirven para estudiar los diferentes sectores que intervienen en la misma, entre ellas la agricultura alternativa, convencional y orgánica que son parte del cultivo de la tagua.

La agricultura tiene diversos tipos entre las más comunes son:

- **Agricultura orgánica:** Sistema agrícola basado en el uso de fertilizantes y pesticidas orgánicos ideológicos de origen natural.
- **Agricultura alternativa:** Sistema agrícola que logra salvaguardar la fertilidad del suelo, a través del uso de fertilizantes orgánicos y con técnicas de rotación de cultivos.
- **Agricultura convencional:** En este tipo de agricultura se da la extracción de elementos nutritivos, la acidificación del suelo, la degradación física de su estructura, la pérdida de materia orgánica.

Cambios en la constitución química del suelo y el deterioro del mismo por erosión (GODOY Emiliano, 2007, p.334).

La agricultura para el cultivo de la tagua posee los siguientes tipos: Agricultura orgánica, alternativa y convencional, las mismas que permiten estudiar detalladamente diferentes parámetros.

### ***1.3.7.2 Medio Ambiente***

Condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o de la sociedad en su vida. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y en un momento determinados, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras. (BARIOGLIO Carlos, 2007, p.24).

Al hablar de medio ambiente se refiere al vínculo natural, social y cultural que se relacionan con la humanidad, en decir a los seres vivos e inertes que forman parte del planeta tierra y que debemos cuidar y preservar su existencia.

El Medio Ambiente es todo aquello que nos rodea y que debemos cuidar, el conjunto de elementos abióticos: energía solar, suelo, agua y aire y bióticos: organismos vivos; que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos (MACKENZIE Davis; MASTEN Susan, 2007, p.15).

No se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida, sino que también comprende seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, es decir, todo lo que se encuentra a nuestro alrededor y nos corresponde cuidar para nuestro propio bienestar.

### ***1.3.7.3 Maquinaria, Herramientas y Equipos Agrícolas***

Son los aparatos, herramientas y/o utensilios que se necesitan en el proceso productivo. Según la unidad de producción, se deben relacionar todos los elementos indispensables para llevar a cabo el proyecto. Podemos mencionar los siguientes: Tractores, cosechadoras (de maíz, trigo, tomates, algodón, frutas y muchos otros cultivos), rastrillos, empacadoras, arados, arados de disco, cultivadoras y transportadores (MOTT Robertl; GONZALEZ Virgilio, 2007, p.7).

La maquinaria, herramientas y equipos agrícolas, son los instrumentos que se usan para un proceso productivo y de acuerdo al tipo de producción se usan diferentes aparatos, relacionados según el tipo de proyecto que se realiza.

Una máquina o equipos agrícolas es aquel que tiene autonomía de funcionamiento y, por tanto, está al funcionamiento de un motor de combustión y unos mecanismos de transmisión que la permiten desplazarse por el campo cuando desarrolla el trabajo. (GUERRA, Guillermo, 2007, p.29).

Son los instrumentos que se utilizan para dirigir la acción de fuerzas de trabajo a base de energía; en el campo agrícola. En cuanto a los mecanismos a motor que se emplean en estas labores son de mucha importancia ya que facilitan la producción y mejoran las técnicas de cultivo.

## **CAPÍTULO II**

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

#### **2.1 Breve Caracterización de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Tagua**

El cultivo de tagua en el Ecuador tiene gran importancia por el consumo generalizado de este producto ya que constituye como base fundamental para la economía de nuestro país. La tagua proviene de la zona tropical de la costa ecuatoriana por tanto sus artesanías tiene gran aceptación en el mercado ecuatoriano especialmente por los turistas que visitan nuestras hermosas playas en la Provincia de Manabí y el Guayas ya que dichas artesanías son puestas a exhibición del público y porque no decir que las artesanías de tagua han tenido una gran aceptación en los mercados del exterior, tanto europeos como asiáticos, llegando a ocupar así el Ecuador a nivel de exportación de artesanía de tagua el primer lugar especialmente en el mercado chino.

El Ecuador es el único País tradicionalmente exportador de tagua, nuestro País exporta la tagua en forma de animales (forma circular para producir los botones) las cuales son clasificadas de acuerdo a su tamaño y colocadas en sacos para la exportación. Estos contienen entre 45 y 80 kilos cada uno, la comercialización de la tagua se inició alrededor del año 1865 con un primer cargamento a Alemania, donde se había descubierto el uso de este producto en la fabricación de botones de alta calidad para ropa de alta costura.

En el transcurso de las siguientes décadas, se aprendió algo más sobre la aplicación de la tagua (marfil vegetal) originaria de Ecuador en varias industrias



La Provincia cuenta con un clima que va desde el gélido de las cumbres andinas hasta el cálido húmedo en el subtrópico occidental, la hoya que ocupa la Provincia de Cotopaxi es la cuarta desde el norte. A vista de propios y extraños, es poseedora de majestuosos paisajes. Su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no sólo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica. Estudiosos nacionales y extranjeros han exaltado tanto la prodigiosa y exuberante vegetación, como los sentimientos e ideas de sus habitantes prestos al trabajo y a la reflexión constante. Su ciudad y pueblos más apartados guardan la pujanza aborígen, un romanticismo español nuevo, capaz de grandes esfuerzos y sacrificios, y el más común y más sencillo estímulo hacia las elevaciones del espíritu. La Provincia de Cotopaxi cuenta con 7 cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí, Sigchos (ECUALE: WEB, 2009).

## MESO LOCALIZACIÓN

### GRÁFICO N° 2

#### MAPA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI



Fuente: Visita Ecuador, 2011



Cotopaxi es una Provincia de aproximadamente 6.015 Km<sup>2</sup>, ubicada en la Sierra Central del Ecuador, que ocupa una extensión equivalente al 2.4% del territorio nacional y que se desarrolla en medio de ambientes naturales, domesticados y artificiales, generados y transformados a lo largo del tiempo.

Así concebida, se convierte en una Provincia de abundantes recursos naturales. Por su variedad de clima ofrece diversidad de productos; los suelos son humíferos, calcáreos, arcillosos, la flora es rica. Los bosques son una gran riqueza y su Parque Nacional, creado en 1975, preserva las reservas ecológicas de la zona donde crecen millares de árboles de pino. El árbol de molle es el símbolo de la provincia y existen variedades de cipreses, nogales, alisos, arrayanes y en la zona subtropical se explota el caucho, laurel, tagua, roble y guayacán (UTC: WEB, 2009).

### MICRO LOCALIZACIÓN

#### GRÁFICO N° 3

#### MAPA DEL CANTÓN LA MANÁ



Fuente: Viajando Ecuador, 2011

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del Censo de Población y Vivienda (2001), el Cantón La Maná presenta una población joven, a expensas de los grupos de edad comprendidos entre 0-24 años.

En el área urbana del Cantón se encuentra concentrada un 53,79% de la población de La Maná. La población femenina alcanza el 48,8%, mientras que la masculina, el 51,2%. El analfabetismo en mujeres se presenta en 13,2%, mientras que en varones: 10,8%.

La población total del Cantón La Maná es de 32.115 habitantes, de los cuales 16.446 son hombres y 15669 mujeres. De esta población el 50 % se localiza en el sector rural.

Tomando en cuenta la pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas -NBI, en el Cantón ésta alcanza un porcentaje del 74.1 %, en las parroquias rurales es del 91%. Existe en el Cantón un 13,2 % de analfabetismo. La tasa de desempleo bruta es del 62 % (La Maná, 2011).

El Cantón La Maná al encontrarse entre los 0 m.s.n.m a 800 m.s.n.m. y por sus precipitaciones anuales que superan los 6.000 mm, se encuentra ubicada dentro del Bosque Húmedo Tropical, el cual por características propias está conformado por una gran vegetación que se caracteriza por la presencia de árboles de gran altura, tales como laurel, palma de cera, pambil, sande, tagua, tangaré, etc., que en ocasiones alcanzan los 30 metros de altura y en algún caso los superan (La HORA, 2009).

De acuerdo al Plan de Desarrollo de la Provincia de Cotopaxi, en el Cantón La Maná existen 25 productores de tagua (que es una palma, de nombre científico *Microcarphas Phitelephas*, y que popularmente se la conoce como “corozo”, mococho o marfil vegetal) que mantienen éste cultivo en pequeñas extensiones de bosques húmedos, especialmente en zonas subtropical de la cordillera andina.

Además existen 10 comerciantes de productos elaborados de tagua, cuyo mercado fundamentalmente está en Quito y también en varios países del mundo.

## CUADRO N° 1

### 2.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensión	Sub--dimensión	Indicadores	Instrumentos	
G E S T I Ó N  E M P R E S A R I A L	Producción	Medios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tierra</li> <li>• Trabajo</li> <li>• Capital</li> </ul>	E N C U E S T A S	
		Modos			
		Procesos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fertilización</li> <li>• Abono</li> <li>• Cosecha</li> </ul>		
	Gestión Empresarial	Sistema de Gestión Empresarial			A S E S O R I A S
		Funciones de Gestión Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación</li> <li>• Organización</li> <li>• Dirección</li> <li>• Control</li> </ul>		
	Comercialización		Mercado		E N C U E S T A S
			Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• D. Satisfecha</li> <li>• D. Insatisfecha</li> <li>• D. Potencial</li> </ul>	
			Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O. Oligopólica</li> <li>• O. Monopólica</li> </ul>	
			Canales de Distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directo</li> <li>• Indirecto</li> </ul>	
			Marketing Mix	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Producto</li> <li>• Promoción</li> <li>• Plaza</li> <li>• Servicio</li> </ul>	
		Costo de Producción			

	Costos	Clasificación del Costo de Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos Fijos</li> <li>• Costos Variables</li> </ul>	E N C U E S T A S
		Inversión Inicial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estados Financieros</li> <li>• Estados de Resultados</li> </ul>	
	Rentabilidad	Ratios Financieros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liquidez</li> <li>• Prueba Ácida</li> <li>• Solvencia</li> <li>• Endeudamiento</li> <li>• Rentabilidad</li> <li>• Garantía</li> </ul>	E N C U E S T A S
		Margen de Utilidad		
		Evaluación Financiera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujo de Caja</li> <li>• VAN</li> <li>• TIR</li> </ul>	
	Agricultura	Tipos de Agricultura	• Alternativa	E N C U E S T A S
			• Comercial	
			• Orgánica	
		Medio Ambiente		
			Maquinaria, Herramienta y Equipos Agrícolas	
E C O N O M Í A	Macroeconomía	Empleo  Consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• Clientes</li> </ul>	
	Microeconomía			
	Producto Interno Bruto			

Elaborado por: Albarraacín Pacheco Diana Lucia.

## **2.3 Metodología Empleada**

Este proyecto se fundamentó en resultados que se ajustan a la realidad, los cuales fueron adquiridos por medio de encuestas a los productores y comerciantes de tagua del Cantón La Maná y del Recinto Malqui, quienes colaboraron de manera amable en la entrega de los datos solicitados.

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

El presente proyecto de tesis utilizó la investigación exploratoria para conocer los antecedentes nacionales e internacionales, las características necesarias y suficientes para la realización del estudio de producción, comercialización y rentabilidad.

También se manejó la investigación descriptiva que permitió conocer en forma detallada las características de la industria, beneficios, procesos técnicos y evaluación de variables tales como la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua.

Además, en el trabajo investigativo se realizaron estudios correlacionales, por cuanto se establecieron varias relaciones de variables de manera simple, tales como:

- Relación existente entre, precio, producción, comercialización, rentabilidad, economía.
- Relación existente entre canales de distribución, promoción y venta de la tagua.

La investigación realizada se basó en estudios explicativos dado que nos permitió desarrollar el proyecto y determinar las causas y efectos que implica el fenómeno de estudio.

### ***2.3.2 Metodología***

El trabajo realizado se fundamentó en el diseño no experimental debido a que la presente propuesta está orientada al mejoramiento de los productores de tagua y se establece en estrategias para combatir las debilidades y optimizar las fortalezas.

También se utilizó la metodología transaccional en la cual se cimentaron los aspectos técnicos encaminados a la comercialización y rentabilidad para la posible solución del problema, aplicando fases técnicas para realizar el estudio de los factores económicos, estudio de la comercialización en forma directa e indirecta, estudio de la rentabilidad de la producción de tagua en el recinto Malqui de la Parroquia Pucayacu perteneciente al Cantón La Maná.

### ***2.3.2 Unidad de Estudio (Población y Muestra)***

#### ***2.3.3.1 Población Universo***

La población universo inmersa en la investigación, está compuesta por 25 productores de tagua del Recinto Malqui de la Parroquia Pucayacu perteneciente al Cantón La Maná y 10 comerciantes de productos elaborados de tagua ubicados en la zona urbana del Cantón La Maná, a los cuales se aplicó censo para efectos del levantamiento de datos.

## CUADRO N° 2

### DATOS POBLACIONALES

<b>Estrato</b>	<b>Población</b>
Productores	25
Comerciantes	10
<b>Total</b>	<b>35</b>

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

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

#### *2.3.4.1 Métodos*

La investigación aplicó deducción en base a los siguientes razonamientos:

- La Rentabilidad permite generalmente conocer la ganancia del inversionista por tanto luego de generar los resultados de la investigación se obtuvo de manera específica la ganancia o pérdida de la producción de tagua
- Los negocios de inversión requieren de canales de distribución, promoción, publicidad para impulsar ventas por tanto se recomendó a los productores y comerciantes de tagua que consideren estos canales para el cumplimiento de objetivos comerciales que se han planteado.

Se consideró importante que la investigación trabaje con el método de análisis, para identificar los elementos y las relaciones existentes entre ellos.

- Los elementos estudiados son: Producción, Comercialización, y Rentabilidad de los Productores y Comerciantes de Tagua, en vista que generan estadísticas relevantes acerca del tipo de negocio en estudio.

Finalmente mediante la síntesis, se estudiaron los elementos antes señalados relacionados con los productores y comerciantes de tagua, con el fin de verificar que cada uno de ellos, reúna los requerimientos necesarios para llegar a cumplir con los objetivos totalizadores que se persigue.

#### ***2.3.4.2 Técnicas***

Para el levantamiento de datos de la investigación se manipularon las técnicas de encuestas aplicadas a los productores y comerciantes de tagua del Recinto Malqui, Parroquia Pucayacu perteneciente al Cantón La Maná.



### 2.3.5 Encuesta Aplicada a los Comerciantes de Tagua

1.- ¿Conoce Ud. sobre la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua?

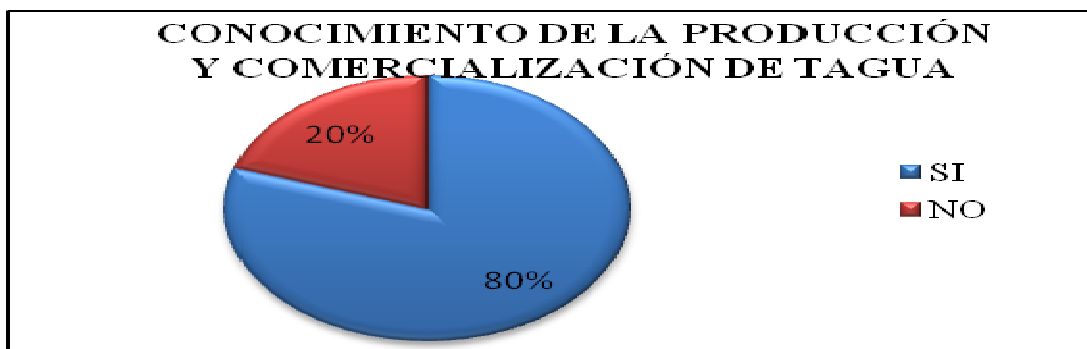
**CUADRO N° 3**

#### **CONOCIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION DE LA TAGUA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80
NO	2	20
TOTAL	10	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes.  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 4**



**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### **Análisis e Interpretación:**

De los resultados obtenidos, se determinó que el 80% conoce sobre la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua, mientras que el 20% desconoce.

Gran parte de los comerciantes conocen la realización de esta temática, gracias a publicaciones realizadas de manera especial en artículos de prensa escrita en la costa y sierra del país donde se ha destacado la gran acogida que tienen los productos de tagua a nivel nacional como internacional; sin embargo, es necesario seguir difundiendo los aspectos relevantes de éste negocio para conocimiento de la mayoría de involucrados.

2.- ¿Está de acuerdo Usted, con la realización de un estudio de la Producción Comercialización y Rentabilidad de la Tagua y su relación con la Economía del Cantón La Maná?

**CUADRO N° 4**

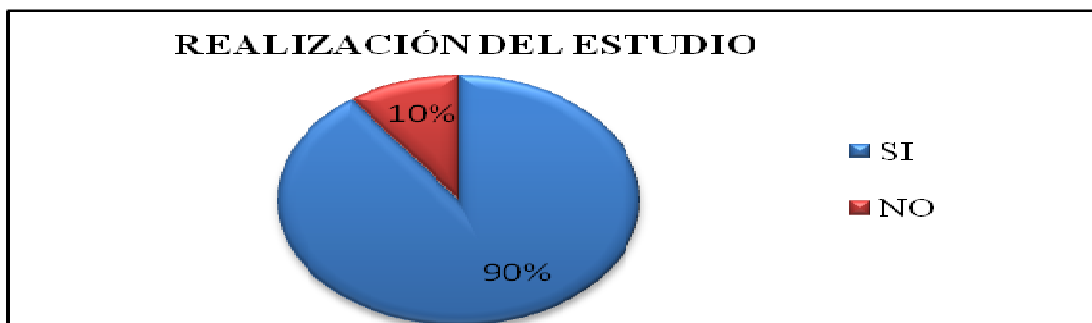
**REALIZACIÓN DEL ESTUDIO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90
NO	1	10
TOTAL	10	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a los Comerciantes.

**Elaborado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 5**



**Elaborado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

De los resultados obtenidos se determinó que el 90% de los comerciantes está de acuerdo con la realización del estudio, mientras que el 10% no está de acuerdo.

Es natural que todo inversionista busque el rendimiento del capital invertido, por tal razón los comerciantes están de acuerdo con la realización del estudio de producción, comercialización y rentabilidad de la tagua ya que mediante el mismo se llegará a conocer fortalezas y debilidades del negocio con el fin de establecer estrategias para conseguir superar las expectativas comerciales y el propio desarrollo familiar y de su entorno.

3.- ¿Qué causas o razones cree usted que no han permitido la realización de un estudio de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Tagua y su relación con la Economía del Cantón La Maná?

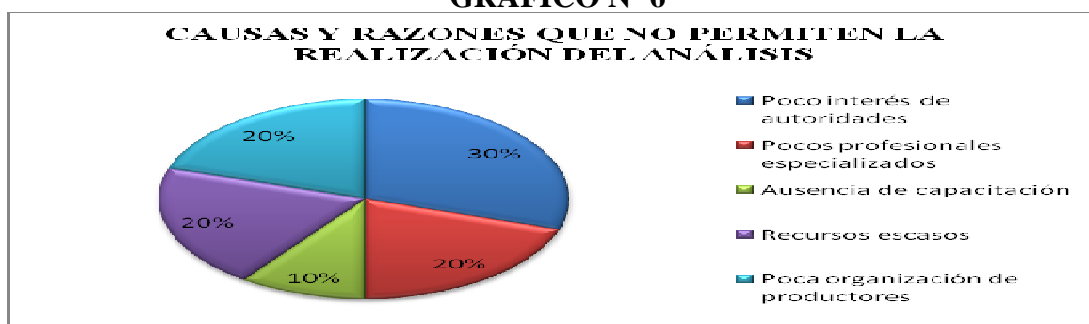
**CUADRO N° 5**

**CAUSAS Y RAZONES QUE NO PERMITEN LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Poco interés de autoridades	3	30
Pocos profesionales especializados	2	20
Ausencia de capacitación	1	10
Recursos escasos	2	20
Poca organización de productores	2	20
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes.  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 6**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Se determinó que el 30% indica que el poco interés de las autoridades es una de las causas por la que no se ha aplicado un análisis, mientras que el 10% muestra que la ausencia de capacitación es otro de los motivos.

Parte de los comerciantes manifestaron que el poco interés que tienen las autoridades es lo que impide la realización de éste tipo de estudios, también la ausencia de capacitación para los comerciantes es otro de los detonantes y causas para la no aplicación de dicho análisis. Se tiene la plena convicción que estudios de éste tipo permitirán optimar la producción, comercialización y rentabilidad del negocio.

4.- ¿Cuáles son los aspectos de su vida cotidiana que atiende con las utilidades del negocio de productos elaborados con tagua?

**CUADRO N° 6**  
**ASPECTOS COTIDIANOS**  
**QUE ATIENDE CON LA COMERCIALIZACIÓN DE TAGUA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	7	37
Salud	3	16
Educación	4	21
Vivienda	1	5
Negocios	4	21
<b>TOTALES</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes.  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucía.

**GRÁFICO N° 7**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucía.

#### **Análisis e Interpretación:**

El 37%, manifestó que los recursos adquiridos por la comercialización de tagua están destinados a la alimentación, mientras que un 5% de los encuestados destinan sus recursos a viviendas.

Los comerciantes en su mayoría utilizan sus ganancias para solventar la alimentación de sus familias, necesidad básica que los obliga a internarse en el mercado de alguna u otra manera, mientras que otra parte manifestó que destinan sus recursos para la obtención de viviendas o mejoras de la mismas.

5.- ¿Cómo considera usted la Economía actual del Cantón La Maná?

**CUADRO N° 7**

**ECONOMÍA ACTUAL DEL CANTÓN LA MANÁ**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	5	50
Regular	5	50
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 8**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a la investigación efectuada se estableció que el 50% de los comerciantes consideran que la economía del Cantón La Maná es buena, mientras que el otro 50% manifestó que es regular.

Los comerciantes del cantón La Maná califican la economía actual como buena, pues, dicen que la tagua tiene un gran impacto dentro del Cantón ya que sus artesanías tienen muy buena acogida por la variedad existentes, por otra parte manifestaron que la economía es regular ya que se esfuerzan por aumentar sus ganancias mediante la comercialización pero el alto costo de la vida impide el mejoramiento de la misma.

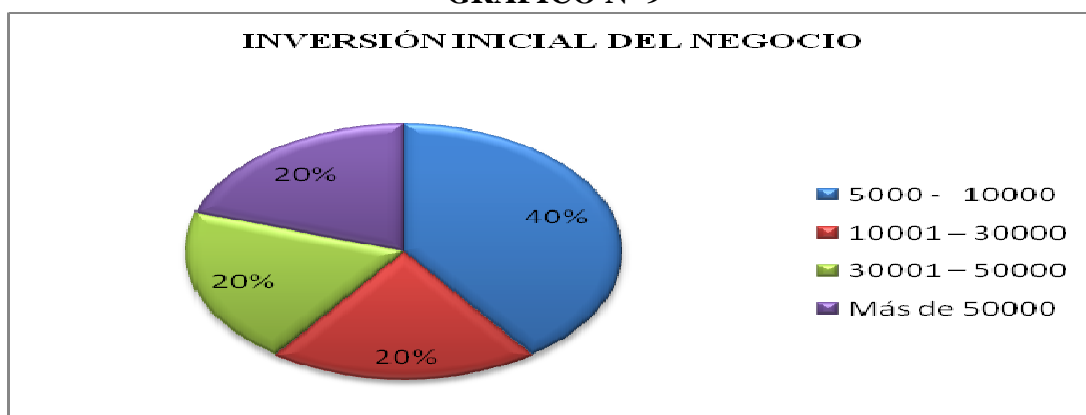
6.- ¿Cuál es la inversión inicial del negocio en dólares?

**CUADRO N° 8**  
**INVERSIÓN INICIAL DEL NEGOCIO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5000 - 10000	4	40
10001 - 30000	2	20
30001 - 50000	2	20
Más de 50000	2	20
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 9**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### **Análisis e Interpretación:**

De los comerciantes encuestados el 40% indicaron que iniciaron su negocio con un valor de \$5.000 a \$10.000, mientras que el 60% expresan que aplicaron en los rangos de \$10.001-\$30.000 de \$30.001-\$50.000 y de \$50.000 en adelante.

El valor inicial con el que los comerciantes han empezado su negocio de comercialización de tagua oscila entre \$5.000 a \$10.000, el mismo que les permite cubrir los costos básicos correspondientes, así mismo algunos comerciantes iniciaron sus actividades con más inversión para tener mayor producción teniendo en cuenta que tienen un mercado en Quito y otras ciudades del país y del mundo.

7.- ¿La Tagua que utiliza proviene de?

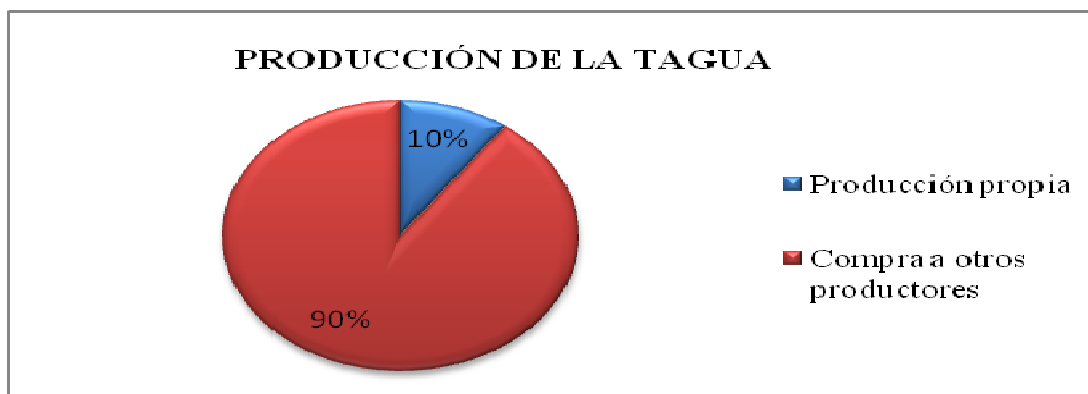
**CUADRO N° 9**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Producción propia	1	10
Compra a productores	9	90
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

### PRODUCCIÓN DE LA TAGUA

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucía.

**GRÁFICO N° 10**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucía.

#### **Análisis e Interpretación:**

De los 10 comerciantes encuestados el 90% compra la tagua a productores, mientras que el 10% obtiene la tagua por producción propia.

Gran parte de los comerciantes se dedican a comprar la tagua para elaborar sus productos, puesto que por la situación económica no cuentan con terreno para cultivar esta materia prima, en cuanto a los comerciantes que obtienen la tagua por producción propia, para ellos resulta muy ventajoso y rentable ya que no tendrían que pagar a terceros para obtenerla y así elaborar sus artesanías.

8.- ¿Cuántos años lleva en las actividades comerciales de productos elaborados de Tagua?

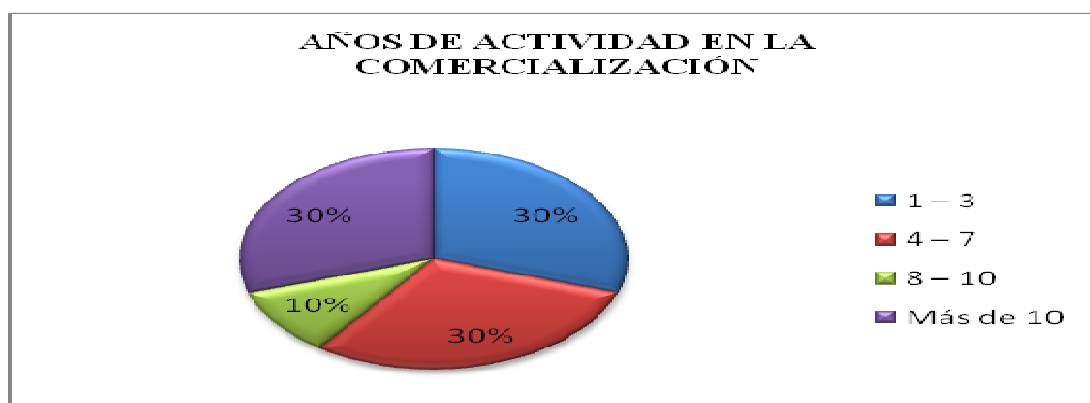
**CUADRO N° 10**

**AÑOS DE ACTIVIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 3	3	30
4 – 7	3	30
8 – 10	1	10
Más de 10	3	30
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 11**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Se determinó que el 10% de los comerciantes llevan con esta actividad de 8 a 10 años, el 60% entre 1 y 7 años y el 30% más de 10 años trabajando en esta acción económica.

La comercialización de tagua se ha incrementado con el pasar del tiempo ya que es un producto que tiene gran aceptación en el mercado razón por la que cada vez los lamanenses en especial los que residen en el Recinto Malqui se dedican a esta actividad comercial.



9.- ¿Cada qué tiempo realiza nuevas artesanías de Tagua?

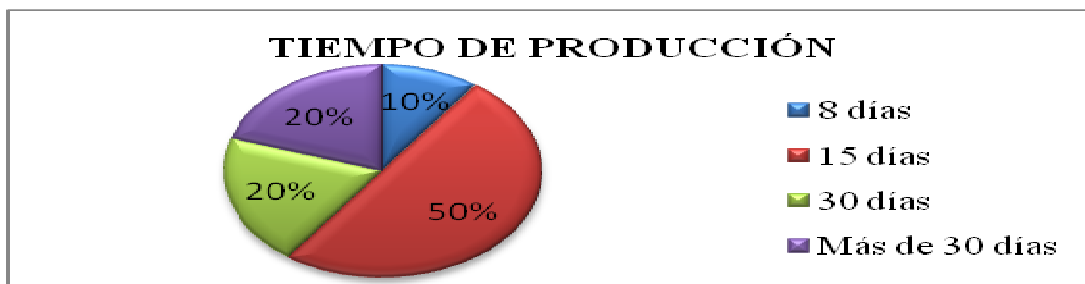
**CUADRO N° 11**

**TIEMPO DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8 días	1	10
15 días	5	50
30 días	2	20
Más de 30 días	2	20
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes  
 Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 12**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Se estableció que los comerciantes de tagua realizan nuevas artesanías cada 15 días en un 50%, mientras que el 10% manifiesta que elabora nuevos productos cada 8 días.

La mayoría de los comerciantes elaboran nuevos productos cada 15 días puesto que sus artesanías tienen gran aceptación en el mercado, pero otra parte de los comerciantes elaboran sus artesanías cada 8 días, la diferencia radica en que unos tienen mayor cantidad de materia prima o mayor demanda, ya que la tagua tiene varios beneficios por lo que su explotación llegó a ser de suma importancia en el Cantón es por eso que cada comerciante elabora su producto marcados cada uno con su estilo y diseño para exhibirlos al público.

10.- ¿Indique los tipos de artesanía que elabora, cantidad por producto, costo unitario, y precio de venta (dólares)?

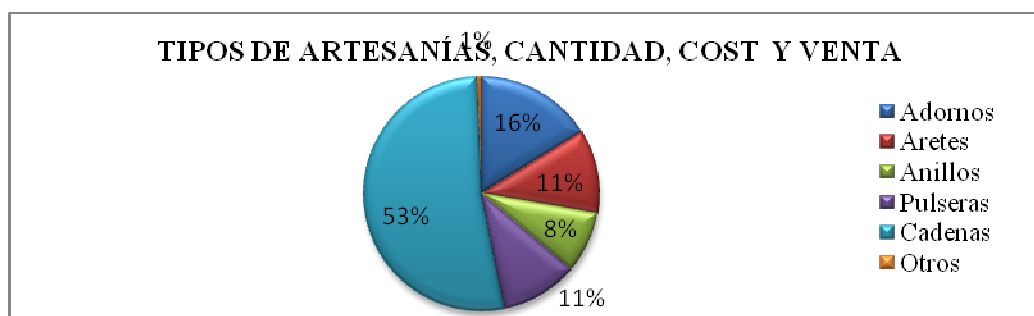
**CUADRO N° 12**

**TIPOS DE ARTESANÍAS, CANTIDAD, COST. INV. Y VENTA**

DESCRIPCIÓN	PROMEDIO CANTIDAD	PROMEDIO COST. UNIT.	PROMEDIO PRECIO VENTA	TOTALES
Adornos	135.7	1.25	2.15	137.85
Aretes	96.8	1.00	1.25	98.05
Anillos	70.6	0.99	1.55	73.14
Pulseras	89.2	0.91	1.30	90.50
Cadenas	440.6	1.15	2.15	443.90
Otros	5.0	0.20	0.40	5.6
<b>TOTALES</b>	<b>836.64</b>	<b>5.49</b>	<b>8.8</b>	<b>849.03</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes  
 Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 13**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

El producto más elaborado son las cadenas con un promedio de 440 unidades y un costo promedio de \$1.15 y precio de venta de \$2.15 seguido de los adornos con un promedio de 135 unidades, con un costo de \$1.15 y precio de venta de \$2.25.

Cada uno de los comerciantes manifestó una cantidad diferente de unidades elaboradas, el costo de producción y el precio de venta, el producto que mayor demanda tiene son las cadenas por tal motivo la elaboran en grandes cantidades por cuanto generan un mejor ingreso debido a la variedad de los modelos, colores y detalles que marcan la diferencia de cada una de ellas.

11.- ¿De qué forma realiza los productos de Tagua?

**CUADRO N° 13**

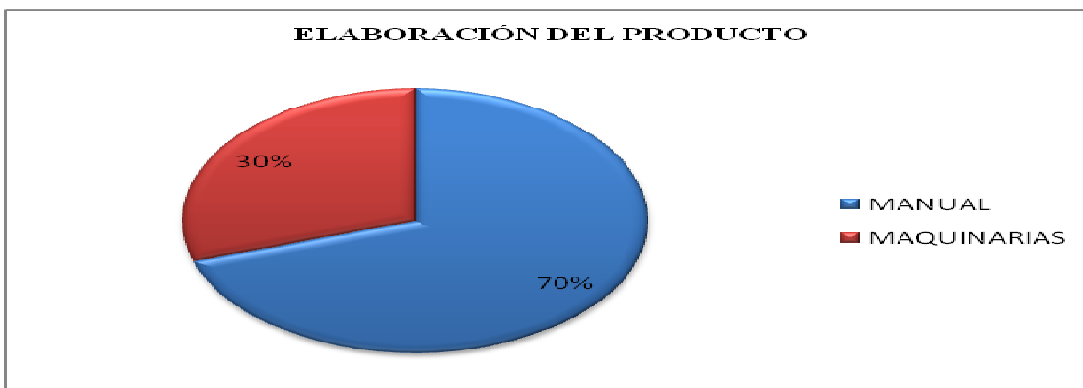
**ELABORACIÓN DEL PRODUCTO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Manual	7	70
Maquinarias	3	30
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 14**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Se determinó que el 70% de los comerciantes elaboran sus productos de forma manual, mientras que el 30% lo hace a través de maquinarias.

La mayor parte de los comerciantes elaboran sus artesanías de manera manual sin utilizar herramientas y tecnología avanzada, mientras que por otra parte la innovación de las maquinarias es usada por pocos para facilitar la labor de acabados o detalles que hacen más demandado el producto.

12.- ¿A qué tipo de mercado se destina la artesanía de tagua?

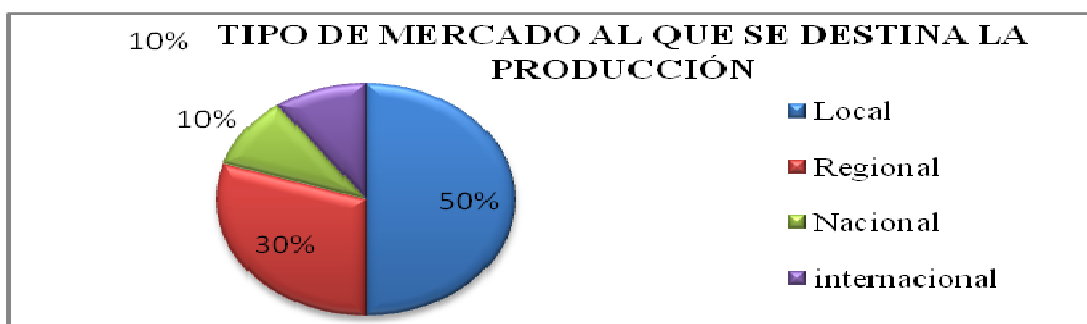
**CUADRO N° 14**

**TIPO DE MERCADO AL QUE SE DESTINA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	5	50
Regional	3	30
Nacional	1	10
Internacional	1	10
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes  
 Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucía.

**GRÁFICO N° 15**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucía.

**Análisis e Interpretación:**

Se estableció que el 50% de la producción se destina al mercado local, mientras que, el 10% se destina al mercado nacional e internacional.

Las mayoría de comerciantes distribuyen sus productos en los mercados locales ya que dicen es mejor debido a la competencia que existe en las playas o en las ciudades turísticas. Sin embargo, existe un pequeño grupo de productores que han alcanzado la ampliación del mercado tanto a nivel nacional como internación por la gran acogida de estos productos. Lo cual es un aporte valioso para la economía del Cantón La Maná.

13.- ¿De qué forma comercializa las artesanías de tagua?

**CUADRO N° 15**

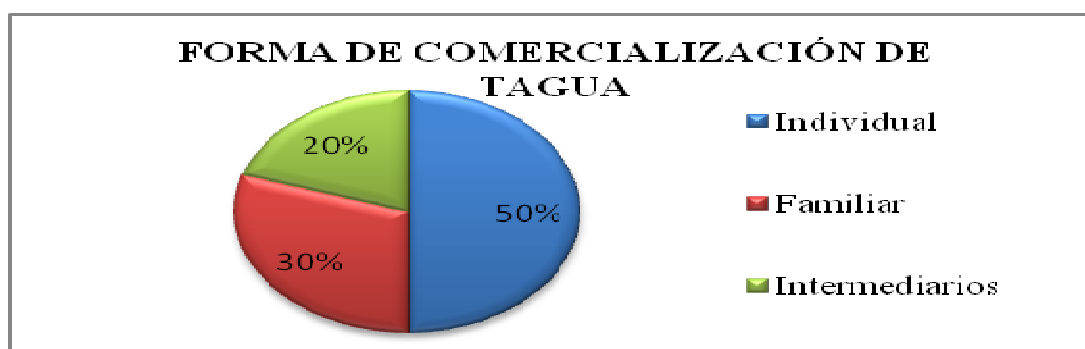
**FORMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Individual	5	50
Familiar	3	30
Intermediarios	2	20
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 16**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Del total de las personas encuestadas el 50% indicó que comercializan sus productos de forma individual, mientras que un 20% manifestó que lo hacen a través de intermediarios.

Gran parte de los comerciantes de tagua indicaron que comercializa sus productos de forma individual ya que de esta manera pueden vender sus artesanías a todo tipo de mercado con lo cual obtienen mayor rentabilidad, mientras que comerciantes que venden sus productos a través de intermediarios dicen que no cuentan con capital necesario para establecer su propio negocio y acuden a los que distribuyen para salir lo más pronto de la producción generada.

14.- ¿Cuál es el margen de utilidad del negocio en porcentajes?

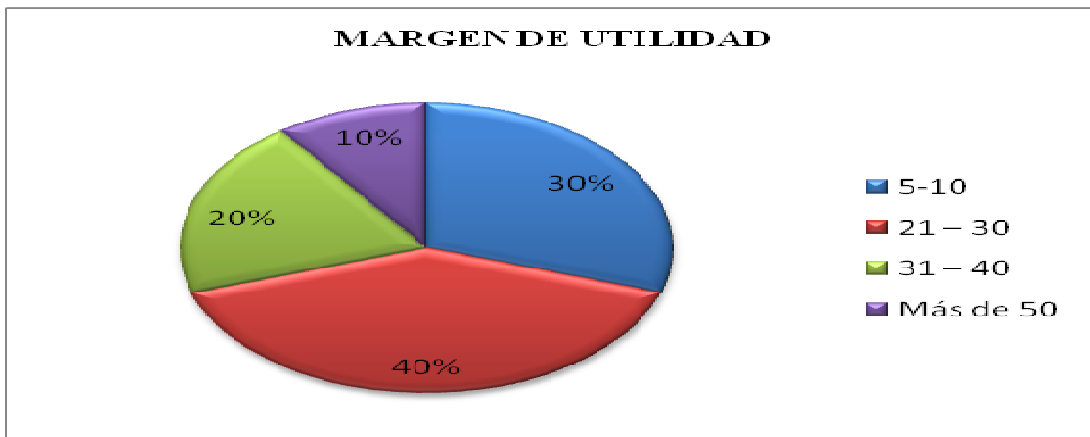
**CUADRO N° 16**

**MARGEN DE UTILIDAD**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 -10	3	30
21 – 30	4	40
31 – 40	2	20
Más de 50	1	10
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes  
 Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 17**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Los resultados obtenidos indican que del total de los comerciantes el 40% tienen un margen de utilidad entre 21% a 30%, mientras que el 10% manifestó que obtienen una utilidad de más de 50%. La mayoría de los comerciantes alcanzan una utilidad que fluctúa del 21% a 30% con lo que logran cubrir sus necesidades diarias, mientras que algunos comerciantes tienen como ingreso más de 50% gracias a la dedicación y esfuerzo por la que llevan años en el mercado teniendo así un mejor ingreso económico por la venta de sus artesanías, sin dejar de lado la competencia leal del mercado de la tagua.

15.- ¿Aplica Contabilidad en el negocio?

**CUADRO N° 17**

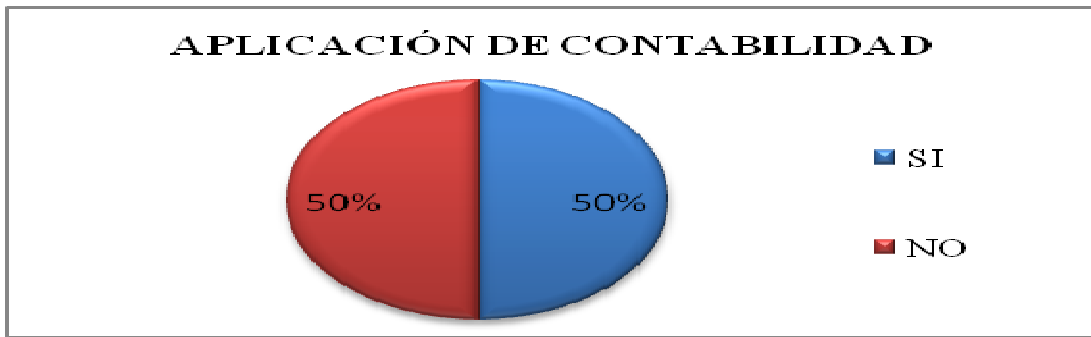
**APLICACIÓN DE CONTABILIDAD**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	50
NO	5	50
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 18**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Del total de los comerciantes encuestados se determinó que el 50% de ellos aplica contabilidad a su negocio, y el otro 50% no aplica contabilidad a su actividad comercial.

La aplicación de la contabilidad en los negocios es muy importante ya que les permitirá llevar un control de todas las entradas y salidas de efectivo con el fin de manejar de manera correcta la utilidad del mismo es por eso que los comerciantes de tagua aplican la contabilidad, pero otros creen que la no aplicación es mejor, ya que manifiestan que les resulta problemático llevar un registro de lo vendido, o de lo que han invertido pues ellos dicen que manejan su negocio de manera informal sin tener que presentar balances o cuentas al momento de finalizar una venta.

16.- ¿Le gustaría que mediante el desarrollo del estudio de la producción, comercialización y rentabilidad la tagua se aporte estrategias de mejoramiento para su negocio?

**CUADRO N° 18**

**DESARROLLO DEL ESTUDIO PARA APORTAR CON ESTRATEGIAS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100
<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 19**



Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Una vez concluida la encuesta los comerciantes, manifestaron que si están de acuerdo con la aplicación del estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua.

El desarrollo del estudio de producción, comercialización y rentabilidad de la tagua aporta con estrategias de mejoramiento para la mercantilización de las artesanías, es por eso que el 100% de los comerciantes está de acuerdo con la aplicación del mismo ya que éste sirve para optimizar sus ventas y desarrollar sus actividades comerciales de mejor manera.



### 2.3.6 Encuesta Aplicada a los Productores de Tagua

1.- ¿Conoce usted sobre la producción y comercialización de la Tagua?

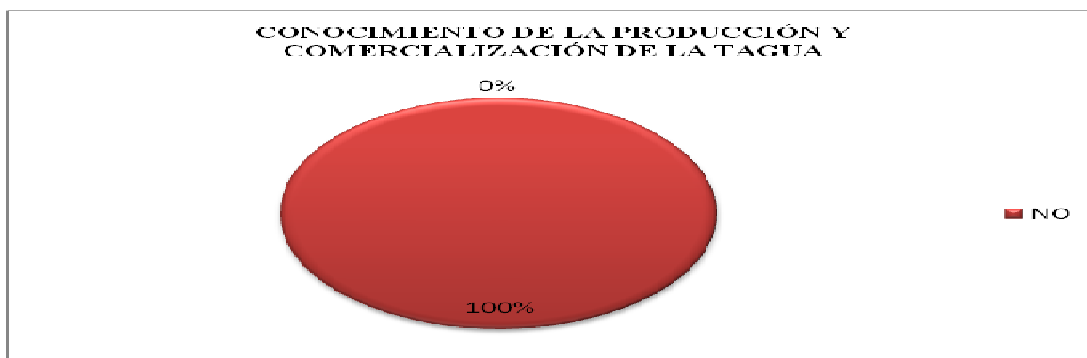
CUADRO N° 19

#### CONOCIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA TAGUA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	25	100
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

GRÁFICO N° 20



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### Análisis e Interpretación:

De los resultados obtenidos, se determinó que el 100% de los productores encuestados no conoce sobre el estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua.

Los productores de Tagua desconocen de la realización de éste estudio ya que en su mayoría son personas que no han tenido la oportunidad de educarse en cuanto a la realización o estudio de sus actividades comerciales pues manifestaron que realizan su producción de manera empírica y el sembrío de esta planta no necesita de muchos cuidados puesto que nace de manera silvestre.

2.- ¿Está de acuerdo con la realización de un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua y su relación con la economía del cantón La Maná?

### CUADRO N° 20

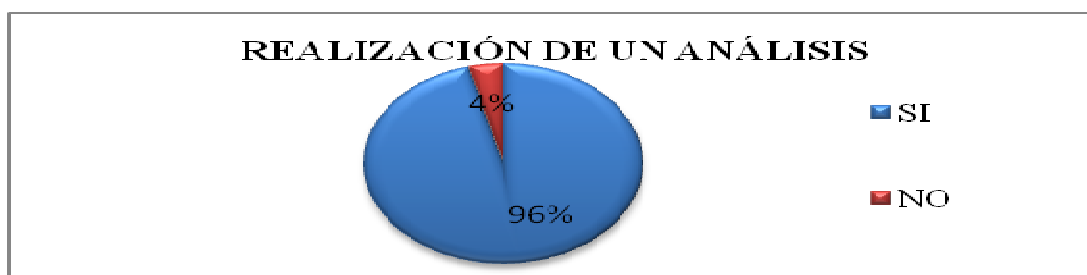
#### ACUERDO CON LA REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	96
NO	1	4
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### GRÁFICO N° 21



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### Análisis e Interpretación:

De los resultados obtenidos se determinó que el 96% de los productores está de acuerdo con la realización un análisis, mientras que el 4% no está de acuerdo.

La mayoría de los productores está de acuerdo que se realice un análisis de producción, comercialización y rentabilidad de la tagua pues indican que esto les da la posibilidad de conocer la cantidad de tagua producida y comercializada, aprovechando que este cantón posee un buen clima para el sembrío de esta materia prima que contribuye fundamentalmente con la economía del Cantón la Maná, mientras una pequeña parte de los productores no está de acuerdo ya que se mantienen al margen de aplicar análisis de producción por temor a que este afecte su producción disminuyendo sus ganancias.

3.- ¿Qué causas o razones cree usted que no han permitido la realización de un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua?

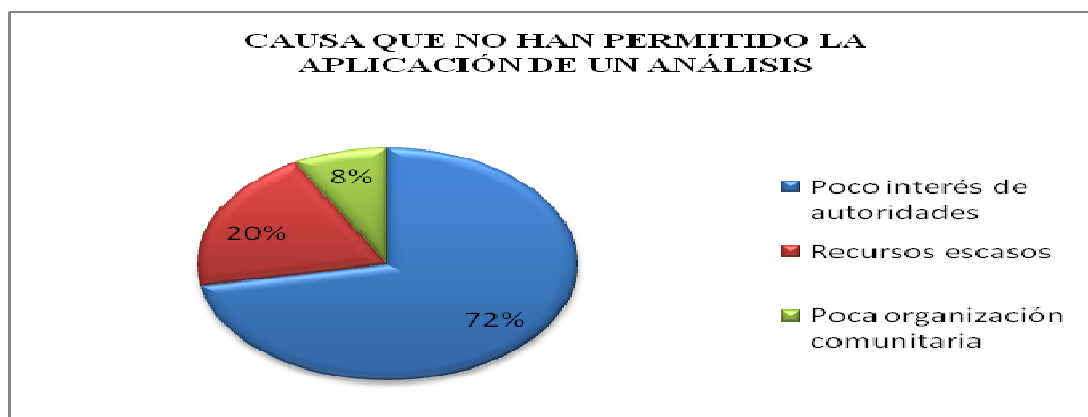
**CUADRO N° 21**

**CAUSA QUE NO HAN PERMITIDO LA APLICACIÓN DE UN ANÁLISIS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Poco interés de autoridades	18	72
Recursos escasos	5	20
Poca organización comunitaria	2	8
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 22**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

De los resultados obtenidos el 72% de los productores manifestaron que el poco interés que tienen las autoridades impide la aplicación un análisis, mientras que el 8% creen que la poca organización comunitaria ha influido en la no realización de éste tipo de estudio.

Las causas de la no realización de estudios de la producción agrícolas son variadas y conocidas. Es importante que los principales involucrados como el GAD de La Maná, la universidad y demás actores apoyen, difundan resultados y estrategias que se requiere para superar debilidades de los pequeños y medianos productores con lo que se mejorará la economía del sector.

4.- ¿Cuáles son los aspectos de su vida cotidiana que atiende con las utilidades del negocio de productos elaborados con tagua?

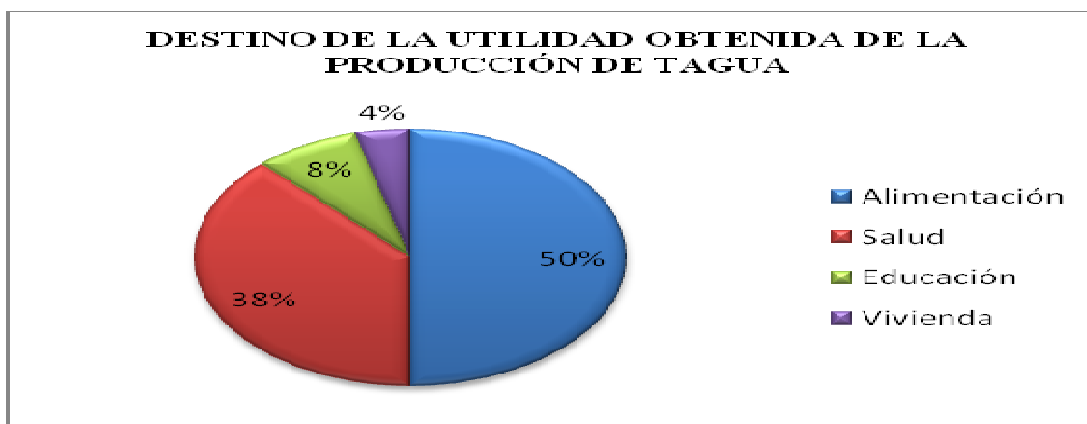
**CUADRO N° 22**

**DESTINO DE LA UTILIDAD OBTENIDA DE LA PRODUCCIÓN DE TAGUA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	25	50
Salud	19	38
Educación	4	8
Vivienda	2	4
<b>TOTALES</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 23**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Del total de productores encuestados el 50%, manifestó que los recursos adquiridos por la producción de tagua están destinados a la alimentación, mientras que un 4% de los productores destinan los recursos a sus viviendas.

Queda claro que el negocio de La Tagua aporta de manera valiosa a la economía del Cantón haciendo circular divisas para la atención de alimentación, salud, educación y viviendas.

5.- ¿Cómo considera usted la economía actual del Cantón La Maná?

**CUADRO N° 23**

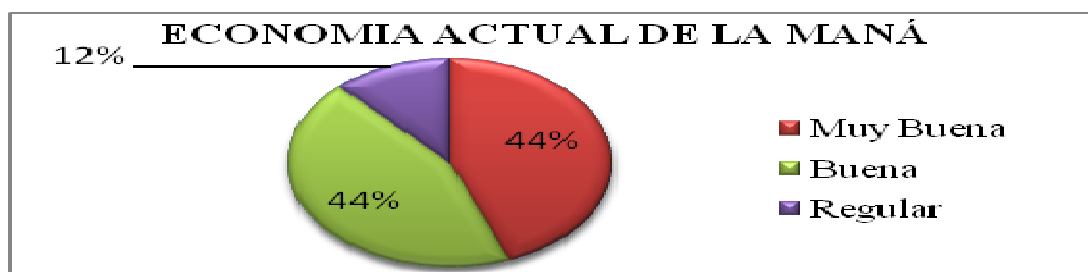
**ECONOMÍA ACTUAL DE LA MANÁ**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	11	44
Buena	11	44
Regular	3	12
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 24**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a la investigación efectuada se estableció que el 44% de los productores ven la economía de La Maná como Muy Buena, otros con idéntico porcentaje consideran que es Buena, mientras que el 12% manifestó que es regular.

Gran parte de los productores del cantón La Maná califican la economía actual como muy buena y buena; tienen la plena convicción que el negocio de la tagua contribuye positivamente al bienestar de la familia; sin embargo, otro grupo de productores señala que la economía es regular por la incidencia de numerosos factores nacionales como la inflación y subida de precios de insumos y componentes de la canasta básica.

6.- ¿Cuál es la inversión inicial del negocio en dólares?

#### CUADRO N° 24

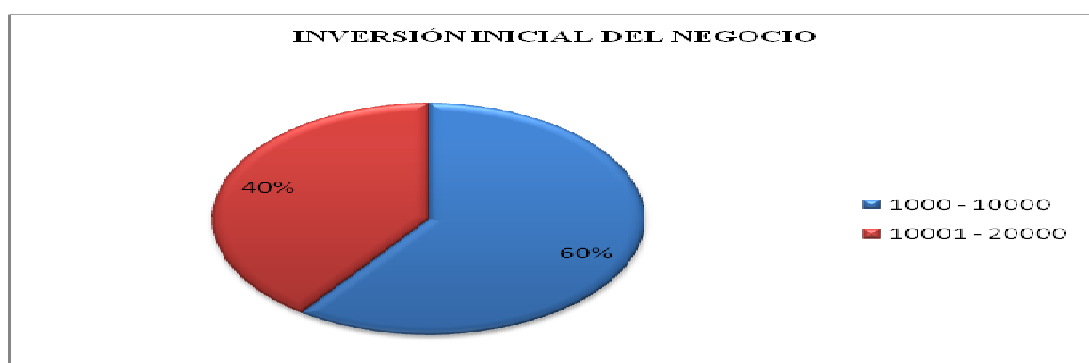
#### INVERSIÓN INICIAL DEL NEGOCIO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1000 – 10.000	15	60
10.001 – 20.000	10	40
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### GRÁFICO N° 25



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### Análisis e Interpretación:

De los productores encuestados el 40% indicaron que formaron su negocio con un valor fluctuante de \$1000 a \$10.000 mientras que el 60% iniciaron sus actividades con un valor de \$10.001 a \$20.000.

La inversión inicial del negocio de tagua no es alta. Se cree que con un poco de apoyo de las autoridades pertinentes se puede ampliar el alcance de mercados actuales y nuevos con lo que se mejoraría el bienestar de las familias inmersas en estas actividades y por ende de la economía del Cantón.

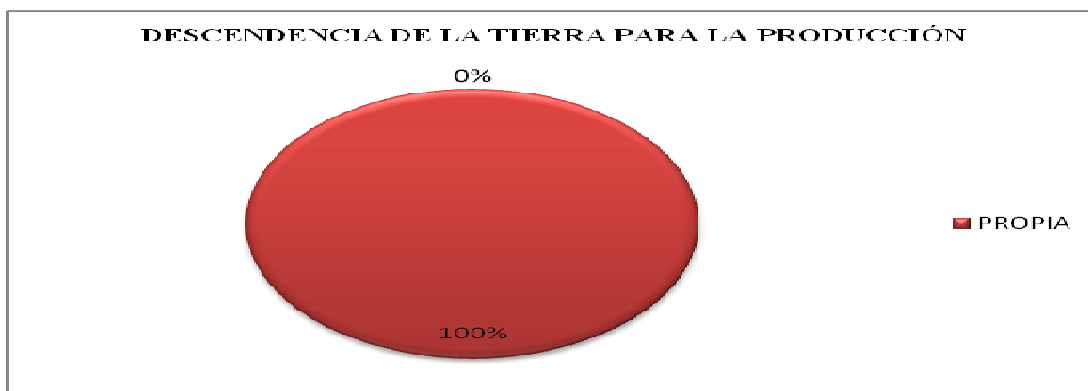
7.- ¿La tierra para la producción de Tagua es?

**CUADRO N° 25**  
**DESCENDENCIA DE LA TIERRA PARA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propia	25	100
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 26**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### **Análisis e Interpretación:**

De los productores encuestados el 100% manifestó que son dueños de las tierras donde tienen sus sembríos de Tagua.

La tierra donde se encuentran los sembríos de tagua es propia de los productores, dueños de la zona sembrada, pues dicen que de esta manera se genera más ganancia por la rentabilidad que conciben mediante dicha producción, sin preocuparse de los gastos de alquiler de tierra o de pagos a terceros por la producción de la misma.

8.- ¿La Tagua que comercializa proviene de: ?

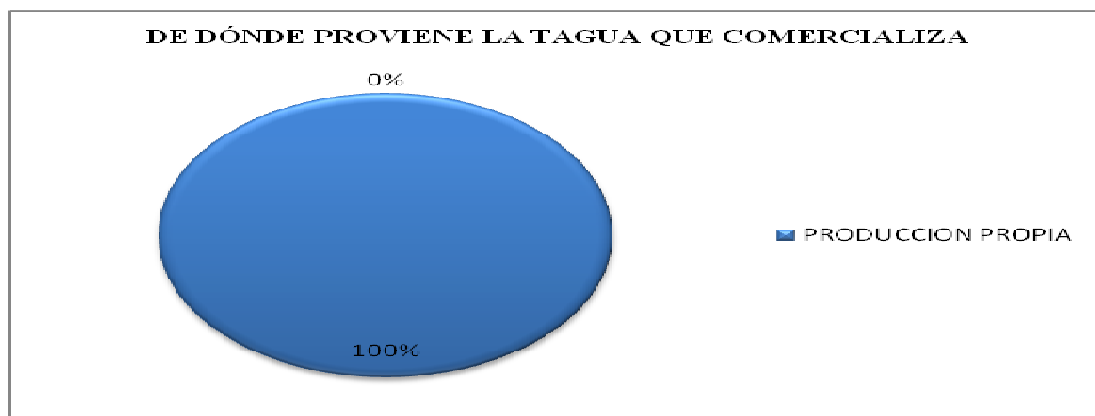
**CUADRO N° 26**

**DE DÓNDE PROVIENE LA TAGUA QUE COMERCIALIZA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Producción propia	25	100
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 27**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

El 100% de los productores encuestados indicaron que la tagua que comercializan la obtienen por producción propia.

Los productores se dedican a cultivar la tagua para luego comercializarla, pues dicen que les resulta muy ventajoso y rentable ya que no tendrían que pagar a terceros para obtenerla, y de esta manera eliminar el pago a intermediarios.



9.- ¿Cuántos años lleva en las actividades de la producción de Tagua?

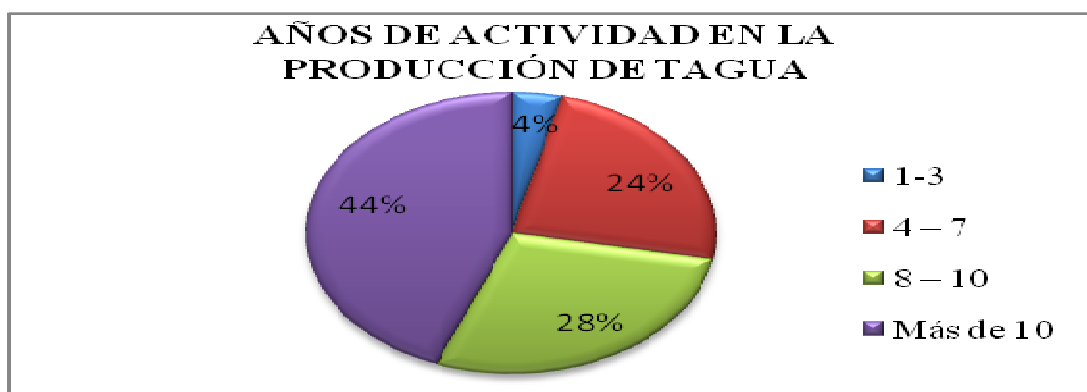
**CUADRO N° 27**

**AÑOS DE ACTIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE TAGUA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 3	1	4
4 – 7	6	24
8 – 10	7	28
Más de 10	11	44
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 28**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Se determinó que el 28% de los productores que desempeñan esta actividad dentro del Cantón La Maná llevan de 8 a 10 años en la producción de tagua, mientras que el 4% de productores llevan de 1 a 3 años trabajando en esta acción económica.

La producción de tagua ha ido tomando lugar en la economía del Cantón La Maná pues manifestaron que la tagua es un producto de fácil cultivo puesto que la planta nace de forma silvestre y su producción tiene gran aceptación en el mercado razón por la que los productores se mantienen con el tiempo, buscando mecanismos de ampliación de mercado.

10.- ¿De qué manera comercializa la producción de Tagua?

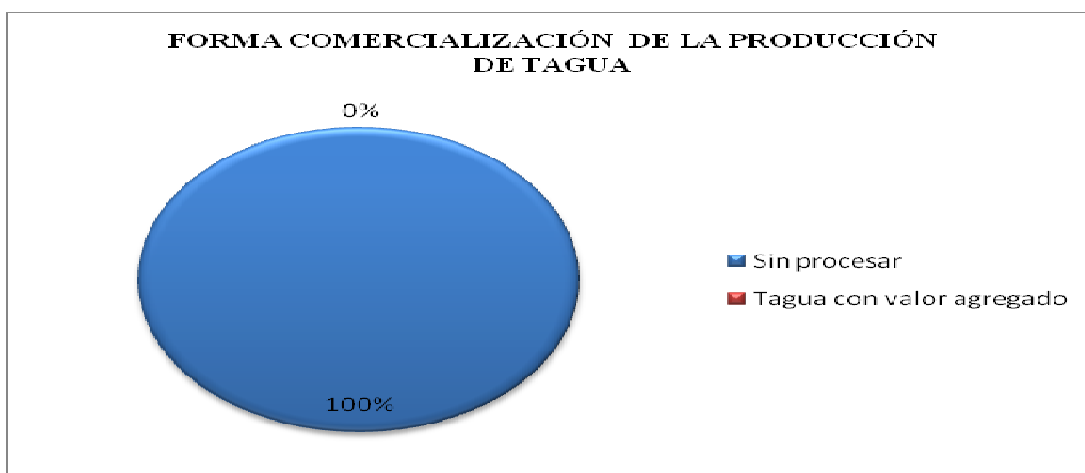
### CUADRO N° 28

#### FORMA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE TAGUA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sin procesar	25	100
Tagua con valor agregado	0	0
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### GRÁFICO N° 29



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### Análisis e Interpretación:

De los productores de tagua encuestados el 100% de ellos indicaron que venden su producto sin procesar.

Los productores de tagua indicaron que les resulta rentable vender su producción sin procesar ya que al comercializar el producto procesado lo insertan a varios procedimientos hasta que llevarlo a su etapa final y esto implica contar con el recurso económico suficiente para dicho proceso es por eso que lo comercializan al crudo, pues así no que no invierten en implementos ni en materiales que les permita alterar el producto para evitar el pago del valor agregado.

11.- ¿Califique la calidad del producto que cultiva?

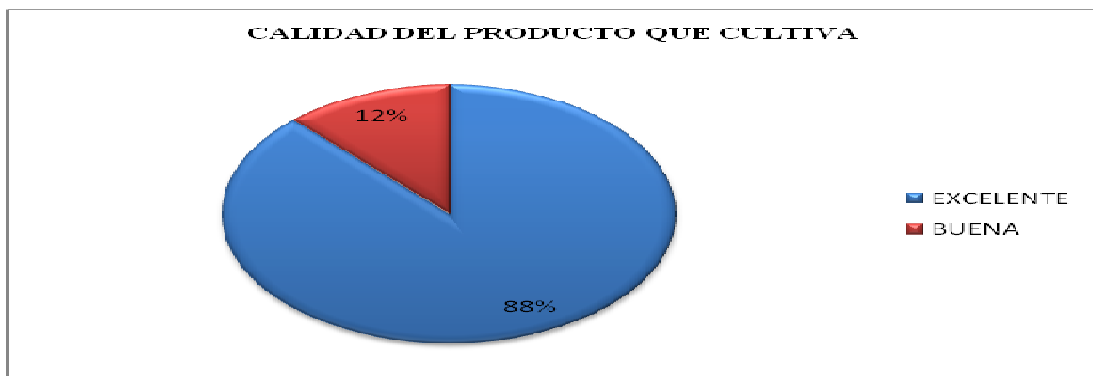
### CUADRO N° 29

#### CALIDAD DEL PRODUCTO QUE CULTIVA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	22	88
Buena	3	12
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### GRÁFICO N° 30



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### Análisis e Interpretación:

Una vez realizada la encuesta se determinó que el 88% de los productores manifestaron que el producto que cultivan es de excelente calidad, mientras que el 12% indicó que su producto es de buena calidad.

La tagua es un producto que está a disponibilidad de los compradores y siempre se encuentra en buen estado, además que la fruta es de contextura dura lo que favorece a los productores al momento de venderla es por tal motivo que siempre se encontrará de excelente calidad, pero otra parte de los productores asegura que esta fruta es de buena calidad por las características naturales que posee y que facilita su posterior manipulación en procesos que entregan valores agregados.

12.- ¿Qué cantidad de quintales de Tagua genera por cada producción?

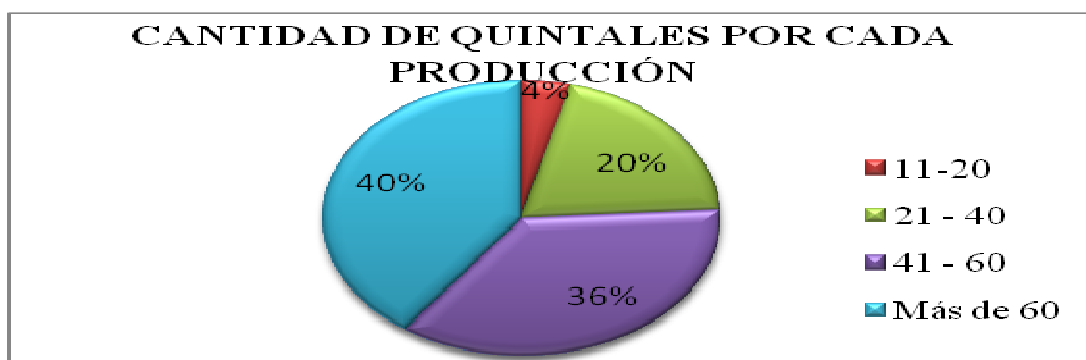
**CUADRO N° 30**

**CANTIDAD DE QUINTALES POR CADA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11 – 20	1	4
21 – 40	5	20
41 – 60	9	36
Más de 60	10	40
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 31**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Los resultados obtenidos indicaron que el 40% de los productores generan más de 60 quintales en cada producción, mientras que el 4% manifestó que producen de 11 a 20 quintales.

La mayoría de los productores obtienen más de 60 quintales en cada producción, mientras que otros productores obtienen de 11 a 20 quintales, la diferencia radica en que unos tienen mayor cantidad de terreno cultivado que otros. Se puede expresar de manera general que la producción de la tagua se da en cantidades regulares.

13.- ¿Cuántas personas colaboran en su trabajo?

**CUADRO N° 31**

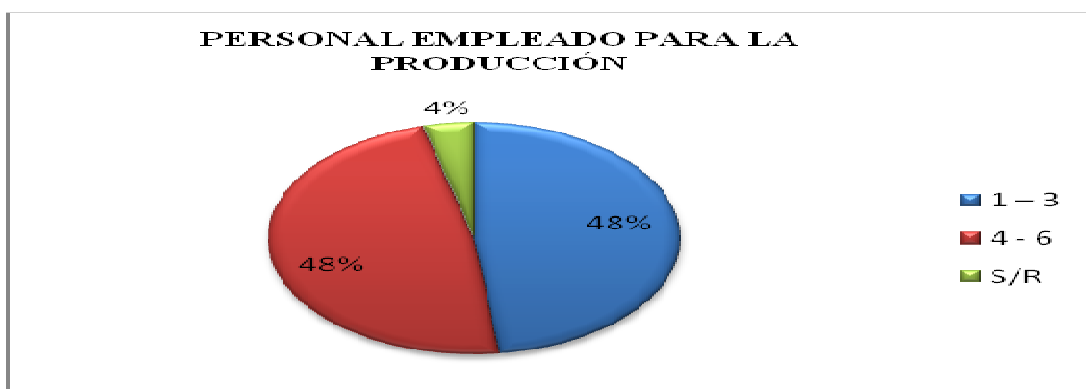
**PERSONAL EMPLEADO PARA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 3	12	48
4 - 6	12	48
S/R	1	4
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 32**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a la investigación efectuada se estableció que el 48% del total de los productores emplean de 1 a 3 personas para las labores de cultivo y producción, mientras que otro 48% emplean de 4 a 6 personas.

El cultivo de este producto no emplea mayor número de personas para la siembra ni para la recolección de la fruta por lo que los gastos son menores en relación a otro tipo de cultivos, en el caso de los productores que tienen de 4 a 6 colaboradores es porque tienen cultivos en mayores extensiones de tierras por lo que necesitan de un número mayor de trabajadores.

14.- ¿Señale las cantidades y costo unitario de herramientas y materiales que utiliza para la producción de Tagua?

### CUADRO N° 32

#### CANTIDADES Y COSTOS DE LAS HERRAMIENTA Y MATERIALES UTILIZADOS EN EL CULTIVO

DESCRIPCIÓN	PROMEDIO CANTIDAD	PROMEDIO COS. UNIT.
Machete	3.00	9.60
Carretilla	1.00	24.00
Sacos	70	0.10
Abono no orgánico qq.	3	6.80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### GRÁFICO N° 33



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### **Análisis e Interpretación:**

Los productores utilizan un promedio total de 2,5 quintales de abono orgánico a un precio de aproximadamente \$7, el material más utilizado es el saco con una cantidad de 70 unidades adquiridos a un precio aproximado de \$0.10 cada uno.

Se puede evidenciar que el cultivo de tagua no necesita de muchas herramientas, insumos y cuidados ya que es una planta silvestre.

15.- ¿Quiénes son sus principales compradores?

**CUADRO N° 33**

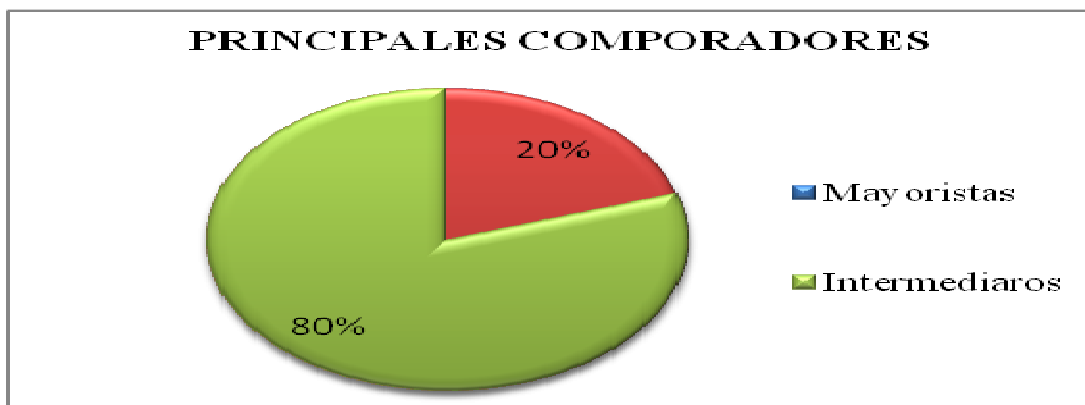
**PRINCIPALES COMPRADORES**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayoristas	5	20
Intermediarios	20	80
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 34**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Los productores indicaron que el 80% de sus principales compradores son intermediarios, mientras que el 20% son mayoristas.

La mayor cantidad de productores comercializan su productos a intermediarios ya que dicen que es la mayor influencia para generar ventas y obtener utilidades ventajosas, mientras que unos pocos tienen como su principal comprador el mercado de mayoristas, aseguran que la ganancia es mejor puesto que venden toda la producción a una sola persona.

16.- ¿Qué precio de venta aplica por cada quintal producido de Tagua?

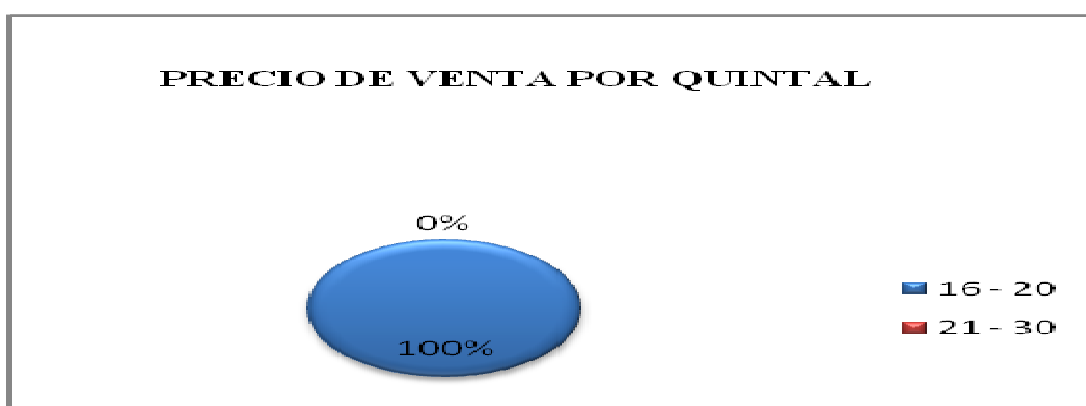
**CUADRO N° 34**

**PRECIO DE VENTA POR QUINTAL**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16 - 20	25	100
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 35**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Del total de los productores encuestados se estableció que 100% vende su producción en un valor que oscila entre \$16 a \$20 dólares cada quintal.

El precio que reciben los productores por cada quintal no pasa de los \$20, pero consideran que este valor les permite cubrir las necesidades del cultivo y solventar requerimientos familiares, por lo tanto se mantienen al margen del precio de mercado sin salirse de la competencia leal.



17.- ¿Cuál es el costo en dólares por la venta de una producción de Tagua?

**CUADRO N° 35**

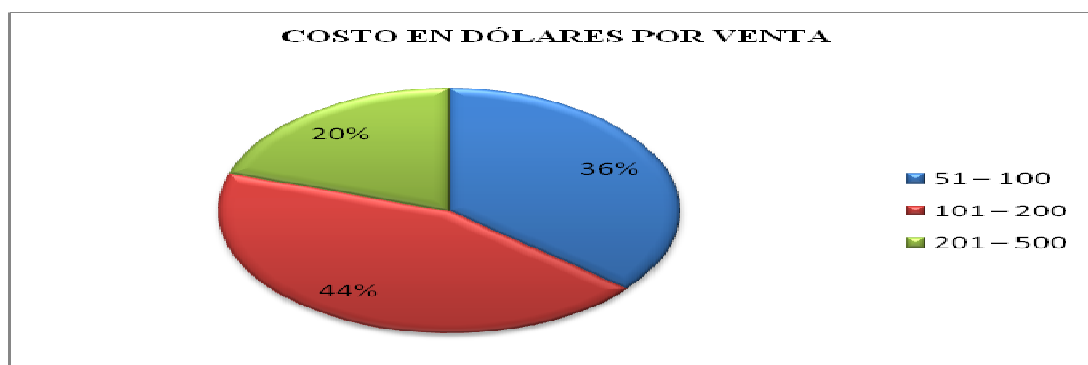
**COSTO EN DÓLARES POR VENTA**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
51 – 100	9	36
101 – 200	11	44
201 – 500	5	20
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 36**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a la investigación se determinó que el 44% de los productores tienen un costo de ventas entre \$101 a \$200, por otro lado el 20% tienen un costo de venta entre \$201 a \$500

Los productores en su mayoría experimentan un costo de venta de \$101 a \$200 puesto por lo que la rentabilidad es buena, además el precio de venta es estable ya que éste es un producto de consumo continuo, mientras que otro grupo de productores incurren en costos de ventas de \$200 hasta \$500, pues dicen que de acuerdo a las ventas si es recuperable el costo con la rentabilidad obtenida.

18.- ¿Cuál es el margen de utilidad del negocio, en porcentajes?

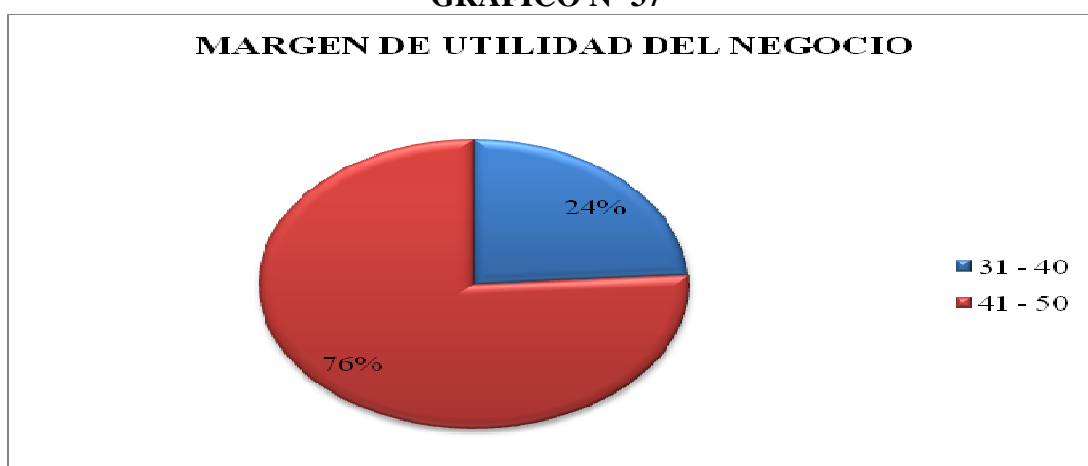
**CUADRO N° 36**

**MARGEN DE UTILIDAD DEL NEGOCIO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
31 – 40	6	24
41 – 50	19	76
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 37**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Los resultados obtenidos manifiestan que del total de los productores el 76% obtiene un margen de utilidad del 41% a 50%, mientras que el 24% manifestó que éste margen fluctúa entre 31% a 40%.

De acuerdo a los resultados, el negocio es rentable, considerando márgenes de utilidades que fluctúan entre el 31% hasta el 50%. El excedente de dinero es interesante para los productores, dado que se paga todo y queda para atender necesidades familiares.

19.- ¿Aplica Contabilidad en el negocio?

**CUADRO N° 37**

**APLICACIÓN DE CONTABILIDAD**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	25	100
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores  
Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 38**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Del total de los productores encuestados se determinó que el 100% de ellos no aplica contabilidad a su negocio.

Los productores expresan que no aplican contabilidad en su negocio ya que no la consideran indispensable para poder manejar adecuadamente sus ganancias.

20.- ¿Le gustaría que mediante el desarrollo del estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua aporte con estrategias de mejoramiento para su negocio?

**CUADRO N° 38**

**ESTRATEGIAS PARA EL  
MEJORAMIENTO DEL NEGOCIO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	100
NO	0	0
<b>TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores

Elaborado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**GRÁFICO N° 39**



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**Análisis e Interpretación:**

Una vez concluida la encuesta el 100% de los productores manifestaron que si están de acuerdo con la aplicación del estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua.

Los productores están de acuerdo con el desarrollo del estudio de producción, comercialización y rentabilidad de la tagua pues aseguran que éste les sirve como aporte con estrategias de mejoramiento del trabajo que realiza.

### ***2.3.7 Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas.***

Una vez aplicada las encuestas se procede a analizar cada una de las preguntas que contiene tanto las encuestas realizadas a los comerciantes como a los productores de tagua, la información que se obtenga permitirá establecer parámetros que permitan mejorar la producción y comercialización de la tagua en el Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

#### **Conclusiones:**

- Se concluye que la mayoría de comerciantes tienen conocimiento de lo que es un estudio de producción, comercialización y rentabilidad de la tagua, sin embargo, se cree que éste tipo de estudios ha sido poco aplicado, las razones o causas son: el poco interés que tienen las autoridades y la falta de capacitación a los comerciantes, mientras que los productores no tienen conocimiento de este estudio los recursos concebidos por esta actividad son aplicados en su mayoría a compensar sus necesidades elementales como alimentación y salud.
- La mayoría de los comerciantes elaboran nuevos productos cada 15 días, siguiendo con otros comerciantes que elaboran en 30 o más días, pero la menor parte lo elaboran cada 8 días; existiendo una diferencia en la cantidad de materia prima utilizada.
- La tagua comercializada proviene de producción propia ya que las tierras productoras de ésta materia prima es en su totalidad perteneciente a los mismos productores, por tal razón gran parte de los comerciantes consiguen el producto por medio de la compra que la conciben a través de los productores del sector, la transformación la hacen de manera manual obteniendo varios tipos de artesanías.

- Un alto porcentaje indica que el producto vendido es de excelente calidad, el total de quintales vendidos oscila entre 40 y 60 quintales, el número de trabajadores que colaboran en la actividad de producción fluctúa entre 1 a 6 empleados; dentro de los materiales más usados para la recopilación de las pepas de tagua es el saco.
- Los productores expresan que no aplican contabilidad en su negocio ya que no tienen conocimientos de cómo se la realiza por esta razón ellos distribuyen sus ganancias de acuerdo a las necesidades que se les presente.

### **Recomendaciones:**

- Realizar un estudio de producción, comercialización y rentabilidad de la tagua en base a la información proporcionada por productores y comerciantes.
- Elaborar un FODA para conocer el entorno interno y externo de cada uno de los productores y comerciantes seleccionados como muestra es decir del pequeño, mediano y grande.
- Determinar los estados financieros por cada productor y comerciante para conocer la utilidad o pérdida que genere la producción y comercialización de la tagua
- Establecer cuáles son los canales de distribución que utilizan los productores y comerciantes de tagua para llegar a sus clientes.
- Analizar el VAN y la TIR de cada uno de los productores y comerciantes con lo cual se podrá determinar la rentabilidad o pérdida que generan en sus respectivos negocios.

## 2.4 Verificación de las Preguntas Científicas

*¿Cuáles son los fundamentos teóricos necesarios para la realización de un estudio de producción, comercialización y rentabilidad?*

Los fundamentos teóricos de la investigación se basaron en las categorías fundamentales establecidas y el desglose correspondiente de temas y sub temas. Mediante la revisión de libros, textos y proyectos realizados por otros autores se logró redactar las definiciones necesarias con citas bibliográficas y bibliografías pertinentes asegurando la credibilidad y confiabilidad para tener una verdadera orientación documental.

*¿Qué causas han originado la ausencia de un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua, para emitir sugerencias de mejoramiento en la economía del Recinto Malqui, Parroquia Pucayacu perteneciente al Cantón La Maná?*

La aplicación de los instrumentos para el trabajo de campo fue la encuesta realizada a los productores y comerciantes de tagua. Los resultados obtenidos indican que las principales causas de la ausencia de un diagnóstico son: la falta de interés que tienen las autoridades por éstas temáticas, los escasos recursos para realizar tales estudios y la poca organización comunitaria

Gran parte de los productores y comerciantes han venido laborando en esta actividad de manera empírica realizando la compra y venta de este producto en cantidades mayores y menores exponiendo sus escasos recurso a riesgo de perjudicar su economía

*¿Cuáles son las características que debe tener un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua en base a la investigación efectuada?*

El estudio de la producción, comercialización y rentabilidad se basó en un levantamiento de datos serio y responsable que tomó en cuenta las principales variables, dimensiones, sub dimensiones e indicadores. Tales resultados facilitaron el diseño metodológico para la elaboración de la propuesta, cuyas características se explican más adelante.

## **2.5 Diseño de la Propuesta**

### ***2.5.1 Datos Informativos***

**Análisis:** La Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Tagua y su Relación con la Economía del Cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, año 2011.

<b>Productores:</b>	25 distribuidos en	Recinto Malqui.
<b>Comerciantes:</b>	10 distribuidos en	Población Urbana.
<b>Consumidores:</b>	La población del Cantón La Maná	
<b>Ubicación:</b>	Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná, Parroquia Pucayacu, Recinto Malqui.	
<b>Periodo:</b>	Marzo- Julio del 2012.	
<b>Autora:</b>	Albarracín Pacheco Diana Lucia.	

Para el desarrollo de la presente propuesta, es preciso conocer datos de la producción y comercialización de la tagua en el Cantón La Maná, esta actividad según las encuestas inició hace más de 10 años y surge como contribución para la economía del Cantón, satisfacer las necesidades de la sociedad y tener una oportunidad de crecimiento para constituirse en un futuro como un gran aporte nacional por medio de la exportación.



### ***2.5.1.1 Productores***

Los productores de tagua del Cantón La Maná son dueños de las tierras de donde se origina el producto que es comercializado a los distintos demandantes en su mayoría intermediarios; según la información recopilada con fuentes primarias, existen 25 productores de tagua en el Cantón La Maná, de manera especial en el Recinto Malqui de la Parroquia Pucayacu.

### ***2.5.1.2 Comerciantes***

La investigación permitió confirmar que el número de artesanos dedicados a la elaboración de productos de tagua es igual a 10, los cuales orientan la producción al mercado local, nacional e internacional.

## ***2.5.2 Justificación***

La razón por la cual fue importante realizar la presente investigación es para brindar un aporte significativo al sector agrícola de la Provincia de Cotopaxi y en especial a los habitantes del Cantón La Maná y sus alrededores, con el estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua en el Recinto Malqui de la Parroquia Pucayacu.

Se tiene la seguridad que los resultados que se obtengan al realizar este estudio serán tomados en cuenta por parte de los productores y comerciantes gracias a que estos les permitirán realizar cambios significativos que aporten a mejorar sus ingresos económicos.

En el trabajo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta a los productores y comerciantes, para la recopilación de los datos relacionados con la producción, comercialización y rentabilidad del negocio.

Se diseñaron modelos de matrices para la clasificación de la información. La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, servirá de modelo o guía para investigaciones posteriores.

La investigación propuesta fue factible y viable desde el punto de vista económico, debido a que la investigadora responsable del proyecto cubrió la totalidad de los gastos.

Los beneficiarios del estudio son sin duda los propietarios, productores y comerciantes de tagua, también la universidad dado que se vincula con el sector agrícola y está contribuyendo a una solución investigativa en beneficio del pueblo.

### ***2.5.3 Objetivos***

#### ***2.5.3.1 Objetivo General***

Realizar un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua para recomendar estrategias de mejoramiento a la economía del Recinto Malqui perteneciente a la Parroquia Pucayacu del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, año 2011.

#### ***2.5.3.2 Objetivos Específicos***

- Elaborar los estados financieros de cada uno de los comerciantes y productores de tagua.
- Determinar los canales de distribución que se utiliza para la comercialización de la tagua.
- Conocer la rentabilidad que obtienen los productores y comerciantes de tagua.

## ***2.6 Descripción de la Propuesta***

### **3.1 Productor Pequeño**

3.1.1 Antecedentes

3.1.2 Análisis FODA

3.1.3 Flujograma del Estado Financiero

3.1.4 Determinación de los Estados Financieros

3.1.4.1 Estado de Situación Inicial

3.1.4.2 Estado de Costo de Producción

3.1.4.3 Estado de Resultados

3.1.4.4 Balance General

3.1.4.5 Flujo de Caja

3.1.5 Distribución del Terreno

3.1.6 Flujo de Operación

3.1.6.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua

3.1.7 Indicadores Financieros

3.1.7.1 VAN (Valor Actual Neto)

3.1.7.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

3.1.7.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia

3.1.8 Índices Financieros

3.1.8.1 Interpretación de los Índices Financieros

### **3.2 Productor Mediano**

3.2.1 Antecedentes

3.2.2 Análisis FODA

3.2.3 Flujograma del Estado Financiero

3.2.4 Determinación de los Estados Financieros

3.2.4.1 Estado de Situación Inicial

3.2.4.2 Estado de Costo de Producción

3.2.4.3 Estado de Resultados

3.2.4.4 Balance General

3.2.4.5 Flujo de Caja

3.2.4 Distribución del Terreno

3.2.5 Flujo de Operación

- 3.2.5.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua
- 3.2.6 Indicadores Financieros
  - 3.2.6.1 VAN (Valor Actual Neto)
  - 3.2.6.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)
  - 3.2.6.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia
- 3.2.7 Índices Financieros
  - 3.2.7.1 Interpretación de los Índices Financieros
- 3.3 Productor Grande**
  - 3.3.1 Antecedentes
  - 3.3.2 Análisis FODA
    - 3.3.3 Flujograma del Estado Financiero
    - 3.3.4 Determinación de los Estados Financieros
      - 3.3.4.1 Estado de Situación Inicial
      - 3.3.4.2 Estado de Costo de Producción
      - 3.3.4.3 Estado de Resultados
      - 3.3.4.4 Balance General
      - 3.3.4.5 Flujo de Caja
    - 3.3.5 Distribución del Terreno
    - 3.3.6 Flujo de Operación
      - 3.3.6.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua
  - 3.3.7 Indicadores Financieros
    - 3.3.7.1 VAN (Valor Actual Neto)
    - 3.3.7.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)
    - 3.3.7.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia
  - 3.3.8 Índices Financieros
    - 3.3.8.1 Interpretación de los Índices Financieros
- 3.4 Rentabilidad de los Tres Productores**
- 3.5 Canales de Comercialización
- 3.6 Tipos de Comercialización
  - 3.6.1 Producto
  - 3.6.2 Precio
  - 3.6.3 Servicio
  - 3.6.4 Plaza

3.7 Flujo de Comercialización

### **3.8 Comerciante Pequeño**

3.8.1 Antecedentes

3.8.2 Análisis FODA

3.8.3 Flujograma del Estado Financiero

3.8.3.1 Determinación de los Estados Financieros

3.8.3.1.1 Estado de Situación Inicial

3.8.3.1.2 Estado de Costo de Producción

3.8.3.1.3 Estado de Resultados

3.8.3.1.4 Balance General

3.8.3.1.5 Flujo de Caja

3.8.4 Flujo de Operación

3.8.4.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua

3.8.5 Indicadores Financieros

3.8.5.1 VAN (Valor Actual Neto)

3.8.5.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

3.8.5.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia

3.8.6 Índices Financieros

3.8.6.1 Interpretación de los Índices Financieros

### **3.9 Comerciante Mediano**

3.9.1 Antecedentes

3.9.2 Análisis FODA

3.9.3 Flujograma del Estado Financiero

3.9.3.1 Determinación de los Estados Financieros

3.9.3.1.1 Estado de Situación Inicial

3.9.3.1.2 Estado de Costo de Producción

3.9.3.1.3 Estado de Resultados

3.9.3.1.4 Balance General

3.9.3.1.5 Flujo de Caja

3.9.4 Flujo de Operación

3.9.4.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua

3.9.5 Indicadores Financieros

3.9.5.1 VAN (Valor Actual Neto)

- 3.9.5.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)
- 3.9.5.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia
- 3.9.6 Índices Financieros
  - 3.9.6.1 Interpretación de los Índices Financieros
- 3.10 Comerciante Grande**
  - 3.10.1 Antecedentes
  - 3.10.2 Análisis FODA
  - 3.10.3 Flujograma del Estado Financiero
  - 3.10.4 Determinación de los Estados Financieros
    - 3.10.4.1 Estado de Situación Inicial
    - 3.10.4.2 Estado de Costo de Producción
    - 3.10.4.3 Estado de Resultados
    - 3.10.4.4 Balance General
    - 3.10.4.5 Flujo de Caja
  - 3.10.5 Flujo de Operación
    - 3.10.5.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua
  - 3.10.6 Indicadores Financieros
    - 3.10.6.1 VAN (Valor Actual Neto)
    - 3.10.6.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)
    - 3.10.6.3 Rentabilidad del Negocio utilizando Inversión Propia
  - 3.10.7 Índices Financieros
    - 3.10.7.1 Interpretación de los Índices Financieros
- 3.11 Análisis Horizontal del Balance General de los Tres Comerciantes
- 3.12 Canales de Comercialización
- 3.13 Tipos de Comercialización
  - 3.13.1 Producto
  - 3.13.2 Precio
  - 3.13.3 Servicio
  - 3.13.4 Plaza
- 3.14 Flujo de Comercialización
- 3.15 Impacto en la Economía del Cantón La Maná

## **CAPÍTULO III**

### **APLICACIÓN DE LA PROPUESTA**

#### **3.2 Productor Pequeño**

##### ***3.1.1 Antecedentes de los Productores***

La producción y la comercialización de la tagua tienen gran importancia por el consumo generalizado de este producto que constituye base fundamental para la economía del Cantón La Maná, siendo fuentes de ingresos para el pequeño, mediano y grande productor que se dedican a esta actividad no tradicional.

La empresa Elvira Chusin ha venido efectuándose desde el año 2006 es decir que cuenta con 6 años de trayectoria productiva, se ubica en el Recinto Malqui Parroquia Pucayacu del Cantón La Maná que cuenta con 50  $m^2$  para almacenamiento y secado del producto y que abarca 5 hectáreas de terreno para la siembra de tagua. El negocio se conforma por 2 productores familiares.

##### ***3.1.2 Análisis FODA***

###### **FORTALEZAS**

- Espacio adecuado para la producción de tagua
- Estructura adecuada para la empresa
- Firmeza en el negocio
- Comercializar productos de calidad

## **OPORTUNIDAD**

- Afiliarse a una sociedad para obtener beneficios.
- Vinculación con la colectividad de las universidades
- Créditos de la Corporación Financiera Nacional
- Planes de Desarrollo Provincial y Cantonal

## **DEBILIDADES**

- Requiere de créditos particulares
- Necesita asistencia técnica
- Escasa de herramientas y equipos
- Entrega de productos sin proceso
- Falta de publicidad del producto
- Ausencia de promociones acerca del producto

## **AMENAZAS**

- Grandes competencias en la zona
- Requiere de ampliación de mercado
- Falta de apoyo de los gobiernos seccionales
- Solicita del apoyo de Instituciones educativas

### **3.1.3 Flujo de Estados Financieros**

Para la ejecución de la propuesta es preciso seguir un proceso idóneo en la que va a permitir presentar una información clara, precisa y sistematizada de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua, que se puede apreciar en el siguiente gráfico.



## GRÁFICO N° 40

### FLUJOGRAMA DE ESTADOS FINANCIEROS DEL PEQUEÑO PRODUCTOR



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.1.4 Determinación de los Estados Financieros del Pequeño Productor**

**3.1.4.1 Estado de Situación Inicial**

**Empresa N° 1**

**Estado de Situación Inicial**

**Al 31 de Diciembre del 2010**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>1440,00</b>
	Caja	280,00	
	Banco	650,00	
	Inventario	510,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>5080,00</b>
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>80,00</b>
	Carretas	100,00	
	(-) Depreciación de Carretas	-20,00	
<b>1.2.3</b>	<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>		<b>5000,00</b>
	Terreno	5000,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>6520,00</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Documentos por pagar		2054,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>2054,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		4466,00
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>4466,00</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO+ PATRIMONIO</b>		<b>6520,00</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**

**3.1.4.2 Costos de Producción**

**Empresa N° 1**

**Costos de Producción**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>Inventario Inicial</b>		510,00
Materiales Directos	231,00	
Mano de Obra Directa	1680,00	
Costos Indirectos de Fabricación	<b>500,00</b>	
Herramientas	350,00	
Fertilizantes	150,00	
<b>Costo de Productos del Periodo</b>		<b>2411,00</b>
(=) Total de Productos en Proceso		2921,00
(-) Inventario Final		510,00
<b>Costo de Producción</b>		<b>2411,00</b>
Número de Sacos Cosechados		294
Costo Unitario por Saco		8,20

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

**3.1.4.3 Estado de Resultados**

**Empresa N° 1**

**Estado de Resultados**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>INGRESOS</b>		
Ventas		4470,00
(-)Costo de Producción		2411,00
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>2059,00</b>
<b>Gastos Operacionales</b>		<b>130,00</b>
Gastos Administrativos	50,00	
Servicios Básicos	30,00	
Depreciación de Carretas	20,00	
Gastos de Venta		
Gasto de Transporte	80,00	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>1929,00</b>
Imprevistos 8%		154,32
<b>UTILIDAD DEL PERIODO</b>		<b>1774,68</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**

**3.1.4.4 Balance General**

**Empresa N° 1**

**Balance General**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>2963,68</b>
	Caja	964,50	
	Banco	1219,18	
	Inventario	780,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>5080,00</b>
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>80,00</b>
	Carretas	100,00	
	(-) Depreciación de Carretas	-20,00	
<b>1.2.3</b>	<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>		<b>5000,00</b>
	Terreno	5000,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>8043,68</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		349,00
	Documentos por pagar		1454,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>1803,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		4466,00
	Utilidad del ejercicio		1774,68
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>6240,68</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>8043,68</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.1.4.5 Flujo de Caja

#### Empresa N° 1

#### Flujo de Caja

Al 31 de Diciembre del 2011

DETALLE	Inversión	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS OPERACIONALES		4470,00	4917,00	5408,70	5949,57	6544,53
Ventas		4470,00	4917,00	5408,70	5949,57	6544,53
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>4470,00</b>	<b>4917,00</b>	<b>5408,70</b>	<b>5949,57</b>	<b>6544,53</b>
EGRESOS						
(-) Costo de producción		2411,00	2652,10	2917,31	3209,04	3529,95
(-) Gastos administrativos		50,00	55,00	60,5	66,55	73,205
(-) Gastos de venta		80,00	88,00	96,80	106,48	117,13
(-) Inversión	-6520,00					
<b>(=) TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>-6520,00</b>	<b>2541,00</b>	<b>2795,10</b>	<b>3074,61</b>	<b>3382,07</b>	<b>3720,28</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-6520,00</b>	<b>1929,00</b>	<b>2121,90</b>	<b>2334,09</b>	<b>2567,50</b>	<b>7824,25</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>			<b>10%</b>			
<b>VAN</b>			<b>5352,79</b>			
<b>TIR</b>			<b>31,82%</b>			

.....  
GERENTE

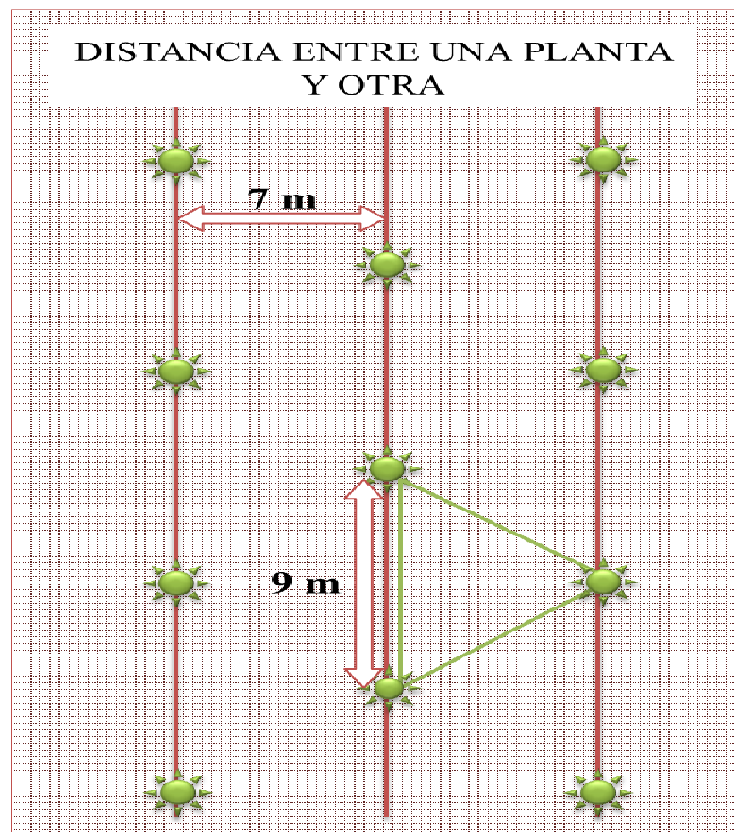
.....  
CONTADOR

### 3.1.5 Distribución del Terreno del Pequeño Productor

La distribución del terreno de los pequeños productores de tagua en el Cantón La Maná, Parroquia Pucayacu, Recinto Malqui se presenta en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 41

#### DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO DEL PEQUEÑO PRODUCTOR



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucía.

### 3.1.6 Flujo de Operación del Pequeño Productor

#### 3.1.6.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua.

El proceso de producción de la tagua constituye en unas series de actividades que varían según la etapa del cultivo y que son:

**1.- Siembra:** Comprende la preparación del suelo, cuidados en la fecundación de la semilla y desarrollo de siembra.

**2.- Mantenimiento:** Se fundamenta en tareas de poda y limpieza, fumigación y fertilización.

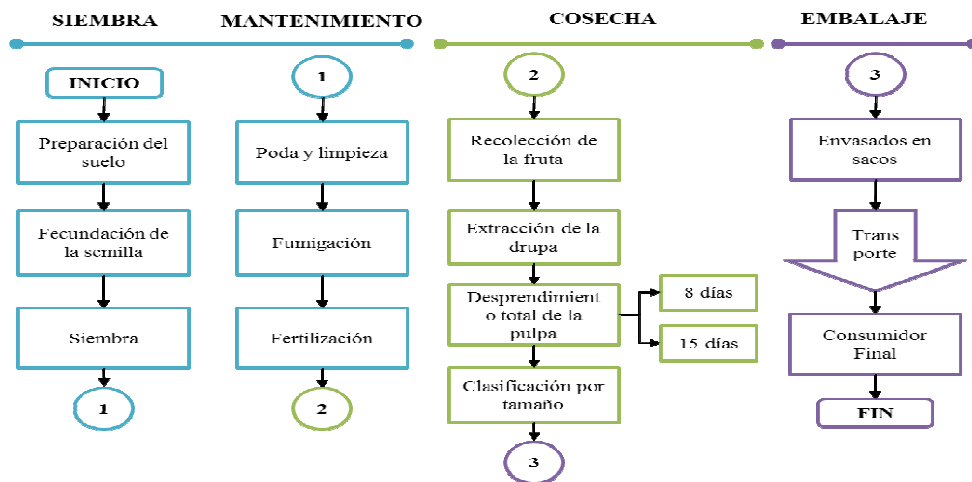
**3.- Cosecha:** Inicia con la recolección de fruta, extracción de la drupa, desprendimiento total de la pulpa entre 8 a 15 días y clasificación por tamaño.

**4.- Embalaje:** Cierra el ciclo productivo con el envasado en sacos, para transportarlos al consumidor final.

Para realizar el flujo de operaciones se ha utilizado los siguientes diagramas:

**GRÁFICO N° 42**

**PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PEQUEÑO PRODUCTOR**



**Fuente:** Pequeño Productor

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.



### ***3.1.7 Indicadores Financieros***

#### ***3.1.7.1 VAN***

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. El resultado es de \$ 5352,79 para esto se tomo en cuenta la Tasa Mínima de Rendimiento que en la actualidad corresponde al 10% (inflación del productor 4,16%; inflación del consumidor 5,53%).

#### ***3.1.7.2 TIR***

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador de rentabilidad relativa de una inversión cuya función es la de igualar el valor actual de los gastos con el valor futuro de los ingresos previstos. El resultado es de 31,82%.

#### ***3.1.7.3 Rentabilidad del Negocio Utilizando Inversión Propia***

Utilizando recursos propios la inversión total a aportar es de \$ 6520,00 y se tendrá los siguientes índices para el periodo de 5 años:

Valor Presente Neto (VAN): \$ 5.352,79

Tasa Interna de Retorno (TIR): 31,82%

El VAN indica que teniendo la proyección a 5 años tendrá una ganancia del \$5.352,79 de dólares, esto libre de los gastos incurridos en el proceso, lo que significa que el negocio tiene mucha rentabilidad.

La tasa interna de retorno (TIR) indica que la inversión que se realizó al inicio de las actividades de la producción de tagua, retorna al finalizar el periodo del generando grandes utilidades para el negocio ya que está representado por un porcentaje exuberante del 31,82%.

### 3.1.8 Índices Financieros

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas de los estados financieros, adicionalmente, permiten calcular indicadores promedio de la empresa del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

CUADRO N° 39

#### ÍNDICES FINANCIEROS DEL PEQUEÑO PRODUCTOR

ÍNDICES DE LIQUIDEZ	Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{2963,68}{1803,00}$	1,6
	Prueba Acido	$\frac{\text{Activo Cte. - Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{2963,68 - 780,00}{1803,00}$	1,2
	Rotación cuentas cobro	$\frac{\text{Ventas a Crédito}}{\text{Promedio Ctas x Cobranza}}$	NO APLICA	
ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD	Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{1774,68}{4470,00}$	40%
	Margen de Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{2059,00}{4470,00}$	46%
	Tasa de Crecimiento sobre la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{1774,68}{6240,68}$	28%
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	Razón de Patrimonio a Pasivo	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$	$\frac{6240,68}{1803,00}$	3,5%
	Razón de Pasivo a Activo	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$	$\frac{1803,00}{8043,68}$	22%

Fuente: Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias

Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### ***3.1.8.1 Interpretación de los Índices Financieros***

***Razón Corriente***, el resultado indica que por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el productor cuenta con 1,6 de respaldo en el activo corriente, lo cual es un índice de liquidez a corto plazo muy aceptable, por lo que están cubiertas por activos corrientes que se esperan convertir en efectivo, en un período de tiempo igual o inferior, al de la madurez de las obligaciones corrientes.

***Prueba Acido***, este indicador muestra que por cada \$ 1.00 dólar que se debe en el pasivo corriente, se cuenta \$ 1,2 dólares respectivamente para su cancelación, sin necesidad de tener que acudir a la realización de los inventarios.

***Rotación Cuentas Cobro***, este indicador no aplica, por lo que las ventas de la producción de tagua se realizan al contado y pagos en efectivo.

***Margen de Utilidad Neta***, el porcentaje de ventas es de 40 %, lo que indica que hay una ganancia favorable para el productor en el cultivo de tagua.

***Margen de Utilidad Bruta***, la utilidad que nos queda por cada dólar de venta es de 46%, después que el productor pago sus productos.

***Tasa de Crecimiento sobre la Inversión***, la rentabilidad del patrimonio es del 28%, lo que indica que existió un gran aumento en la rentabilidad de la inversión del productor, esto probablemente originado por el incremento de las utilidades de la empresa.

***Razón de Patrimonio a Pasivo***, la empresa no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores es decir, en un porcentaje del 3,5% de su patrimonio no está comprometido con los acreedores.

***Razón de Pasivo a Activo***, se puede observar que el 22% de los activos está siendo financiado por los acreedores.

## **3.2 Productor Mediano**

### ***3.2.1 Antecedentes***

Tomas Tipan se ha encaminado desde hace 5 años en la labor de producción de Tagua, negocio que está ubicado en el Recinto Malqui, Parroquia Pucayacu del Cantón La Maná, el mismo que cuenta con un espacio de 100 m<sup>2</sup> para el almacenamiento y secado del producto, y 10 hectáreas para el proceso de implantar la siembra de Tagua. Intervienen 3 productores por parte de la familia.

El negocio no tiene la necesidad de usar ni requiere créditos de las entidades bancarias por lo que cuenta con recursos propios y precisos.

En este caso solicita de asistencia técnica, también planificar la ampliación del mercado para generar un mejor rendimiento, tiene una gran ventaja de no exigir infraestructura porque cuenta con respectivo soporte productivo. Los equipos de maquinaria y herramientas han cumplido su vida útil lo que significa que adquieren de nuevos componentes para la producción.

### ***3.2.2 Análisis FODA***

#### **FORTALEZAS**

- Disfruta de un terreno apropiado para la producción
- Cuenta con recursos propios
- Infraestructura convenida
- Constancia en el negocio
- Comercializa producto de buena calidad
- Canales de distribución directos e indirectos

## **OPORTUNIDADES**

- Afiliarse a un gremio
- Vinculación con la colectividad de las universidades
- Créditos de la Corporación Financiera Nacional
- Planes de Desarrollo Provincial y Cantonal

## **DEBILIDADES**

- Requiere de asistencia técnica
- Falta de innovación de herramientas, equipos o maquinarias
- No realiza publicidad
- No ejecuta promociones
- El estado del producto vendido es sin procesar

## **AMENAZAS**

- La competencia de la zona y lugares alternativos del negocio
- No está afiliado a ningún tipo de asociaciones
- No cuenta con el apoyo de los gobiernos seccionales

### ***3.2.3 Flujograma de Estados Financieros del Mediano Productor***

Para la ejecución de la propuesta es preciso seguir un proceso idóneo en la que va a permitir presentar una información clara, precisa y sistematizada de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua, que se puede apreciar en el siguiente gráfico.

## GRÁFICO N° 43

### FLUJOGRAMA DE ESTADOS FINANCIEROS DEL MEDIANO PRODUCTOR



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.2.4 Determinación de los Estados Financieros del Mediano Productor**

**3.2.4.1 Estado de Situación Inicial**

**Empresa N° 2  
Estado de Situación Inicial  
Al 31 de Diciembre del 2010**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>3285,00</b>
	Caja	680,00	
	Banco	1100,00	
	Cuentas por cobrar	500,00	
	Inventario	1005,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>9120,00</b>
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>120,00</b>
	Carretas	150,00	
	(-) Depreciación de Carretas	-30,00	
<b>1.2.3</b>	<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>		<b>9000,00</b>
	Terreno	9000,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>12405,00</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Documentos por pagar		3000,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>3000,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		9405,00
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>9405,00</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>12405,00</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.2.4.2 Costos de Producción

#### Empresa N° 2

#### Costos De Producción

Al 31 de Diciembre del 2011

<b>Inventario Inicial</b>		<b>1005,00</b>
Materiales Directos	462,00	
Mano de Obra Directa	3120,00	
Costos Indirectos de Fabricación	<b>950,00</b>	
Herramientas	650,00	
Fertilizantes	300,00	
<b>Costo de Productos del Periodo</b>		<b>4532,00</b>
(=) Total de Productos en Proceso		5537,00
(-) Inventario Final		1005,00
<b>Costo de Producción</b>		<b>4532,00</b>
Número de Sacos Cosechados		588,00
<b>Costo Unitario por Saco</b>		<b>7,71</b>

.....  
GERENTE

.....  
CONTADOR



**3.2.4.3 Estado de Resultados**

**Empresa N° 2**

**Estado de Resultado**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

**INGRESOS**

Ventas 8820,00

(-)Costo de Producción 4532,00

**UTILIDAD BRUTA EN VENTAS 4288,00**

Gastos Operacionales 244,00

Gastos Administrativos 84,00

Servicios Básicos 54,00

Depreciación de Carretas 30,00

Gastos de Venta

Gasto de Transporte 160,00

**UTILIDAD OPERACIONAL 4044,00**

Imprevistos 8% 323,52

**UTILIDAD DEL PERIODO 3720,48**

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.2.4.4 Balance General

#### Empresa N° 2

#### Balance General

Al 31 de Diciembre del 2011

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>7131,48</b>
	Caja	2460,00	
	Banco	3492,52	
	Inventario	1178,96	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>9120,00</b>
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>120,00</b>
	Carretas	150,00	
	(-) Depreciación de Carretas	-30,00	
<b>1.2.3</b>	<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>		<b>9000,00</b>
	Terreno	9000,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>16251,48</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		986,00
	Documentos por pagar		2140,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>3126,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		9405,00
	Utilidad del ejercicio		3720,48
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>13125,48</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>16251,48</b>

.....  
GERENTE

.....  
CONTADOR

### 3.2.4.5 Flujo de Caja

#### Empresa N° 2

#### Flujo De Caja

Al 31 de Diciembre del 2011

DETALLE	Inversión	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS OPERACIONALES		8820,00	9702,00	10672,20	11739,42	12913,36
Ventas		8820,00	9702,00	10672,20	11739,42	12913,36
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>8820,00</b>	<b>9702,00</b>	<b>10672,20</b>	<b>11739,42</b>	<b>12913,36</b>
EGRESOS						
(-) Costo de producción		4532,00	4985,20	5483,72	6032,09	6635,30
(-) Gastos de administración		84,00	92,40	101,64	111,804	122,9844
(-) Gastos de venta		160,00	176,00	193,60	212,96	234,26
(-) Inversión	-12405,00					
<b>(=) TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>-12405,00</b>	<b>4776,00</b>	<b>5253,60</b>	<b>5778,96</b>	<b>6356,86</b>	<b>6992,54</b>
FLUJO DE CAJA NETO	-12405,00	<b>4044,00</b>	<b>4448,40</b>	<b>4893,24</b>	<b>5382,56</b>	<b>14920,82</b>
TASA DE DESCUENTO				10%		
VAN				11565,11		
TIR				34,88%		

/

.....  
GERENTE

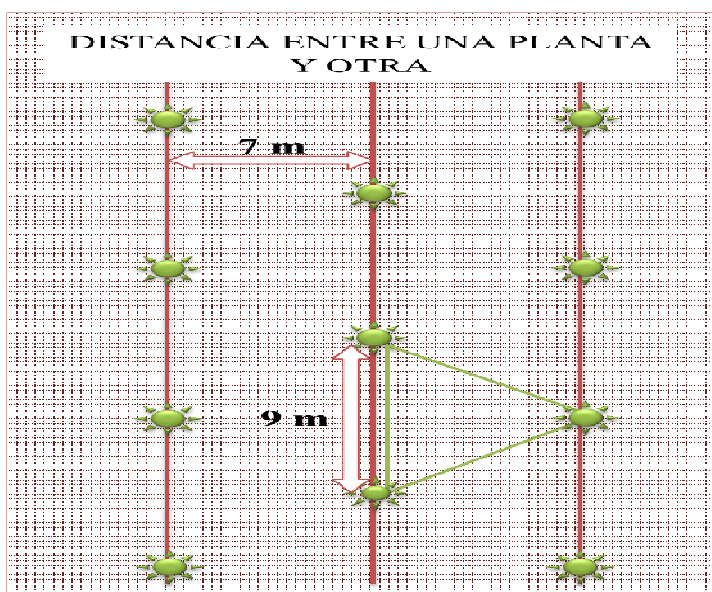
.....  
CONTADOR

### 3.2.5 Distribución del Terreno del Mediano Productor

La distribución del terreno de los medianos productores de Tagua en el Cantón La Maná, Parroquia Pucayacu, Recinto Malqui se presenta en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 44

#### DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO DEL MEDIANO PRODUCTOR



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### 3.2.6 Flujo de Operación del Mediano Productor

#### 3.2.6.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua.

El proceso de producción de la tagua constituye en unas series de actividades que varían según la etapa del cultivo y que son:

**1.- Siembra:** Comprende la preparación del suelo, cuidados en la fecundación de la semilla y desarrollo de siembra.

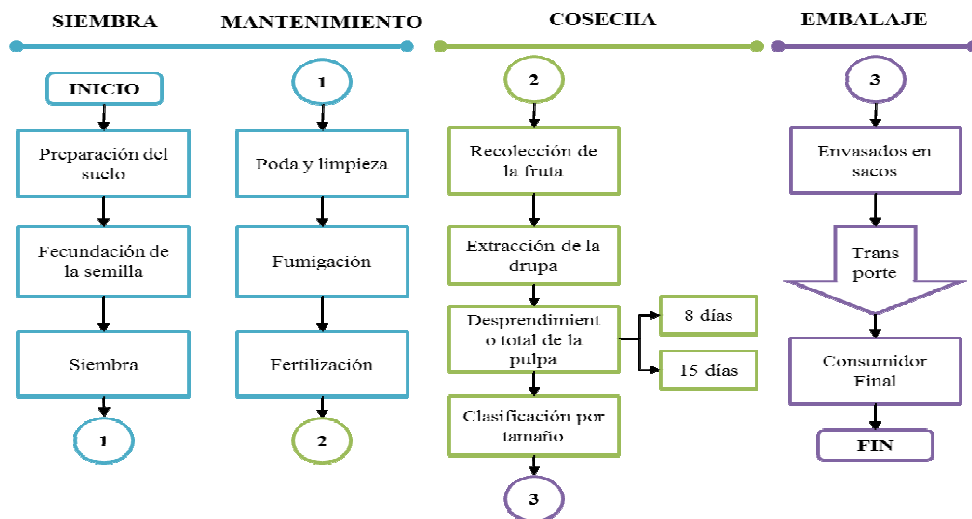
**2.- Mantenimiento:** Se fundamenta en tareas de poda y limpieza, fumigación y fertilización.

**3.-Cosecha:** Inicia con la recolección de fruta, extracción de la drupa, desprendimiento total de la pulpa entre 8 a 15 días y clasificación por tamaño

**4.-Embalaje:** Cierra el ciclo productivo con el envasado en sacos, para transportarlos al consumidor final.

**GRÁFICO N° 45**

**PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL MEDIANO PRODUCTOR**



**Fuente:** Mediano Productor  
**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.2.7 Indicadores Financieros**

**3.2.7.1 VAN**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. El resultado es de \$ 11.565,11 para lo cual se tomo en cuenta la Tasa Mínima de Rendimiento que en la actualidad corresponde al 10% (inflación del productor 4,16%; inflación del consumidor 5,53%).

### **3.2.7.2 TIR**

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador de rentabilidad relativa de una inversión cuya función es la de igualar el valor actual de los gastos con el valor futuro de los ingresos previstos. El resultado es de 34,88%.

### **3.2.6.3 Rentabilidad del Negocio Utilizando Inversión Propia**

Utilizando recursos propios la inversión tanto a aportar es de \$ 12.405,00 y se tendrá los siguientes índices para el periodo de 5 años:

Valor presente neto (VAN): \$ 11.565,11

Tasa interna de retorno (TIR): 34,88%

El VAN indica que teniendo la proyección a 5 años tendrá una ganancia del \$ 11.565,11 dólares, esto libre de los gastos incurridos en el proceso, lo que significa que el negocio tiene mucha rentabilidad.

La tasa interna de retorno (TIR) indica que la inversión que se realizó al inicio de las actividades de la producción de Tagua, retorna al finalizar el periodo generando grandes utilidades para el negocio ya que está representado por un porcentaje exuberante del 34,88%.

### **3.2.8 Índices Financieros**

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas de los estados financieros, adicionalmente, permiten calcular indicadores promedio de la empresa del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

**CUADRO N° 40**

**ÍNDICES FINANCIEROS DEL MEDIANO PRODUCTOR**

<b>ÍNDICES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b>	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{9120,00}{3126,00}$	2,92
	<b>Prueba Acido</b>	$\frac{\text{Activo Cte. - Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{9120,00-1178,96}{3126,00}$	2,54
<b>ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD</b>	<b>Margen de Utilidad Neta</b>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{3720,00}{8820,00}$	42%
	<b>Margen de Utilidad Bruta</b>	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{4288,00}{8820,00}$	49%
	<b>Tasa de Crecimiento sobre la Inversión</b>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{3720,00}{13125,00}$	28%
<b>ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Razón de Patrimonio a Pasivo</b>	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$	$\frac{13125,00}{3126,00}$	4,2%
	<b>Razón de Pasivo a Activo</b>	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$	$\frac{3126,00}{16251,48}$	19%

**Fuente:** Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucía.

**3.2.8.1 Interpretación de los Índices Financieros**

**Razón Corriente**, el resultado indica que por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el productor cuenta con 2,92 de respaldo en el activo corriente, lo cual es un índice de liquidez a corto plazo muy aceptable, por lo que están cubiertas por activos corrientes que se esperan convertir en efectivo, en un período de tiempo igual o inferior, al de la madurez de las obligaciones corrientes.

***Prueba Acido***, este indicador muestra que por cada \$ 1.00 dólar que se debe en el pasivo corriente, se cuenta \$ 2,54 dólares respectivamente para su cancelación, sin necesidad de tener que acudir a la realización de los inventarios.

***Margen de Utilidad Neta***, el porcentaje de ventas es de 42 %, lo que indica que hay una ganancia favorable para el productor en el cultivo de tagua.

***Margen de Utilidad Bruta***, la utilidad que nos queda por cada dólar de venta es de 49 %, después que el productor pago sus productos.

***Tasa de Crecimiento sobre la Inversión***, la rentabilidad del patrimonio es del 28%, lo que indica que existió un gran aumento en la rentabilidad de la inversión del productor, esto probablemente originado por el incremento de las utilidades de la empresa.

***Razón de Patrimonio a Pasivo***, la empresa no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores es decir, en un porcentaje del 4,2% de su patrimonio no está comprometido con los acreedores.

***Razón de Pasivo a Activo***, se puede observar que el 19% de los activos está siendo financiado por los acreedores.



### **3.3 Productor Grande**

#### ***3.3.1 Antecedentes***

Pablo Mullo productor que ejerce la actividad en grande de producción de Tagua, toma la iniciativa de su negocio en el año 2005 dando a conocer que en la actualidad ejerce 7 años en su labor. Está ubicado en el Recinto Malqui, Parroquia Pucayacu del Cantón La Maná, cuenta con un espacio de 250 m<sup>2</sup> para el almacenamiento y secado del producto, y de 20 hectáreas para el proceso de siembra de la tagua. El número de personas que integran en el negocio es de 4 personas que pertenecen a la misma familia.

El grande productor de tagua tiende aplicar crédito bancario analizando que requieren utilizar de estos en forma frecuente para cumplir con las propuestas y metas del negocio. Desea disfrutar de asesoría técnica, no cuenta con infraestructura adecuada por lo que cree conveniente ampliarla para un mejor desarrollo económico. Además especifica obtener innovación de herramientas, equipos o maquinarias para el debido manejo del proceso productivo.

#### ***3.3.2 Análisis FODA***

##### **FORTALEZAS**

- Permanencia en la actividad agrícola
- Disponibilidad del terreno
- Adecuada infraestructura
- Producción con valor agregado de aretes, collares, adornos
- Excelente calidad del producto

## **OPORTUNIDADES**

- Afiliarse a un asociación productiva
- Vinculación con la colectividad de las universidades
- Créditos de la Corporación Financiera Nacional
- Planes de Desarrollo Provincial y Cantonal
- Aplicación de créditos en entidades bancarias

## **DEBILIDADES**

- Requieren de capacitación
- Exige nuevas herramientas, equipo y maquinarias
- Falta de publicidad
- Ausencia de promociones

## **AMENAZAS**

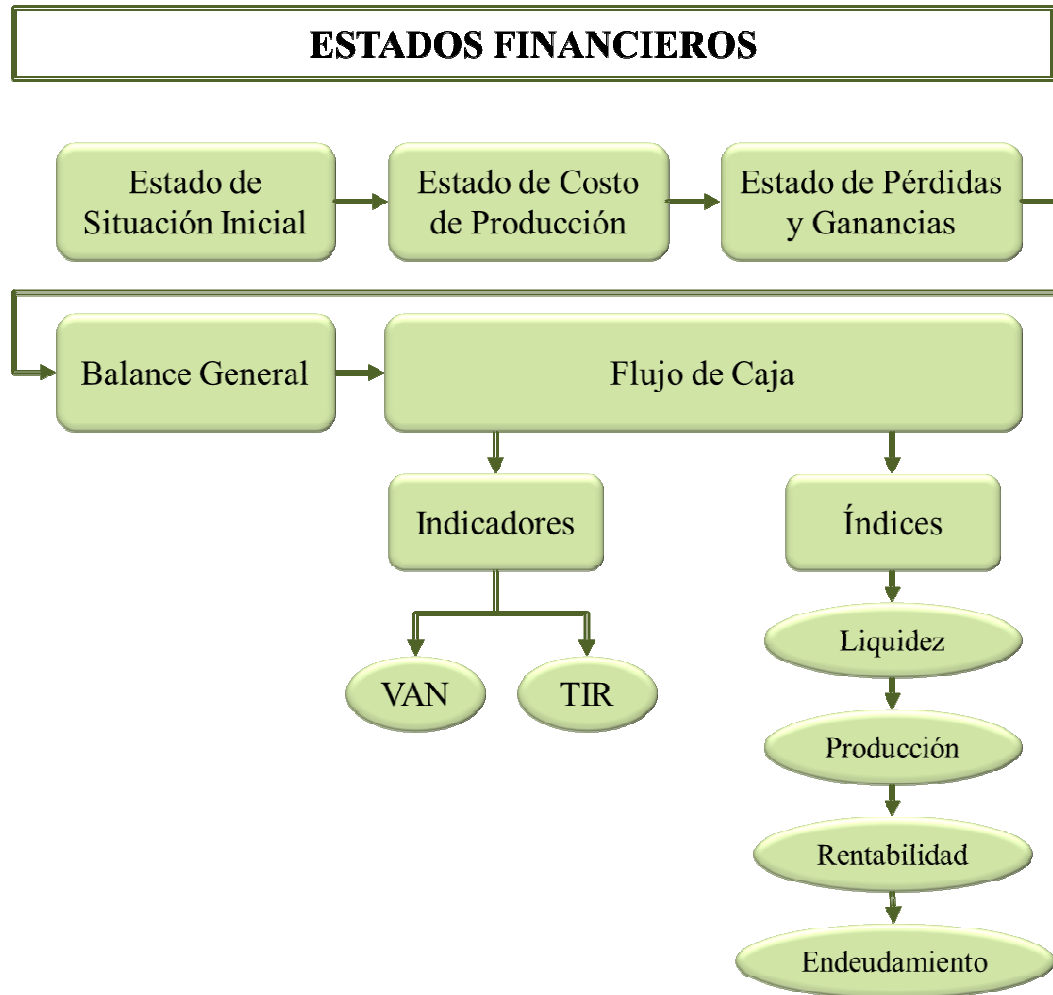
- Participación de la competencia en el sector productivo
- No cuenta en el apoyo de gobiernos seccionales
- Carencia de asistencia de instituciones educativas

### ***3.3.3 Flujograma de Estados Financieros del Grande Productor***

Para la ejecución de la propuesta es preciso seguir un proceso idóneo en la que va a permitir presentar una información clara, precisa y sistematizada de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua, que se puede apreciar en el siguiente gráfico.

## GRÁFICO N° 46

### FLUJOGRAMA DE ESTADOS FINANCIEROS DEL GRANDE PRODUCTOR



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.3.4 Determinación de los Estados Financieros del Grande  
Productor**

**3.3.4.1 Estado de Situación Inicial**

**Empresa N° 3**

**Estado de Situación Inicial**

**Al 31 de Diciembre del 2010**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>5810,00</b>
	Caja	1000,00	
	Banco	2500,00	
	Cuentas por cobrar	510,00	
	Inventario	1800,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>12240,00</b>
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>240,00</b>
	Carretas	300,00	
	(-) Depreciación de Carretas	-60,00	
<b>1.2.3</b>	<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>		<b>12000,00</b>
	Terreno	12000,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>18050,00</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		700,00
	Documentos por pagar		1060,00
	Hipotecas por pagar		3000,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>4760,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		13290,00
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>13290,00</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>18050,00</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.3.4.2 Costos de Producción

#### Empresa N° 3

#### Costos de Producción

Al 31 de Diciembre del 2011

Inventario Inicial		1800,00
Materiales Directos	<b>693,00</b>	
Mano de Obra Directa	<b>3264,00</b>	
Mano de Obra Indirecta	<b>530,00</b>	
Costos Indirectos de Fabricación	<b>2154,50</b>	
Herramientas	1378,00	
Fertilizantes	776,50	
<b>Costo de Productos del Periodo</b>		<b>6641,50</b>
(=) Total de Productos en Proceso		8441,50
(-) Inventario Final		1800,00
<b>Costo de Producción</b>		<b>6641,50</b>
Número de Sacos Cosechados		900
Costo Unitario por Saco		7,38

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

**3.3.4.3 Estado De Resultado**

**Empresa N° 3**

**Estado de Resultado**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>INGRESOS</b>		
Ventas		13500,00
(-)Costo de Producción		6641,50
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>6858,50</b>
Gastos Operacionales		422,50
Gastos Administrativos	162,00	
Servicios Básicos	102,00	
Depreciación de Carretas	60,00	
Gastos de Venta		
Gasto de Transporte	260,50	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>6436,00</b>
Gastos Financieros		
Interés Pagado	290,49	
<b>UTILIDAD DEL PERIODO</b>		<b>6145,51</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.3.4.4 Balance General

#### Empresa N° 3

#### Balance General

Al 31 de Diciembre del 2011

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>13.706,51</b>
	Caja	4800,51	
	Banco	6946,00	
	Inventario	1960,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>12.240,00</b>
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		240,00
	Carretas	300,00	
	(-) Depreciación de Carretas	-60,00	
<b>1.2.3</b>	<b>FIJO NO DEPRECIABLE</b>		12000,00
	Terreno	12000,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>25.946,51</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		1780,00
	Documentos por pagar		2481,00
	Hipotecas por pagar		2250,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>6.511,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		13290,00
	Utilidad del Ejercicio		6145,51
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>19.435,51</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>25.946,51</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.3.4.5 Flujo de Caja

#### Empresa N° 3

#### Flujo de Caja

Al 31 de Diciembre del 2011

DETALLE	Inversión	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		13500,00	14850,00	16335,00	17968,50	19765,35
Ventas		13500,00	14850,00	16335,00	17968,50	19765,35
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>13500,00</b>	<b>14850,00</b>	<b>16335,00</b>	<b>17968,50</b>	<b>19765,35</b>
<b>EGRESOS</b>						
(-) Costo de producción		6641,50	7305,65	8036,22	8839,84	9723,82
(-) Gastos administrativos		162	178,2	196,02	215,622	237,1842
(-) Gastos de venta		260,5	286,55	315,205	346,7255	381,3980
(-) Gastos Financieros		290,49	266,29	176,92	88,74	5
(-) Inversión	-18050,00					
<b>(=) TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>-18050,00</b>	<b>7354,49</b>	<b>8036,69</b>	<b>8724,36</b>	<b>9490,92</b>	<b>10342,40</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-18050,00</b>	<b>6145,51</b>	<b>6813,31</b>	<b>7610,64</b>	<b>8477,58</b>	<b>21422,95</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>				<b>10%</b>		
<b>VAN</b>				<b>17977,91</b>		
<b>TIR</b>				<b>36,67%</b>		

.....  
GERENTE

.....  
CONTADOR

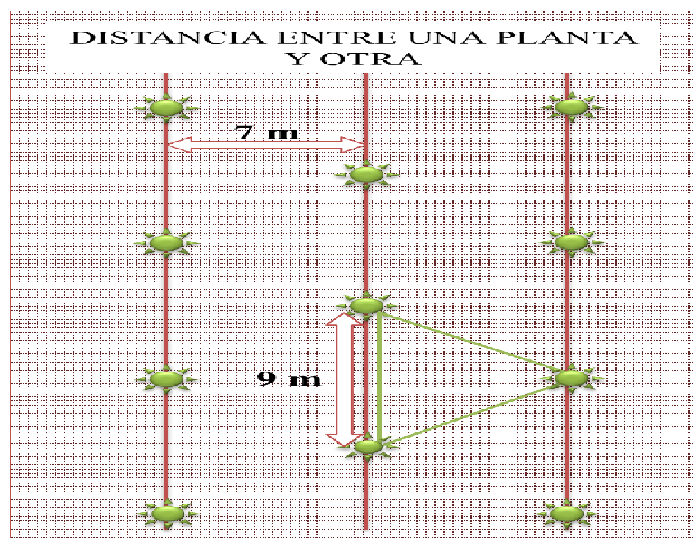


### 3.3.5 Distribución del Terreno del Grande Productor

La distribución del terreno de los grandes productores de Tagua en el Cantón La Maná, Parroquia Pucayacu, Recinto Malqui se presenta en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 47

#### DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO DEL GRANDE PRODUCTOR



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### 3.3.6 Flujo de Operación del Grande Productor

#### 3.3.6.1 Actividades de Producción para el Cultivo de Tagua.

El proceso de producción de la tagua constituye en unas series de actividades que varían según la etapa del cultivo y que son:

**1.- Siembra:** Comprende la preparación del suelo, cuidados en la fecundación de la semilla y desarrollo de siembra.

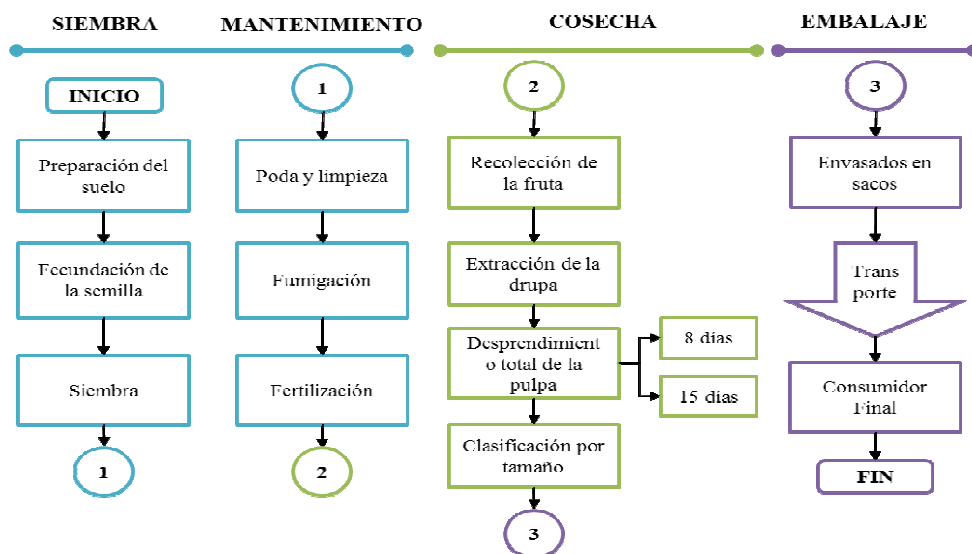
**2.- Mantenimiento:** Se fundamenta en tareas de poda y limpieza, fumigación y fertilización.

**3.-Cosecha:** Inicia con la recolección de fruta, extracción de la drupa, desprendimiento total de la pulpa entre 8 a 15 días y clasificación por tamaño

**4.-Embalaje:** Cierra el ciclo productivo con el envasado en sacos, para transportarlos al consumidor final.

**GRÁFICO N° 48**

**PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTOR GRANDE**



**Fuente:** Productor Grande  
**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.3.7 Indicadores Financieros**

**3.3.7.1 VAN**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el

proyecto es viable. El resultado es de \$ 17.977,91 para esto se tomo en cuenta la Tasa Mínima de Rendimiento que en la actualidad corresponde al 10% (inflación del productor 4,16%; inflación del consumidor 5,53%).

### ***3.3.7.2 TIR***

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador de rentabilidad relativa de una inversión cuya función es la de igualar el valor actual de los gastos con el valor futuro de los ingresos previstos. El resultado es de 36,67 %.

### ***3.3.7.3 Rentabilidad del Negocio Utilizando Inversión Propia***

Utilizando recursos propios la inversión fija aportar es de \$ 18.050 y se tendrá los siguientes índices para el periodo de 5 años:

Valor presente neto (VAN): \$ 17.977,91

Tasa interna de retorno (TIR): 36,67%

El VAN indica que tiene la proyección a 5 años tendrá una ganancia del \$ dólares, \$ 17.977,91 esto libre de los gastos incurridos en el proceso, lo que significa que el negocio tiene mucha rentabilidad.

La tasa interna de retorno (TIR) indica que la inversión que se realizó al inicio de las actividades de la producción de tagua, retorna al finalizar el periodo del generando grandes utilidades para el negocio ya que está representado por un porcentaje exuberante del 36,67%.

## ***3.3.8 Índices Financieros***

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas de los estados financieros, adicionalmente, permiten calcular indicadores promedio de la empresa del mismo

sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

### CUADRO N° 41

#### ÍNDICES FINANCIEROS DEL GRANDE PRODUCTOR

ÍNDICES DE LIQUIDEZ	Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{13706,51}{6511,00}$	2,11
	Prueba Acido	$\frac{\text{Activo Cte. - Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{13706,51 - 1960,00}{6511,00}$	1,8
ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD	Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{6145,52}{13500,00}$	46%
	Margen de Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{6858,50}{13500,00}$	51%
	Tasa de Crecimiento sobre la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{6145,52}{19435,51}$	32%
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	Razón de Patrimonio a Pasivo	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$	$\frac{19435,51}{6511,00}$	2,9%
	Razón de Pasivo a Activo	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$	$\frac{6511,00}{25946,51}$	25%

Fuente: Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias

Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

#### 3.3.8.1 Interpretación de los Índices Financieros

*Razón Corriente*, el resultado indica que por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el productor cuenta con 2,11 de respaldo en el activo corriente,

lo cual es un índice de liquidez a corto plazo muy aceptable, por lo que están cubiertas por activos corrientes que se esperan convertir en efectivo, en un período de tiempo igual o inferior, al de la madurez de las obligaciones corrientes.

**Prueba Acido**, este indicador muestra que por cada \$ 1.00 dólar que se debe en el pasivo corriente, se cuenta \$ 1,8 dólares respectivamente para su cancelación, sin necesidad de tener que acudir a la realización de los inventarios.

**Margen de Utilidad Neta**, el porcentaje de ventas es de 46%, lo que indica que hay una ganancia favorable para el productor en el cultivo de tagua.

**Margen de Utilidad Bruta**, la utilidad que nos queda por cada dólar de venta es de 51%, después que el productor pago sus productos.

**Tasa de Crecimiento sobre la Inversión**, la rentabilidad del patrimonio es del 32%, lo que indica que existió una leve disminución en la rentabilidad de la inversión del productor, esto probablemente originado por el incremento de las utilidades de la empresa.

**Razón de Patrimonio a Pasivo**, la empresa no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores es decir, en un porcentaje del 2,9% de su patrimonio no está comprometido con los acreedores.

**Razón de Pasivo a Activo**, se puede observar que el 25% de los activos está siendo financiado por los acreedores de corto y largo plazo.



### 3.4 Rentabilidad de los Tres Productores

CUADRO N° 42

#### ANÁLISIS HORIZONTAL

ÍNDICES		PROD. PEQUEÑO	PROD. MEDIANO	PROD. GRANDE	ANÁLISIS
<b>DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b>	1,6	2,92	2,11	Se puede observar que el productor pequeño por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el productor cuenta con \$ 1,6 de respaldo, mientras que el mediano productor cuenta con \$ 2,92 y el productor grande cuenta con \$ 2,11.
	<b>Prueba Acido</b>	1,2	2,54	1,8	Este indicador muestra que el productor pequeño por cada \$ 1.00 dólar que debe en el pasivo corriente, él cuenta \$ 1,2 dólares para su cancelación, por otro lado el mediano productor solo cuenta con \$2,54 y el productor grande cuenta con \$ 1,8 dólares.
<b>DE PRODUCTIVIDAD</b>	<b>Margen de Utilidad Neta</b>	40%	42%	46%	Para el productor pequeño el porcentaje de sus ventas es del 40%, mientras que para el productor mediano tiene el 42% y el productor grande tiene el 46%, estos corresponde la ganancia que los productores obtienen en la producción de la tagua.

	<b>Margen de Utilidad Bruta</b>	46%	49%	51%	Es visible que para el productor pequeño por cada dólar de ventas obtiene una utilidad 46%, mientras que productor mediano obtiene el 49% y el productor grande alcanza al 51%, porcentajes que son aceptables de acuerdo al tamaño de la producción.
	<b>Tasa de Crecimiento sobre la Inversión</b>	28%	28%	32%	El productor pequeño obtiene una rentabilidad del patrimonio del 28%, por otro lado el productor mediano su rentabilidad es del 28% y por último el productor grande alcanza una rentabilidad al 32%, debido a que tuvo una leve disminución en la rentabilidad de la inversión del productor.
<b>DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Razón de Patrimonio a Pasivo</b>	3,5%	4,2%	2,9%	Se puede apreciar que el pequeño productor no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores representado por el 3,5%, de igual manera para el productor mediano con un porcentaje al 4,2%, así mismo para el productor grande con el 2,9%.
	<b>Razón de Pasivo a Activo</b>	22%	19%	25%	En este indicador muestra que el productor pequeño financia el 22% de los activos por los acreedores a corto plazo, mientras que el productor mediano financia el 19% y por último el producto grande financia el 25%.



	<b>VAN</b>	5.352,79	11.565,11	17.977,91	Se puede apreciar que el VAN para el pequeño productor es de \$5.352,79; mientras que del productor mediano es de \$11.565,11 y el productor grande \$17.977,91 lo que demuestra que todos los productores obtienen una rentabilidad considerable en el transcurso de los cinco años proyectados.
	<b>TIR</b>	31,82%	34,88%	36,67%	Como se puede observar el productor pequeño tiene un TIR de 32%, el productor mediano el 35%, y por último el productor grande 37%, demostrando que cada uno de ellos tiene una producción viable dado que el porcentaje obtenido es mayor que la tasa de descuento.

**Fuente:** Índices financieros del pequeño, mediano y grande productor.

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucía.

### **3.5 Canales de Comercialización**

Los tres productores realizan la comercialización de forma indirecta ya que el productor sitúa su producto en el lugar y el tiempo determinado, lo realiza por medio de los intermediarios para poder obtener un mejor precio de su producto, la tagua se recolecta y se trabaja a nivel local, comunidades, centros poblados y familias, como parte de la cadena productiva y la expectativa de generar productos con valor agregado para una adecuada comercialización.

La comercialización lo realizan a nivel local, distribuye sus productos a los comerciantes que se dedican a elaborar artesanías provenientes de la tagua, otro flujo lo realizan a nivel nacional ya que esta producción va encaminado para la exportación.

Este producto se exporta durante todo el año, en la actualidad se exporta principalmente a países como Italia, Estados Unidos, Alemania, Japón, Corea y España. Nuestro país exporta la tagua en forma de animales (forma circular para producir los botones) las cuales son clasificadas de acuerdo a su tamaño y colocadas en sacos para la exportación. Estos contienen entre 45 y 80 kilos c/u.

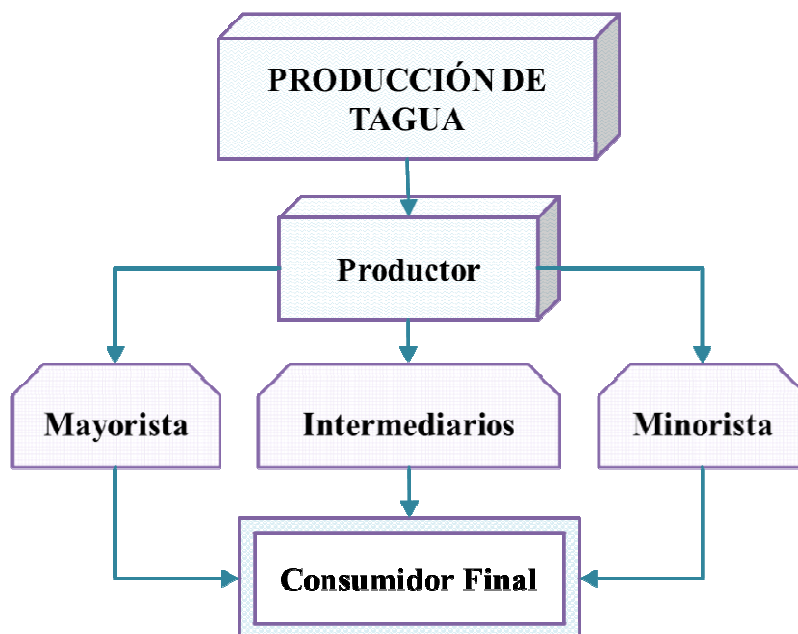
Los canales para productos de consumo popular son los siguientes:

1. Los productores minoristas venden su producto directamente a los comerciantes de artesanías evitando la existencia de intermediarios.
2. Los medianos y grandes productores venden la tagua a los intermediarios y estos a su vez la entregan a los comerciantes de artesanías por tal razón el producto llega a un precio mucho más elevado al consumidor final.

A continuación se muestra un patrón generalizado en cuanto a la estructura de los canales de distribución.

## GRÁFICO N° 49

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### 3.6 Tipos de Comercialización

La investigación aplicó una guía de observación para caracterizar los tipos de comercialización en base de variables como precio, publicidad, promoción y forma de pago

#### 3.6.1 Producto

En el estado natural, la tagua se parece a la nuez (llamada mococho), llena de pepas. Es una almendra de color blanco hueso, dura, lisa y opaca y con textura parecida a marfil. La nuez madura durante 6-12 meses, durante los cuales la semilla se endurece, adquiere un grosor final y su color cambia de blanco a ocre claro. La nuez madura tiene entre 3 y 6 cm de longitud.

### ***3.6.2 Precio***

El precio de la tagua depende de factores como el peso, además quien determina el precio es el mercado, en el mercado nacional se vende por quintales la pepa de tagua en bruto, comercializada de dos maneras:

- ✓ Pepa sin pelar USD 15 por cada quintal
- ✓ Pepa pelada USD 25 por cada quintal

### ***3.6.3 Servicio***

A medida que la competencia es cada vez mayor y los productos ofertados en el mercado son cada vez más variados, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes ya que ellos ya no sólo buscan buenos precios y productos de calidad, sino también, un buen servicio o atención al cliente, el producto debe estar en buen estado, con el fin que el cliente tenga el mejor producto.

### ***3.6.4 Plaza***

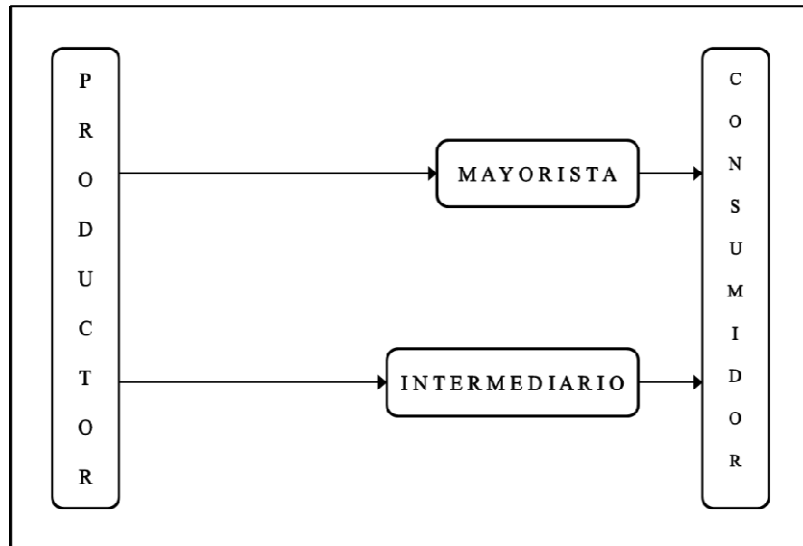
Es el lugar en el que se encuentra el producto desde los diferentes productores para que consumidor pueda adquirirlos.

## **3.7 Flujo de Comercialización**

El pequeño productor comercializa la tagua con canales indirectos a través de mayoristas e intermediarios.

## GRÁFICO 50

### CANALES INDIRECTOS DEL PEQUEÑO PRODUCTOR

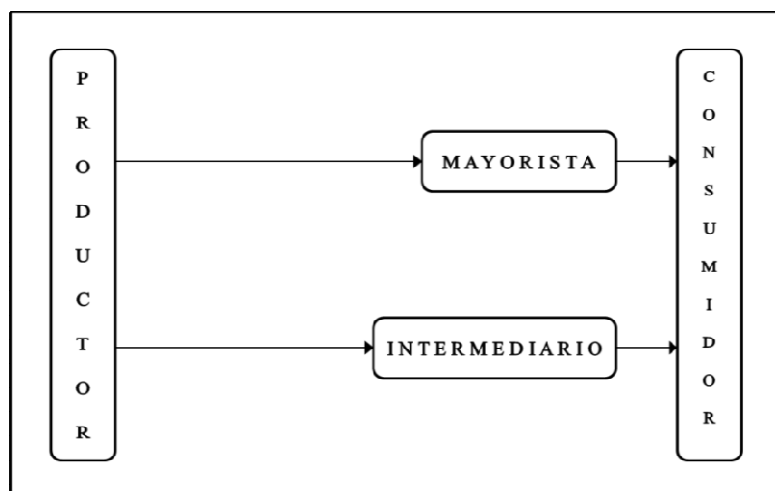


**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El mediano productor adopta los canales indirectos de distribución por cuanto comercializa el producto a mayorista e intermediarios

## GRÁFICO 51

### CANALES INDIRECTOS DEL PRODUCTOR MEDIANO

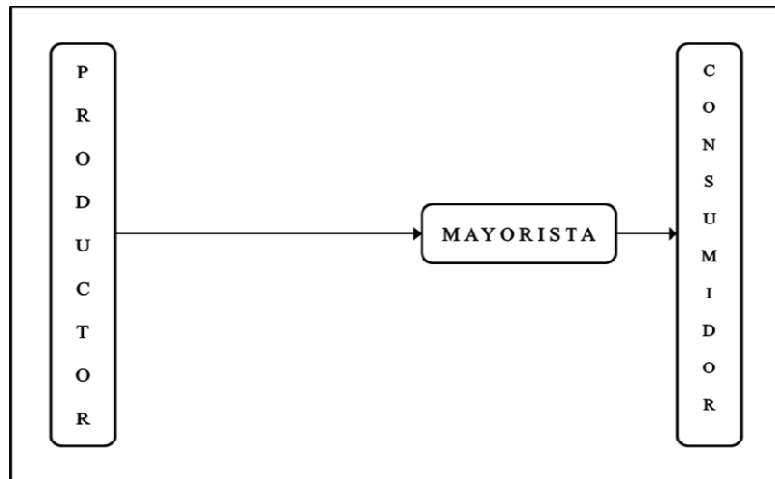


**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El grande productor adopta los canales indirectos de distribución dado que vende la tagua a mayoristas del mercado

## GRÁFICO 52

### CANALES INDIRECTOS DEL PRODUCTOR GRANDE



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

## **3.8 Comerciante Pequeño**

### ***3.8.1 Antecedentes***

El pequeño comerciante de tagua Alex Quispe, mantiene una actividad desde hace 4 años en el Cantón La Maná, con un espacio promedio de 5 m<sup>2</sup> para el proceso de producción artesanal y comercialización del producto, la persona antes mencionada es el único responsable de su negocio.

No dispone de crédito por ninguna entidad bancaria ya que no lo cree conveniente en su negocio, de igual manera manifiesta que cuenta con un ajustado mercado del cual se beneficia, goza de una apropiada infraestructura, pero no cuenta con nuevas herramientas y equipos o maquinarias para el manejo del negocio. La zona comerciante acoge la presencia de grandes competidores que desafía a estos medianos artesanos de tagua.

### ***3.8.2 Análisis FODA***

#### **FORTALEZAS**

- Disponibilidad del espacio
- Cuenta con recurso propios
- No requiere de créditos
- Conformidad con la infraestructura
- Profesional en la comercialización
- El precio lo designa el Comerciante
- Adopta canales directos e indirectos para la distribución

## **OPORTUNIDAD**

- Vinculación con la colectividad de las universidades
- Planes de desarrollo de gobiernos seccionales
- Gremios productivos

## **DEBILIDADES**

- Innovación de herramientas
- Falta del apoyo de Gobiernos seccionales
- No tiene publicidad
- No realiza promoción

## **AMENAZAS**

- Grandes competencias en el sector comercial
- Falta de apoyo de gobiernos seccionales
- Poco créditos de la banca nacional

### ***3.8.3 Flujograma de Estados Financieros del Pequeño Comerciante***

Para la ejecución de la propuesta es preciso seguir un proceso idóneo en la que va a permitir presentar una información clara, precisa y sistematizada de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua, que se puede apreciar en el siguiente gráfico.



### GRÁFICO N° 53

## FLUJOGRAMA DE ESTADOS FINANCIEROS DEL PEQUEÑO COMERCIANTE



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.8.4 Determinación de los Estados Financieros del Pequeño  
Comerciante**

**3.8.4.1 Estado de Situación Inicial**

**Empresa N° 1**

**Estado de Situación Inicial**

**Al 31 de Diciembre del 2010**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>1975,00</b>
	Caja	640,00	
	Inventario de materia prima directa	330,00	
	Inventario de productos en proceso	425,00	
	Inventario de productos terminados	580,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>752,00</b>
	Maquina pulidora	700,00	
	(-) Depreciación de máquina pulidora	-140,00	
	Muebles y equipos de oficina	240,00	
	(-) Depreciación de muebles y equipos de oficina	-48,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>2727,00</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		280,00
	Documentos por pagar		534,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>814,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		1913,00
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>1913,00</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>2727,00</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.8.4.2 Costos de Producción

#### Empresa N° 1

#### Costos de Producción

Al 31 de diciembre del 2011

<b>Inventario inicial de productos en proceso</b>		<b>425,00</b>
Materiales Directos	640,00	
Mano de Obra Directa	1440,00	
Costos Indirectos de Fabricación	570,00	
Costo de Productos del Periodo		2650,00
(=)Total de Productos en Proceso		3075,00
(-) Inventario Final de productos en proceso		425,00
<b>Costo de Producción</b>		<b>2650,00</b>
Inventario inicial de productos terminados		580,00
Productos disponibles para la venta		3230,00
(-) Inventario Final de productos terminados		580,00
<b>Costo de Producción</b>		<b>2650,00</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

**3.8.4.3 Estado de Resultados**

**Empresa N° 1**

**Estado de Resultado**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

**INGRESOS**

Ventas		4272,00
(-)Costo de Producción		2650,00
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>1622,00</b>
Gastos Operacionales		628,00
Gastos Administrativos	<b>548,00</b>	
Servicios Básicos	360,00	
Depreciación de máquina pulidora	140,00	
Depreciación de muebles y equipos de oficina	48,00	
Gastos de Venta		
Publicidad	<b>80,00</b>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>994,00</b>
Imprevistos 8%		79,52
<b>UTILIDAD DEL PERIODO</b>		<b>914,48</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.8.4.4 Balance General

**Empresa N° 1**  
**Balance General**  
**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>3599,16</b>
	Caja	776,28	
	Banco	1209,88	
	Cuentas por cobrar	80,00	
	Inventario de materia prima directa	528,00	
	Inventario de productos en proceso	425,00	
	Inventario de productos terminados	580,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>672,00</b>
	Maquina pulidora	400,00	
	(-) Depreciación de máquina pulidora	80,00	
	Muebles y equipos de oficina	240,00	
	(-) Depreciación de muebles y equipos de oficina	-48,00	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>4271,16</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		480,00
	Documentos por pagar		963,68
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>1443,68</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		1913,00
	Utilidad del Ejercicio		914,48
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>2827,48</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>4271,16</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.8.4.5 Flujo de Caja

#### Empresa N° 1

#### Flujo de Caja

Al 31 de Diciembre del 2011

DETALLE	Inversión	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>4272,00</b>	<b>4699,20</b>	<b>5169,12</b>	<b>5686,03</b>	<b>6254,64</b>
Ventas		4272,00	4699,20	5169,12	5686,03	6254,64
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>4272,00</b>	<b>4699,20</b>	<b>5169,12</b>	<b>5686,03</b>	<b>6254,64</b>
<b>EGRESOS</b>						
(-) Costo de producción		2650,00	2915,00	3206,50	3527,15	3879,87
(-) Gastos de administración		448,00	492,80	542,08	596,29	655,92
(-) Gastos de venta		80,00	88,00	96,80	106,48	117,13
(-) Inversión	-2727,00					
<b>(=) TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>-2727,00</b>	<b>3178,00</b>	<b>3495,80</b>	<b>3845,38</b>	<b>4229,92</b>	<b>4652,91</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-2727,00</b>	<b>1094,00</b>	<b>1203,40</b>	<b>1323,74</b>	<b>1456,11</b>	<b>1601,73</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>			<b>10%</b>			
<b>VAN</b>			<b>2245,73</b>			
<b>TIR</b>			<b>36,47%</b>			

.....  
GERENTE

.....  
CONTADOR

### 3.8.5 Flujo de Operación del Pequeño Comerciante

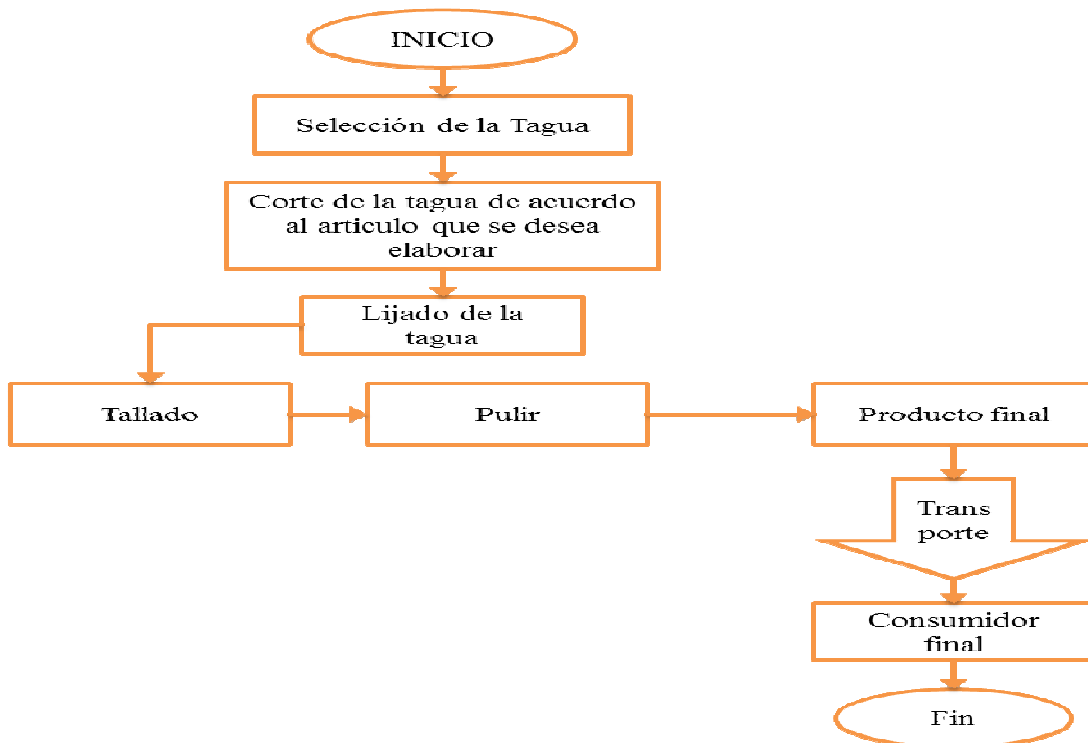
#### 3.8.5.1 Proceso de Producción del Pequeño Comerciante

El proceso de producción artesanal de la tagua constituye en unas series de actividades que varían según la etapa de proceso, el artesano de tagua fundamenta su trabajo en las siguientes actividades:

Selecciona la tagua, corte de la tagua de acuerdo al producto que se va a elaborar, lijado de la tagua, tallado, pulido, acabado final del producto, transporte para hacer llegar al consumidor final.

GRÁFICO N° 54

#### PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIANTE



Fuente: Pequeño Comerciante.

Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia

### **3.8.6 Indicadores Financieros**

#### **3.8.6.1 VAN**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. El resultado es de \$ 2245,73 para esto se tomo en cuenta la Tasa Mínima de Rendimiento que en la actualidad corresponde al 10% (inflación del productor 4,16%; inflación del consumidor 5,53%)

#### **3.8.6.2 TIR.**

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador de rentabilidad relativa de una inversión cuya función es la de igualar el valor actual de los gastos con el valor futuro de los ingresos previstos. El resultado es de 36,47%.

#### **3.8.6.3 Rentabilidad del Negocio Utilizando Inversión Propia**

Utilizando recursos propios la inversión total a aportar es de \$ 2.727,00 y se tendrá los siguientes índices para el periodo de 5 años:

Valor presente neto (VAN): \$ 2.245,73

Tasa interna de retorno (TIR): 36,47%

El VAN indica que tiene la proyección a 5 años tendrá una ganancia del \$ 2.245,73 dólares, esto libre de los gastos incurridos en el proceso, lo que significa que el negocio tiene mucha rentabilidad.

La tasa interna de retorno (TIR) indica que la inversión que se realizó al inicio de las actividades de la producción de tagua, retorna al finalizar el periodo generando grandes utilidades para el negocio ya que está representado por un porcentaje exuberante del 36,47%.



### 3.8.7 Índices Financieros

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas de los estados financieros, adicionalmente, permiten calcular indicadores promedio de la empresa del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

CUADRO N° 43

#### ÍNDICES FINANCIEROS DEL PEQUEÑO COMERCIANTE

ÍNDICES DE LIQUIDEZ	Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{3599,16}{1443,68}$	2,49
	Prueba Acido	$\frac{\text{Activo Cte. - Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{3599,16 - 1533,00}{1443,68}$	1,43
ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD	Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{914,48}{4272,00}$	21%
	Margen de Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{1622,00}{4272,00}$	38%
	Tasa de Crecimiento sobre la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{4272,00}{2827,48}$	1,5%
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	Razón de Patrimonio a Pasivo	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$	$\frac{2827,48}{1143,68}$	2,47%
	Razón de Pasivo a Activo	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$	$\frac{1143,68}{4271,16}$	27%

Fuente: Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias

Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### ***3.8.7.1 Interpretación de los Índices Financieros***

***Razón Corriente***, el resultado indica que por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el productor cuenta con 2,49 de respaldo en el activo corriente, lo cual es un índice de liquidez a corto plazo muy aceptable, por lo que están cubiertas por activos corrientes que se esperan convertir en efectivo, en un período de tiempo igual o inferior, al de la madurez de las obligaciones corrientes.

***Prueba Acido***, este indicador muestra que por cada \$ 1.00 dólar que se debe en el pasivo corriente, se cuenta \$ 1,43 dólares respectivamente para su cancelación, sin necesidad de tener que acudir a la realización de los inventarios.

***Margen de Utilidad Neta***, el porcentaje de ventas es de 21%, lo que indica que hay una ganancia favorable para el comerciante en la elaboración de artesanías de tagua.

***Margen de Utilidad Bruta***, la utilidad que nos queda por cada dólar de venta es de 38%, después que el comerciante pago sus productos.

***Tasa de Crecimiento sobre la Inversión***, la rentabilidad del patrimonio es del 1,5%, lo que indica que existió un gran aumento en la rentabilidad de la inversión del comerciante, esto probablemente originado por el incremento de las utilidades del negocio.

***Razón de Patrimonio a Pasivo***, la empresa no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores es decir, en un porcentaje del 2,47% de su patrimonio está comprometido con los acreedores.

***Razón de Pasivo a Activo***, se puede observar que el 27% de los activos está siendo financiado por los acreedores.

## **3.9 Comerciante Mediano**

### ***3.9.1 Antecedentes***

El mediano comerciante de tagua Juan Carlos Suatunce, cuenta con un periodo de 3 años ejerciendo la actividad, ubicado en Pucayacu con un portal de 10 m<sup>2</sup> para realizar el proceso de producción de artesanía y comercializar los productos, este negocio se conforma solo por el comerciante antes mencionado.

Maneja crédito con la Cooperativa Cacpeco acudiendo de maneja continua. Cuenta con asistencia técnica, de manera que necesita extender un mercado para el beneficio económico y también aumentar infraestructura adecuada. Los equipos y herramientas se encuentran en buen estado.

El mediano comerciante se encuentra expuesto a una mediana competencia por lo tanto debería aplicar estrategias para minimizar barreras. No se encuentran afiliados por ninguna organización, esto impide a una mejor ejecución del negocio, no han optado por acudir al apoyo de los gobiernos seccionales, de igual manera no reciben la colaboración de instituciones educativas que aporten con el desarrollo comercial.

### ***3.9.2 Análisis FODA***

#### **FORTALEZAS**

- Permanencia en el negocio
- Cuenta con espacio cómodo para la comercialización
- Tiene asistencia técnica
- Maquinarias y equipos en buen estado
- Realiza publicidad
- Realiza promociones
- El comerciante determina el precio
- Acoge mercado regional

## **OPORTUNIDADES**

- Usar créditos en entidades bancarias
- La cobranza es al contado y en efectivo

## **DEBILIDADES**

- Solicita créditos
- Requiere de ampliar el mercado
- Aumentar infraestructura
- Descuida la afiliación de artesanos
- No cuenta con el apoyo de los gobiernos seccionales

## **AMENAZAS**

- Grandes competencias en el sector comercial.
- Falta de apoyo de gobiernos seccionales.
- Poco crédito de la banca nacional.

### **3.9.3 Flujograma de Estados Financieros del Mediano Comerciante**

Para la ejecución de la propuesta es preciso seguir un proceso idóneo en la que va a permitir presentar una información clara, precisa y sistematizada de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua, que se puede apreciar en el siguiente gráfico.

## GRÁFICO N° 55

### FLUJOGRAMA DE ESTADOS FINANCIEROS DEL MEDIANO COMERCIANTE



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.9.4 Determinación de los Estados Financieros del Mediano  
Comerciante**

**3.9.4.1 Estado de Situación Inicial**

**Empresa N° 2**

**Estado de Situación Inicial**

**Al 31 de Diciembre del 2010**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>4019,00</b>
	Caja	490,00	
	Banco	742,00	
	Inventario de materia prima directa	825,00	
	Inventario de productos en proceso	1005,00	
	Inventario de productos terminados	957,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>1068,40</b>
	Maquina perform	900,00	
	(-) Depreciación de máquina perform	-90,00	
	Muebles y equipos de oficina	323,00	
	(-) Depreciación de muebles y equipos de oficina	-64,60	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>5087,40</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		630,00
	Documentos por pagar		934,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>1564,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		3523,40
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>3523,40</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>5087,40</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**

**3.9.4.2 Costos de Producción**

**Empresa N° 2**

**Costos de Producción**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>Inventario inicial de productos en proceso</b>		<b>1005,00</b>
Materiales Directos	888,00	
Mano de Obra Directa	2880,00	
Costos Indirectos de Fabricación	1070,00	
Costo de Productos del Periodo		4838,00
(=)Total de Productos en Proceso		5843,00
(-) Inventario Final de productos en proceso		1005,00
<b>Costo de Producción Terminada</b>		<b>4838,00</b>
Inventario inicial de productos terminados		957,00
Productos disponibles para la venta		5795,00
(-) Inventario Final de productos terminados		957,00
<b>Costo de Producción</b>		<b>4838,00</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**

### 3.9.4.3 Estado de Resultado

#### Empresa N° 2

#### Estado de Resultado

Al 31 de Diciembre del 2011

INGRESOS		
<b>Ventas</b>		<b>8640,00</b>
(-)Costo de Producción		4838,00
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>3802,00</b>
Gastos Operacionales		1954,60
Gastos Administrativos	<b>1774,60</b>	
Servicios Básicos	540,00	
Arriendo pagado	1080,00	
Depreciación de máquina pulidora	90,00	
Depreciación de muebles y equipos de oficina	64,60	
Gastos de Venta		
Publicidad	<b>180,00</b>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>1847,40</b>
Imprevistos 8%		147,79
<b>UTILIDAD DEL PERIODO</b>		<b>1699,61</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**



3.9.4.4 *Balance General*

**Empresa N° 2**

**Balance General**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>	
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>5707,80</b>
	Caja	532,00
	Banco	2160,80
	Cuentas por cobrar	150,00
	Inventario de materia prima directa	903,00
	Inventario de productos en proceso	1005,00
	Inventario de productos terminados	957,00
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>	<b>1068,40</b>
	Maquina perform	900,00
	(-) Depreciación de máquina perform	-90,00
	Muebles y equipos de oficina	323,00
	(-) Depreciación de muebles y equipos de oficina	-64,60
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>6776,20</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>	
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
	Cuentas por pagar	653,00
	Documentos por pagar	900,19
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>1553,19</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>	
	Capital Social	3523,40
	Utilidad del ejercicio	1699,61
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>5223,01</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>6776,20</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.9.4.5 Flujo de Caja

#### Empresa N° 2

#### Flujo de Caja

Al 31 de Diciembre del 2011

DETALLE	Inversión	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS OPERACIONALES		8640,00	9504,00	10454,40	11499,84	12649,82
Ventas		8640,00	9504,00	10454,40	11499,84	12649,82
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>8640,00</b>	<b>9504,00</b>	<b>10454,40</b>	<b>11499,84</b>	<b>12649,82</b>
EGRESOS						
(-) Costo de producción		4838,00	5321,80	5853,98	6439,38	7083,32
(-) Gastos de administración		1774,60	1952,06	2147,27	2361,99	2598,19
(-) Gastos de venta		180,00	198,00	217,80	239,58	263,54
(-) Inversión	-5087,40					
<b>(=) TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>-5087,40</b>	<b>6792,60</b>	<b>7471,86</b>	<b>8219,05</b>	<b>9040,95</b>	<b>9945,05</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-5087,40</b>	<b>1847,40</b>	<b>2032,14</b>	<b>2235,35</b>	<b>2458,89</b>	<b>3681,85</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>			<b>10%</b>			
<b>VAN</b>			<b>3916,56</b>			
<b>TIR</b>			<b>33,68%</b>			

.....  
GERENTE

.....  
CONTADOR

### 3.9.5 Flujo de Operación del Mediano Comerciante

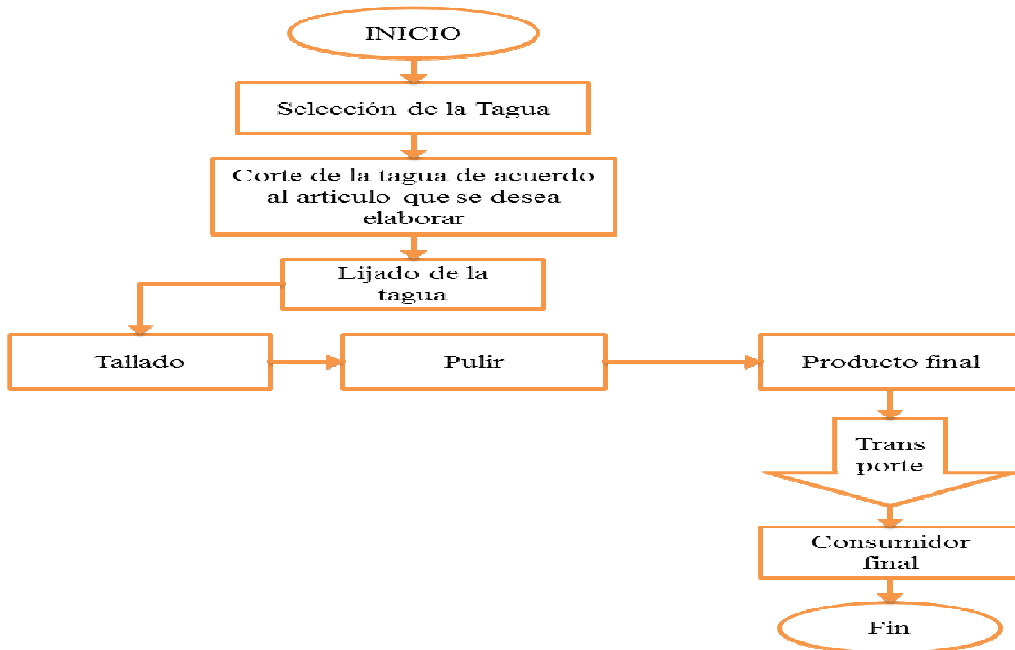
#### 3.9.5.1 Proceso de Producción del Mediano Comerciante

El proceso de producción artesanal de la tagua constituye en unas series de actividades que varían según la etapa de proceso, el artesano de tagua fundamenta su trabajo en las siguientes actividades:

Selecciona la tagua, corte de la tagua de acuerdo al producto que se va a elaborar, lijado de la tagua, tallado, pulido, acabado final del producto, transporte para hacer llegar al consumidor final.

GRÁFICO N° 56

#### PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL MEDIANO COMERCIANTE



Fuente: Mediano Comerciante.

Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia

### **3.9.6 Indicadores Financieros**

#### **3.9.6.1 VAN**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. El resultado es de \$ 3916,56 para lo cual se tomo en cuenta la Tasa Mínima de Rendimiento que en la actualidad corresponde al 10% (inflación del productor 4,16%; inflación del consumidor 5,53%).

#### **3.9.6.2 TIR**

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador de rentabilidad relativa de una inversión cuya función es la de igualar el valor actual de los gastos con el valor futuro de los ingresos previstos. El resultado es de 33,68%.

#### **3.9.6.3 Rentabilidad del Negocio Utilizando Inversión Propia**

Utilizando recursos propios la inversión tanto a aportar es de 5.087,40 y se tendrá los siguientes índices para el periodo de 5 años:

Valor presente neto (VAN): \$ 3916,56

Tasa interna de retorno (TIR): 33,68%

El VAN indica que tiene la proyección a 5 años tendrá una ganancia del \$ 3916,56 dólares, esto libre de los gastos incurridos en el proceso, lo que significa que el negocio tiene mucha rentabilidad.

La tasa interna de retorno (TIR) indica que la inversión que se realizó al inicio de las actividades de la producción de tagua, retorna al finalizar el periodo del generando grandes utilidades para el negocio ya que está representado por un porcentaje exuberante del 33,68%.

### 3.9.7 Índices Financieros

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas de los estados financieros, adicionalmente, permiten calcular indicadores promedio de la empresa del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

CUADRO N° 51

#### ÍNDICES FINANCIEROS DEL MEDIANO COMERCIANTE

ÍNDICES DE LIQUIDEZ	Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{5707,80}{1553,19}$	3,67
	Prueba Acido	$\frac{\text{Activo Cte. - Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{5707,80 - 2865,00}{1553,19}$	1,8
ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD	Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{1699,00}{8640,00}$	20%
	Margen de Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{3802,00}{8640,00}$	44%
	Tasa de Crecimiento sobre la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{8640,00}{5223,01}$	1,7%
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	Razón de Patrimonio a Pasivo	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$	$\frac{5223,01}{1553,19}$	3,4%
	Razón de Pasivo a Activo	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$	$\frac{1553,19}{6776,20}$	23%

Fuente: Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias

Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### ***3.9.7.1 Interpretación de los Índices Financieros***

***Razón Corriente***, el resultado indica que por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el productor cuenta con \$ 3,67 de respaldo en el activo corriente, lo cual es un índice de liquidez a corto plazo muy aceptable, por lo que están cubiertas por activos corrientes que se esperan convertir en efectivo, en un período de tiempo igual o inferior, al de la madurez de las obligaciones corrientes.

***Prueba Acido***, este indicador muestra que por cada \$ 1.00 dólar que se debe en el pasivo corriente, se cuenta \$ 1,8 dólares respectivamente para su cancelación, sin necesidad de tener que acudir a la realización de los inventaros.

***Margen de Utilidad Neta***, el porcentaje de ventas es de 20% lo que indica que hay una ganancia favorable para el comerciante de artesanías de tagua.

***Margen de Utilidad Bruta***, la utilidad que nos queda por cada dólar de venta es de 44% después que el productor pago sus productos.

***Tasa de Crecimiento sobre la Inversión***, la rentabilidad del patrimonio es del 33% lo que indica que existió un gran aumento en la rentabilidad de la inversión del productor, esto probablemente originado por el incremento de las utilidades de la empresa.

***Razón de Patrimonio a Pasivo***, la empresa no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores es decir, en un porcentaje del 3,4% de su patrimonio está comprometido con los acreedores.

***Razón de Pasivo a Activo***, se puede observar que el 23% de los activos está siendo financiado por los acreedores.

### ***3.10 Comerciante Grande***

#### ***3.10.1 Antecedentes***

Ricardo Acuario Araque propietario de la grande producción de tagua ha encaminado desde el año 2000, una trayectoria de 12 años en su negocio, identificando una ubicación en la calle Manabí y calle Quito, sus tierras tiene un promedio de 18 m<sup>2</sup> donde procesa la producción de su artesanía y comercializa sus productos al consumidor. Ricardo Acuario y una persona particular se encargan de la negociación.

Usan crédito del Banco Nacional de Fomento ya que requieren de estos para invertir en lo necesario, además tienen a favor asistencia técnica para la comercialización, espera y desea ampliar un mercado que les genere un incremento mucho mayor que el que perciben al mismo tiempo acudir a un aumento de infraestructura correcto.

#### ***3.10.2 Análisis FODA***

##### **FORTALEZAS**

- Larga trayectoria en el negocio
- Disponibilidad del espacio para la comercialización
- Posee asistencia técnica
- Afiliado a la asociación de artesanos
- Tiene publicidad
- Realiza promociones
- Canales directos de distribución

## **OPORTUNIDADES**

- Obtiene recursos de entidades financieras
- Obtiene la materia prima de manera directa con los productores de tagua
- Recauda dinero en efectivo y al contado

## **DEBILIDADES**

- Requiere ampliar el mercado
- Ampliar la infraestructura
- Innovación de herramientas y maquinarias
- Falta de publicidad
- Ausencia de promociones
- No cuenta en el apoyo de gobiernos seccionales
- Carencia de asistencia de instituciones educativas

## **AMENAZAS**

- Grandes competencias en el sector comercial
- Falta de apoyo de gobiernos seccionales
- Poco créditos de la banca nacional

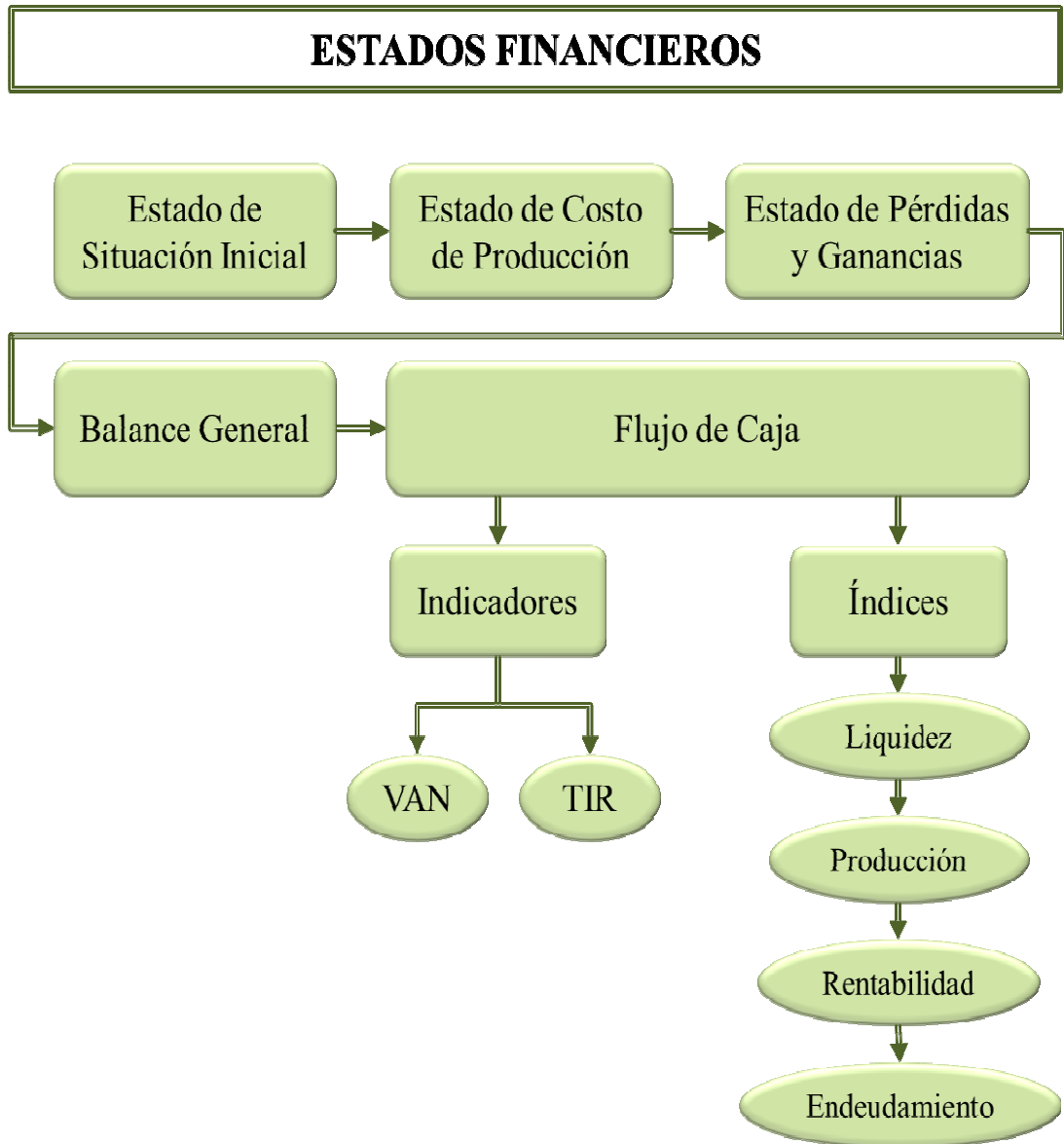
### **3.10.3 Flujograma de Estados Financieros del Grande Comerciantes**

Para la ejecución de la propuesta es preciso seguir un proceso idóneo en la que va a permitir presentar una información clara, precisa y sistematizada de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de La Tagua, que se puede apreciar en el siguiente gráfico.



GRÁFICO N° 57

FLUJOGRAMA DE ESTADOS FINANCIEROS DEL GRANDE  
COMERCIANTE



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

**3.10.4 Determinación de los Estados Financieros del Grande  
Comerciante**

**3.10.4.1 Estado de Situación Inicial**

**Empresa N° 3**

**Estado de Situación Inicial**

**Al 31 de Diciembre del 2010**

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>5182,00</b>
	Caja	690,00	
	Banco	962,00	
	Inventario de materia prima directa	1245,00	
	Inventario de productos en proceso	1215,00	
	Inventario de productos terminados	1070,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>2158,40</b>
	Maquina de rodela	1200,00	
	(-) Depreciación de máquina de rodela	-120,00	
	Equipo de computo	800,00	
	(-) Depreciación de equipo de computo	-160,00	
	Muebles y equipos de oficina	548,00	
	(-) Depreciación de muebles y equipos de oficina	-109,60	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>7340,40</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		970,00
	Documentos por pagar		1434,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>2404,00</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		4936,40
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>4936,40</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>7340,40</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**

**3.10.4.2 Costos de Producción**

**Empresa N° 3**

**Costo de Producción**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>Inventario inicial de productos en proceso</b>		<b>1215,00</b>
Materiales Directos	1924,50	
Mano de Obra Directa	3840,00	
Costos Indirectos de Fabricación	1655,00	
Costo de Productos del Periodo		7419,50
(=)Total de Productos en Proceso		8634,50
(-) Inventario Final de productos en proceso		1215,00
<b>Costo de Producción terminada</b>		<b>7419,50</b>
Inventario inicial de productos terminados		1070,00
Productos disponibles para la venta		8489,50
(-) Inventario Final de productos terminados		1070,00
<b>Costo de Producción</b>		<b>7419,50</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**

3.10.4.3 Estado de Resultados

**Empresa N° 3**

**Estado de Resultado**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

**INGRESOS**

Ventas	12780,00
(-)Costo de Producción	7419,70
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>5360,30</b>
Gastos Operacionales	2339,60
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>2129,60</b>
Servicios Básicos	720,00
Arriendo pagado	1020,00
Depreciación de máquina de rodela	120,00
Depreciación de equipo de computo	160,00
Depreciación de muebles y equipos de oficina	109,60
Gastos de Venta	
Publicidad	<b>210,00</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>3020,70</b>
Imprevistos 8%	241,66
<b>UTILIDAD DEL PERIODO</b>	<b>2779,04</b>

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.10.4.4 Balance General

#### Empresa N° 3

#### Balance General

Al 31 de Diciembre del 2011

<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>		
<b>1.1</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>8422,00</b>
	Caja	1790,00	
	Banco	2262,00	
	Cuentas por cobrar	400,00	
	Inventario de materia prima directa	1685,00	
	Inventario de productos en proceso	1215,00	
	Inventario de productos terminados	1070,00	
<b>1.2</b>	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>1.2.2</b>	<b>FIJO DEPRECIABLE</b>		<b>2158,40</b>
	Maquina de rodela	1200,00	
	(-) Depreciación de máquina de rodela	-120,00	
	Equipo de computo	800,00	
	(-) Depreciación de equipo de computo	-160,00	
	Muebles y equipos de oficina	548,00	
	(-) Depreciación de muebles y equipos de oficina	-109,60	
	<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>10580,40</b>
<b>2</b>	<b>PASIVOS</b>		
<b>2.1</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
	Cuentas por pagar		1030,96
	Documentos por pagar		1834,00
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b>		<b>2864,96</b>
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
	Capital Social		4936,40
	Utilidad del ejercicio		2779,04
	<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>7715,44</b>
	<b>TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>10580,40</b>

.....

**GERENTE**

.....

**CONTADOR**

**3.10.4.5 Flujo de Caja**

**Empresa N° 3**

**Flujo de Caja**

**Al 31 de Diciembre del 2011**

DETALLE	Inversión	AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS</b>						
OPERACIONALES		12780,00	14058,00	15463,80	17010,18	18711,20
Ventas		12780,00	14058,00	15463,80	17010,18	18711,20
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>12780,00</b>	<b>14058,00</b>	<b>15463,80</b>	<b>17010,18</b>	<b>18711,20</b>
<b>EGRESOS</b>						
(-) Costo de producción		7419,50	8161,45	8977,60	9875,35	10862,89
(-) Gastos administrativos		2129,60	2342,56	2576,82	2834,50	3117,95
(-) Gastos de venta		210,00	231,00	254,10	279,51	307,46
(-) Inversión	-7340,40					
<b>(=) TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>-7340,40</b>	<b>9759,10</b>	<b>10735,01</b>	<b>11808,51</b>	<b>12989,36</b>	<b>14288,30</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-7340,40</b>	<b>3020,90</b>	<b>3322,99</b>	<b>3655,29</b>	<b>4020,82</b>	<b>4281,85</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>				<b>10%</b>		
<b>VAN</b>				<b>6303,38</b>		
<b>TIR</b>				<b>37,62%</b>		

.....  
**GERENTE**

.....  
**CONTADOR**

### 3.10.5 Flujo de Operación del Comerciante Grande

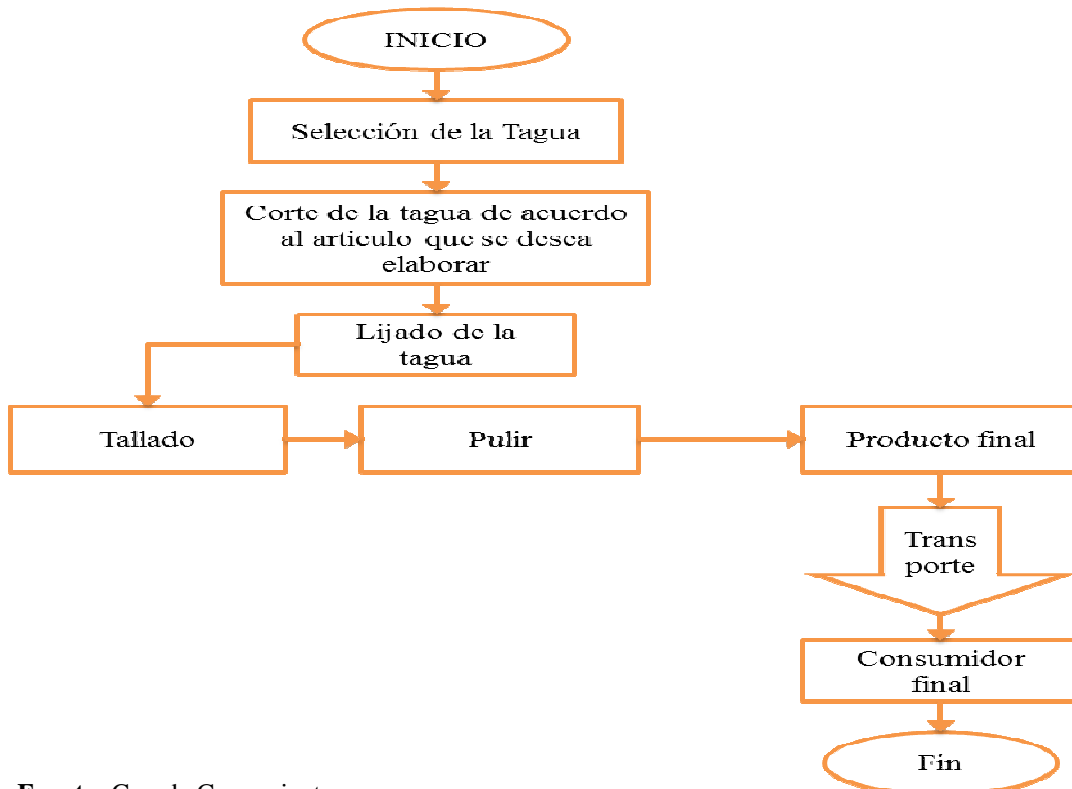
#### 3.10.5.1 Proceso de Producción del Comerciante Grande

El proceso de producción artesanal de la tagua constituye en unas series de actividades que varían según la etapa de proceso, el artesano de tagua fundamenta su trabajo en las siguientes actividades:

Selecciona la tagua, corte de la tagua de acuerdo al producto que se va a elaborar, lijado de la tagua, tallado, pulido, acabado final del producto, transporte para hacer llegar al consumidor final.

GRÁFICO N° 58

#### PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL COMERCIANTE GRANDE



**Fuente:** Grande Comerciante.

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia

### **3.10.6 Indicadores Financieros**

#### **3.10.6.1 VAN**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. El resultado es de \$ 6.303,38 para esto se tomo en cuenta la Tasa Mínima de Rendimiento que en la actualidad corresponde al 10% (inflación del productor 4,16%; inflación del consumidor 5,53%).

#### **3.10.6.2 TIR**

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador de rentabilidad relativa de una inversión cuya función es la de igualar el valor actual de los gastos con el valor futuro de los ingresos previstos. El resultado es de 37,62%.

#### **3.10.6.3 Rentabilidad del Negocio Utilizando Inversión Propia**

Utilizando recursos propios la inversión fija aportar es de \$ 7.340,00 y se tendrá los siguientes índices para el periodo de 5 años:

Valor presente neto (VAN): \$ 6.303,38

Tasa interna de retorno (TIR): 37,62%

El VAN indica que tiene la proyección a 5 años tendrá una ganancia del \$ 6.303,38 dólares, esto libre de los gastos incurridos en el proceso, lo que significa que el negocio tiene mucha rentabilidad.

La tasa interna de retorno (TIR) indica que la inversión que se realizó al inicio de las actividades de la producción de tagua, retorna al finalizar el periodo del generando grandes utilidades para el negocio ya que está representado por un porcentaje exuberante del 37,62%.



### 3.10.7 Índices Financieros

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas de los estados financieros, adicionalmente, permiten calcular indicadores promedio de la empresa del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

CUADRO N° 53

#### ÍNDICES FINANCIEROS DEL GRANDE COMERCIANTE

ÍNDICES DE LIQUIDEZ	Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{8422,00}{2862,00}$	2,94
	Prueba Acido	$\frac{\text{Activo Cte. - Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{8422,00 - 3970,00}{2862,00}$	1,6
ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD	Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{2779,04}{12780,00}$	22%
	Margen de Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	$\frac{5360,30}{12780,00}$	42%
	Tasa de Crecimiento sobre la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{12780,00}{7715,44}$	1,7%
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	Razón de Patrimonio a Pasivo	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$	$\frac{7715,44}{2864,96}$	2,7%
	Razón de Pasivo a Activo	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$	$\frac{2864,94}{10580,40}$	27%

Fuente: Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias

Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### ***3.10.7.1 Interpretación de los Índices Financieros***

***Razón Corriente***, el resultado indica que por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el productor cuenta con \$ 2,94 de respaldo en el activo corriente, lo cual es un índice de liquidez a corto plazo muy aceptable, por lo que están cubiertas por activos corrientes que se esperan convertir en efectivo, en un período de tiempo igual o inferior, al de la madurez de las obligaciones corrientes.

***Prueba Acido***, este indicador muestra que por cada \$ 1.00 dólar que se debe en el pasivo corriente, se cuenta \$ 1,6 dólares respectivamente para su cancelación, sin necesidad de tener que acudir a la realización de los inventaros.

***Margen de Utilidad Neta***, el porcentaje de ventas es de 22%, lo que indica que hay una ganancia favorable para el comerciante de artesanías elaboradas de tagua.

***Margen de Utilidad Bruta***, la utilidad que nos queda por cada dólar de venta es de 42%, después que el productor pago sus productos.

***Tasa de Crecimiento sobre la Inversión***, la rentabilidad del patrimonio es del 1,7%, lo que indica que existió un gran aumento en la rentabilidad de la inversión del productor, esto probablemente originado por el incremento de las utilidades de la empresa.

***Razón de Patrimonio a Pasivo***, la empresa no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores es decir, en un porcentaje del 2,7% de su patrimonio está comprometido con los acreedores.

***Razón de Pasivo a Activos***, se puede observar que el 27% de los activos está siendo financiado por los acreedores de corto y largo plazo.

### 3.11 Rentabilidad de los Tres Comerciantes

**CUADRO N° 46**  
**ANÁLISIS HORIZONTAL**

ÍNDICES		COM. PEQUEÑO	COM. MEDIANO	COM. GRANDE	ANÁLISIS
<b>DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b>	2,49	3,67	2,94	Se puede observar que el comerciante pequeño por cada \$ 1,00 dólar que tiene los pasivos corrientes, el comerciante cuenta con \$ 2,49 de respaldo, mientras que el mediano comerciante solo cuenta con \$ 3,67 y el productor grande cuenta con \$ 2,94
	<b>Prueba Acido</b>	1,43	1,80	1,60	Este indicador muestra que el comerciante pequeño por cada \$ 1.00 dólar que debe en el pasivo corriente, él cuenta \$ 1,43 dólares para su cancelación, por otro lado el mediano comerciante solo cuenta con \$ 1,80 y el comerciante grande cuenta con \$ 1,60 dólares.
<b>DE PRODUCTIVIDAD</b>	<b>Margen de Utilidad Neta</b>	21%	20%	22%	Para el comerciante pequeño el porcentaje de sus ventas es del 21%, mientras que para el comerciante mediano tiene el 20% y el comerciante grande tiene el 22%, esto corresponde la ganancia que los comerciantes obtienen en la elaboración de productos d Tagua.
	<b>Margen de Utilidad Bruta</b>	38%	44%	42%	Es visible que para el comerciante pequeño por cada dólar de ventas obtiene una utilidad 38%, mientras que el comerciante mediano obtiene el 44% y el comerciante grande alanza al 42%, porcentajes que son aceptables de acurdo al tamaño de la producción.

	<b>Tasa de Crecimiento sobre la Inversión</b>	1,5%	1,7%	1,7%	El comerciante pequeño obtiene una rentabilidad del patrimonio del 1,5%, por otro lado el comerciante mediano su rentabilidad es del 1,7% y por último el comerciante grande alcanza una rentabilidad al 1,7%, debido a que tuvo una leve disminución en la rentabilidad de la inversión del comerciante.
<b>DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Razón de Patrimonio a Pasivo</b>	2,5%	3,4%	2,7%	Se puede apreciar que el pequeño comerciante no presenta un nivel de endeudamiento con sus acreedores representado por el 2,5%, de igual manera para el comerciante mediano con un porcentaje al 3,4%, así mismo para el comerciante grande con el 2,7%.
	<b>Razón de Pasivo a Activo</b>	27%	23%	27 %	En este indicador muestra que el comerciante pequeño financia el 27% de los activos por los acreedores a corto plazo, mientras que el comerciante mediano financia el 23% y por último el comerciante grande financia el 27%.
	<b>VAN</b>	\$2.245,73	\$ 3.916,56	\$ 6.303,38	De acuerdo a los resultados arrojados se pueden determinar los siguientes valores para cada uno de los comerciantes estudiados, pequeño \$2.245,73, mediano \$3.916,56 y grande \$6.303,38.
	<b>TIR</b>	36%	34%	38%	En base al trabajo realizado podemos observar que el pequeño comerciante obtiene una TIR del 36% mientras que el mediano un 34% y el grande un 38% siendo satisfactorio para la duración del proyecto.

**Fuente:** Índices financieros de los pequeños, medianos y grandes Comerciantes.

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia

### 3.12 Canales de Comercialización

Esta industria se desarrolla tanto en la costa como en la sierra ecuatoriana, con habilidad artística y preparación, los artesanos realizan el tallado y la confección de figuras en miniatura de la fauna ecuatoriana, llaveros, aretes, pulseras, cadenas, fichas de ajedrez; pipas, entre otras, estas artesanías elaboradas manualmente son comercializadas y reconocidas en todo el mundo por su encantadora belleza

El principal destino de este producto semielaborado es sin lugar a dudas Italia, sede de los principales diseñadores de alta costura, con una participación de más del 50% del total de las exportaciones. En total, los discos de tagua son enviados a más de 25 países de distintos continentes.

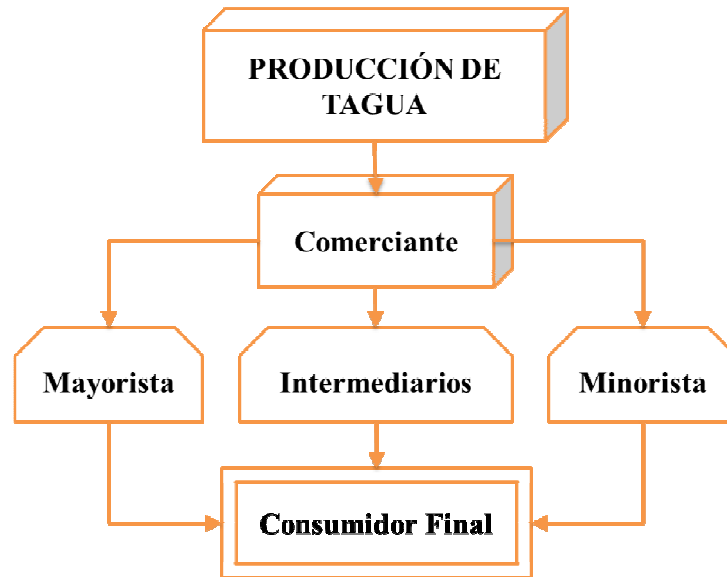
Los canales de distribución son los siguientes:

1. Los comerciantes pequeños tallan la tagua y elaboran las diferentes figuras y las venden en las diferentes plazas del Cantón.
2. Los comerciantes medianos como cuentan con mayor número de artesanías elaboradas de tagua entregan a intermediarios y estos a su vez la distribuyen a los diferentes mercados.
3. Los comerciantes grandes trasladan sus artesanías fuera del Cantón donde ya poseen intermediarios quienes compran toda la producción, estos a su vez la entregan a los comerciantes minoristas y finalmente llega a manos del consumidor final.

Por lo general se realiza la comercialización directa e indirecta, ya que el comerciante hace llegar sus productos directamente al consumidor final y también trabaja con intermediarios. Para mejor ilustración se muestra en el siguiente gráfico.

## GRÁFICO N° 59

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### 3.13 Tipos de Comercialización

En la comercialización de los productos elaborados procedentes de la tagua se lo realiza de una manera estratégica en la que el mismo comerciante se encarga de ofertar su producto, además como se trata de un producto de buena calidad los compradores proceden a la compra por la diversidad y variedad que el comerciante posee de sus artesanías y/o bisuterías

La investigación aplicó una guía de observación para caracterizar los tipos de comercialización en base de variables como precio, publicidad, promoción y forma de pago.

### ***3.13.1 Producto***

Para elaborar las artesanías, los frutos deben secarse al sol por un período de 1 a 3 meses, luego del cual habrán endurecido lo suficiente para ser trabajados.

Adicionalmente, los agricultores aprovechan otras partes de la planta, tales como las raíces para medicinas, el tallo para fabricar el piso de las viviendas y las hojas para cubrir las casas, las artesanías, de muy variadas formas y tamaños, son muy cotizadas en el mercado nacional e internacional.

### ***3.13.2 Precio***

El precio lo determina el comerciante. Además este varía según la forma y el tamaño en que se presenta el producto.

Estas variaciones que originan en la producción dan movimientos en los precios de alzas y/o bajas según los volúmenes ofrecidos y demandados que va desde 0.50 ctvs. a 5,00 dólar por cada joya y en artesanías desde puede llegar a costar hasta los \$ 20.00 dólares aproximadamente.

### ***3.13.3 Servicio***

En base a la trayectoria que tiene el comerciante en la que es reconocido por sus clientes ya que mantiene un excelente servicio al cliente.

Además busca optimizar el proceso de diseño, crear nuevos modelos y obtener un proceso productivo más eficiente y mejorar el sistema de comercialización en términos de calidad y presentación.

### 3.13.4 Plaza

En este lugar se encuentra el producto desde las diferentes comunidades para que el comprador pueda adquirir y distribuir a los diferentes sectores.

## 3.14 Flujo de Comercialización

El pequeño comerciante hace llegar el producto de manera directa al consumidor final y también de manera indirecta a través de intermediarios.

### GRÁFICO 60

#### CANALES DIRECTOS DEL PEQUEÑO COMERCIANTE

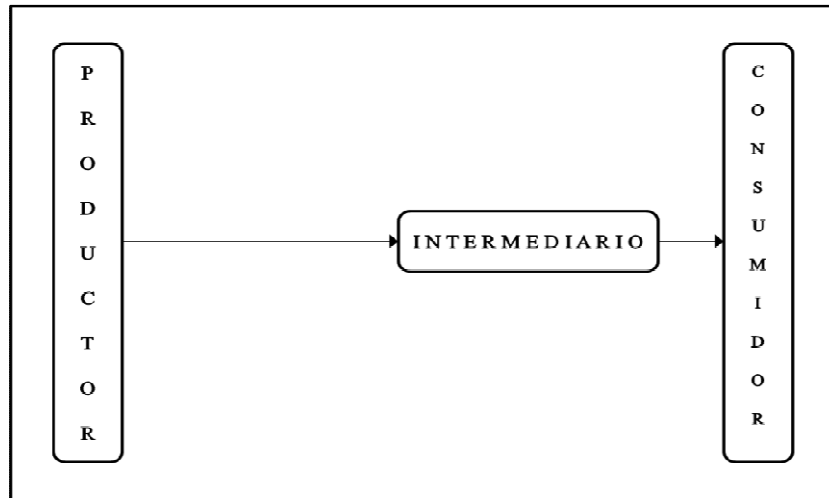


Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.



## GRÁFICO N ° 61

### CANALES INDIRECTOS DEL PEQUEÑO COMERCIANTE

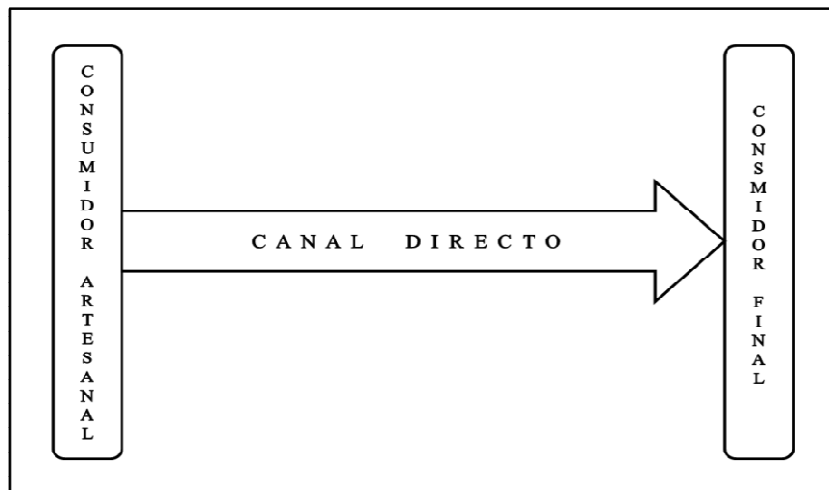


Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El mediano comerciante adopta los canales directos de distribución.

## GRÁFICO 62

### CANALES DIRECTOS DEL MEDIANO COMERCIANTE

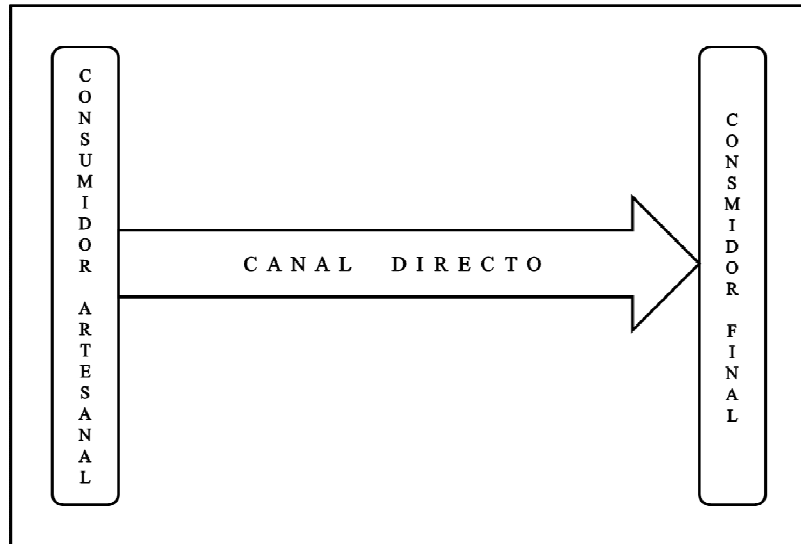


Realizado por: Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El grande comerciante adopta los canales directos de distribución.

### GRÁFICO 63

#### CANALES DIRECTOS DEL GRANDE COMERCIANTE



**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

### **3.15 Impacto de la Economía en el Cantón La Maná**

El Cantón La Maná posee una economía definida de producción agrícola y pecuaria para el auto-consumo y también para el mercado provincial y nacional. Además tiene una población de 42.200 habitantes, destacando que el índice de crecimiento en relación a los otros censos es de 1000 personas por año.

El sector artesanal es uno de los principales beneficiarios puesto que en tagua existen talleres de los cuales pueden participar los artesanos los mismos que con su iniciativa y creatividad plasman en cada pieza ese valor agregado que motiva al comerciante a seguir desempeñando su labor la que es reconocida con un salario justo y creando las condiciones necesarias para tengan un ambiente laboral agradable, estable y seguro.

La tagua se ha convertido en un renglón económico para el Cantón La Maná, ha sido utilizada para la manufactura de artesanías y joyas elaboradas de este producto, el mismo que ha ganado establecerse en el mercado local.

Tanto los Productores y Comerciantes de la tagua han generado ingresos económicos aceptables, la misma que ha dado lugar a la generación de fuentes de empleo y el fomento dinámico de divisas. Las utilidades obtenidas por las familias vinculadas al negocio de la tagua son utilizadas en el día a día en diferentes actividades productivas que aportan significativamente a la economía del sector.

Se destaca que tales utilidades permiten atender necesidades de alimentación en un 37%, salud en el 16%, educación en el 21%, vivienda en un 5% y desarrollo del propio negocio en un 21%.

Las familias indicadas también consideran que la economía actual en el Cantón La Maná es aceptable en un 50% mientras que es regular para el resto del 50%.

## **4. Conclusiones y Recomendaciones**

### **4.1 Conclusiones**

- Los productores y comerciantes de tagua en su mayoría no conocen que es un estudio de producción, comercialización y rentabilidad de la tagua.
- Según la investigación realizada los productores y comerciantes tienen muchas debilidades que no les permiten, un desarrollo productivo adecuado, dado que ellos tienen un único ingreso que es la venta de la tagua, para poder así cubrir requerimientos de gastos familiares, sean estos de alimentación, salud, vivienda, educación y desarrollo propio del negocio, lo cual satisface la tranquilidad de sus miembros.
- Los productores venden a los mayoristas, estos a su vez hacen llegar la tagua al consumidor final; el estado del producto vendido es tagua con valor agregado, el mismo que posee una calidad excelente, no se hace publicidad ni promoción, aplican precios de mercado. La negociación tiene una forma de pago solo en efectivo.
- Los productores y comerciantes no cuentan con estados financieros elaborados adecuada y organizadamente por lo que no se puede realizar un análisis histórico de su crecimiento.

### **4.2 Recomendaciones**

- Seguir con estudios de producción, comercialización y rentabilidad de productos y servicios de las diferentes áreas productivas del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi y el país en general.

- Es de mucha importancia que los resultados hallados se informen. Las debilidades deben ser fortalecidas a través de planes de mejoras que pueden ser asociadas a los planes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Para que así tanto los productores y comerciantes mejoren su calidad de vida.
- Los comerciantes deberían encontrar opciones viables para mantener y aumentar la rentabilidad de tagua, ya sea como materia prima o como productos elaborados de tagua.
- Los productores y comerciantes deberían realizar sus estados financieros de manera constante porque de esta manera se puede determinar la utilidad obtenida en cada uno de los periodos.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARBOLEDA, Germán. *Proyectos*. Segunda Edición. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana S.A., 2009. 593 p. ISBN: 958-964-850-9.

ARTUÑO Mariano. *Marketing mix* [En línea]. [s.n.]. [Ecuador]: [ref. de 18 de diciembre del 2010]. Consultado el 20 de noviembre del 2012. Disponible en web: <http://www.slideshare.net/marianoog/marketing-mix>

BACA, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana S.A., 2007. 339 p. ISBN: 970-100-746-8.

BARIOGLIO, Carlos. *Diccionario de las Ciencias Agropecuarias*. Primera Edición. Argentina: Encuentro Grupo Editor, 2007. 496 p. ISBN: 987-230-224-3.

CASE Karl. *Principios de economía*. Cuarta Edición. México: Prentice Hispanoamérica, S.A., 2008. 616 p. ISBN: 968-880-874-1.

CASTRILLÓN, Jaime. *Costos para gerenciar servicios agrícolas*. Tercera Edición. Colombia: Universidad del norte, 2010. 150p. ISBN: 978-958-741-049-5

DAFT, Richard. *Administración*. Sexta Edición. México: Internacional Thompson Editores S.A., 2004. 782 p. ISBN: 970-686-390-7.

ENCARNACIÓN, María. *Gestión comercial y Servicios de atención al cliente*. Primera Edición. España: Thompson Editores Spain, 2007. 267 p. ISBN: 849-732-265-7.

FABIO, Héctor. *Agricultura Alternativa*. Bogotá, Colombia. 2009. ISBN: 958-8233-13-5

GODOY, Emiliano. *Diccionario de Ecología*. Primera Edición. Argentina: Valleta Ediciones, 2007. 334 p. ISBN: 950-743-254-X.

GUERRA, Guillermo. *Manual de Administración de Empresas Agropecuaria*. Segunda Edición. San José, Costa Rica.: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. 2007. 553 p. ISBN: 92-9039-181-2.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Décima Edición. España: Pearson Educación S.A., 2008. 758 p. ISBN: 842-054-198-2.

KOTTER, James; HESKETT, James, *Cultura de Empresa y Rentabilidad*. Ediciones Díaz de Santos S.A. España Madrid, 2009. ISBN: 84-7078-197-1

LAMB, Charles; HAIR, Joseph; McDaniel, Carl. *Marketing*. Octava Edición. México: Thompson Learning, 2007. 746 p. ISBN: 970-686-547-0.

LINDEGARD, Eugenia; GALVEZ, Gerardo. *Enciclopedia del Empresario*. Primera Edición. España: MMII Editorial Océano, 2008. 1004 p. ISBN: 954- 951-152-0.

LONGENECKER, Justin; MOORE, Carlos; PETTY, William; POLICH, Leslie. *Administración de pequeñas empresas*. Décima tercera edición. México: International Thomson Editores S.A., 2007. 546 p. ISBN: 910-10-0456-8.

MACKENZIE, Davis; MASTEN, Susan. *Ingeniería y Ciencias Ambientales*. Primera Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana S.A., 2007. 750 p. ISBN: 970-104-978-0.

MAQUEDA, Javier; LLAGUNO, José. *Marketing Estratégico para Empresas de Servicios*. Primera Edición. España: Ediciones Diaz de Santos, S.A. 2007. 532 p. ISBN: 84-7978-190-4

MARKIIW, Gregory. *Principios de la economía*. Cuarta Edición. España: Paraninfo, 2007. 629 p. ISBN: 10-84-9732-534-6.

MCCONNEL, Brue. *Introducción a la macroeconomía*. Tercera Edición. Mexico: Editores Plaza y Valdes, 2007. ISBN: 970-722-256-5.

MÉNDEZ, Milena. *Producción y Costos* [en línea]. Argentina. [Ref. Noviembre del 2010]. Consultado el 10 de Diciembre del 2012. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Produccion-y-Costos/1099690.html>

MIRANDA, Juan. *Gestión de proyectos*. Cuarta Edición. Colombia: MM Editores, 2008. 438 p. ISBN: 958-96227-0-4.

MONROY, Néstor; HOOFF, Bart; SAER, Alex. *Producción Más Amplia*. Primera Edición. Colombia: Terranova Editores Ltda., 2008. 280 p. ISBN: 978-958-652-724-9.

MOTT, Robertl; GONZALEZ, Virgilio. *Diseño de Elementos de Máquina*. Cuarta Edición. Colombia: Pearson Educación, 2007. 944 p. ISBN: 970-260-812-0.

NICHOLSON, Walter. *Teoría Microeconómica. Principios Básicos de Aplicaciones*. Novena edición. México: Editores CENGAGE Learning, 2007. 674 p. ISBN: 970-686-548-9.

OSPINA, Julio; ALDANA Héctor. *Administración y Mercadeo Agropecuario*. Primera Edición. Colombia: Terranova Editores, Ltda., 2008. 304 p. ISBN: 958-9271-27-8.

PEDERSON, Carlton; *Economía*. WRIGHT, Milburn; WEITZ, Barton. *Venta Principios y Métodos*. Séptima Edición. Argentina: El Ateneo, 2008. 410 p. ISBN: 950-023-595-1.



PINTO, Bernardo; MACHUCA Marta; VISCARRI Jesús. *Los pilares del marketing*. Primera Edición. España: Ediciones UPC. 2010. 115 p. ISBN: 978-84-9880-346-4

SAMUELSON, Paúl; NORDHOUS, William. *Economía*. Decimoctava Edición. España: Mc Graw Hill Interamericana S.A., 2006. 753 p. ISBN: 970-10-5381-8.

SAPAG, Nassir; SAPAG, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Cuarta Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana de Editores S.A., 2008. 439 p. ISBN: 970-104-248-4

SAPAG, Nassir; SAPAG, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quinta Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana de Editores S.A., 2008. 445 p. ISBN: 956-278-206-9.

SERNA, Humberto. *La Gestión Empresarial*. Primera Edición. Colombia: Editorial Legis. S.A., 2008. 348 p. ISBN: 958-653-028-0.

SOLOZANO, Robert. *Costos fijos y variables* [En línea]. Venezuela, Valle de la Pascua. [Ref. Agosto del 2011]. Consultado el 05 de Diciembre del 2012. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Produccion-y-Costos/1099690.html>

STANTON, William; ETZEL, Michael; WALKER, Bruce. *Fundamentos del Marketing*. Décima Tercera Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana, 2004. 764 p. ISBN: 970-1-3825-8.

VALLEJO, Héctor; VELASCO, Birmania. *Proyectos de inversión*. Primera Edición. Ecuador: Universidad Técnica Estatal de Quevedo, 2007. 225 p.

VIZCARRA, José. *Diccionario de Economía*. Primera Edición. México: Grupo Editorial Patria, 2007, 374 p. ISBN: 978-970-817-071-0.

WARREN, Carl; REEVE, James. *Contabilidad Financiera*. Séptima Edición. México: International Thomson Editores S.A., 2007. 652 p. ISBN: 902-245-312-4.

ZAPATA, Pedro. *Contabilidad de costos*. Primera Edición. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana S.A., 2007. 495 p. ISBN: 962-465-0378-10.

ZORRILLA, Santiago. *Cómo aprender economía, conceptos básicos*. Editorial Limusa, Grupo Noriega Editores. México, D.F. 2007. ISBN: 968-18-1612-925.1

ZULUAGA, Ramiro. *Creación Consolidación de Empresas*. Primera Edición. Colombia: Ecoe Ediciones Ltda., 2007. 734 p. ISBN: 978-858-648-509-8.

## 6. Anexos

### ANEXO 1

#### Encuesta Realizada a los Productores



#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

#### SEDE LA MANÁ

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Tagua y su relación con la Economía del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, Año 2011.

#### Encuestas Dirigida a los Productores de Tagua.

Identidad del Encuestado.

Genero

Edad

N° de miembros

Lugar

El objetivo del trabajo es recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre la producción, comercialización, rentabilidad de la tagua y temáticas importantes que serán de gran utilidad para el análisis de mercado y diseño técnico comercial del estudio.

### CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted sobre la producción y comercialización de la Tagua?

Si

No

2.- ¿Está de acuerdo con la realización de un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua y su relación con la economía del Cantón La Maná?

Si

No

3.- ¿Qué causas o razones cree usted que no han permitido la realización de un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua?

Poco interés de autoridades

Recursos escasos

Poca organización comunitaria

4.- ¿Cuáles son los aspectos de su vida cotidiana que atiende con las utilidades del negocio de productos elaborados con Tagua?

Alimentación

Salud

Educación

Vivienda

5.- ¿Cómo considera usted la economía actual del Cantón La Maná?

Muy Buena

Buena

Regular

6.- ¿Cuál es la inversión inicial del negocio en dólares?

1000 – 10000

10001 – 20000

7.- ¿La tierra para la producción de tagua es?

Propia

8.- ¿La tagua que comercializa proviene de?

Producción Propia

9.- ¿Cuántos años lleva en las actividades de la producción de Tagua?

1 – 3

4 – 7

8 – 10

Más de 10

10.- ¿De qué manera comercializa la producción de Tagua?

Sin procesar

Tagua con valor agregado

11.- Califique la calidad del producto que cultiva.

Excelente

Buena

12.- ¿Qué cantidad de quintales de Tagua genera por cada producción?

11 – 20

21 – 40

41 – 60

Más de 60

13.- ¿Cuántas personas colaboran en su trabajo?

1 - 3

4 – 6

S/R

14.- ¿Quiénes son sus principales compradores?

Mayoristas

Intermediarios

15.- ¿Señale las cantidades y costo unitario de herramientas y materiales que utiliza para la producción de Tagua?

Machete   
Carretilla   
Sacos   
Abonos no orgánico qq.

16.- ¿Qué precio de venta aplica por cada quintal producido de Tagua?

16 – 20

17.- ¿Cuál es el costo en dólares por la venta de una producción de Tagua?

51 – 100   
101 – 200   
201 – 500

18.- ¿Cuál es el margen de utilidad del negocio?

31 – 40   
41 – 50

19.- ¿Aplica Contabilidad en el negocio?

Si   
No

20.- ¿Le gustaría que mediante el desarrollo del estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la tagua aporte con estrategias de mejoramiento para su negocio?

Si   
No

Se agrádesse la colaboración y por su información se garantiza absoluta reserva.

La Maná, Agosto del 2011.

## ANEXO 2

### Encuesta Realizada a los Comerciantes



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

### SEDE LA MANÁ

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Tagua y su relación con la Economía del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, Año 2011.

#### Encuestas Dirigida a los Comerciantes de Tagua.

Identidad del Encuestado.

Genero

Edad

N° de miembros

Lugar

El objetivo del trabajo es recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre la producción, comercialización, rentabilidad de la tagua y temáticas importantes que serán de gran utilidad para el análisis de mercado y diseño técnico comercial del estudio.

### CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted sobre la producción y comercialización de la Tagua?

Si

No

2.- ¿Está de acuerdo con la realización de un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua y su relación con la economía del Cantón La Maná?

Si   
No

3.- ¿Qué causas o razones cree usted que no han permitido la realización de un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua?

Poco interés de autoridades   
Pocos profesionales especializados   
Ausencia de capacitación   
Recursos escasos   
Poca organización comunitaria

4.- ¿Cuáles son los aspectos de su vida cotidiana que atiende con las utilidades del negocio de productos elaborados con Tagua?

Alimentación   
Salud   
Educación   
Vivienda   
Negocios

5.- ¿Cómo considera usted la economía actual del Cantón La Maná?

Buena   
Regular

6.- ¿Cuál es la inversión inicial del negocio en dólares?

5000 – 10000   
10001 – 30000   
30001 – 50000   
Más de 50000



7.- ¿La Tagua que utiliza proviene de?

Producción Propia

Compra a otros Productores

8.- ¿Cuántos años lleva en las actividades comerciales de la producción de Tagua?

1 – 3

4 – 7

8 – 10

Más de 10

9.- ¿Cada qué tiempo realiza nuevas artesanías de Tagua?

8 días

15 días

30 días

Más de 30 días

10.- ¿Indique los tipos de artesanía que elabora, cantidad por producción, costo unitario, y precio de venta?

Adornos

Aretes

Anillos

Pulseras

Cadenas

Otros

11.- ¿De qué forma realiza los productos de Tagua?

Manual

Maquinarias

12.- ¿A qué tipo de mercado se destina la artesanía de Tagua?

- Local
- Regional
- Nacional
- Internacional

13.- ¿De qué forma comercializa las artesanías de Tagua?

- Individual
- Familiar
- Intermediarios

14.- ¿Cuál es el margen de utilidad del negocio?

- 5-10
- 21-30
- 31-40
- Más de 50

15.- ¿Aplica Contabilidad en el negocio?

- Si
- No

16.- ¿Le gustaría que mediante el desarrollo del estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de la Tagua aporte con estrategias de mejoramiento para su negocio?

- Si
- No

Se agrádesese la colaboración y por su información se garantiza absoluta reserva.

La Maná, Agosto del 2011.

### ANEXO 3

#### Datos del Productor Grande

#### Correspondiente al Estado de Situación Inicial Producción de Tagua (Productor Grande)

##### Activos Disponibles

Bancos:

<b>Banco:</b> Banco Nacional de Fomento.	<b>2500,00</b>
<b>Cantidad:</b> Dos mil quinientos dólares <sup>00</sup> /100	

**Cuentas por Cobrar:** Son créditos a favor del empresario, es decir un crédito que tiene que cobrarlo.

CANTIDAD DE TAGUA POR QUINTAL	DETALLE DE CUENTAS POR COBRAR	PRECIO POR CADA QUINTAL	PRECIO TOTAL
10	Sr. Alberto García	\$ 15,00	\$ 150,00
20	Sr. Galo Espinoza	\$ 15,00	\$ 300,00
4	Sra. Azucena Cárdenas	\$ 15,00	\$ 60,00
<b>VALOR TOTAL CUENTAS POR COBRAR</b>			<b>\$ 510,00</b>

##### Inventario:

Semillas:

CANTIDAD	QUINTALES DE TAGUA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
120	Semillas de Tagua	\$ 15,00	\$ 1800,00
<b>VALOR TOTAL SEMILLAS</b>			<b>\$ 1800,00</b>

**Fertilizantes:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE FERTILIZANTES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
25	Soluble en agua	\$ 6,00	\$ 150,00
24	Granulado	\$ 4,50	\$ 108,00
25	Líquido	\$ 4,00	\$ 100,00
20	Nitrógeno	\$ 6,80	\$ 136,00
25	Fósforo	\$ 6,50	\$ 162,50
20	Potasio	\$ 6,00	\$ 120,00
<b>VALOR TOTAL FERTILIZANTES</b>			<b>\$ 776,50</b>

**Herramientas:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1250	Sacos	0,80	\$ 1.000,00
32	Machetes	4,00	\$ 128,00
10 (Rollos, carretes)	Piolas	25,00	\$ 250,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE HERRAMIENTAS</b>			<b>\$ 1.378,00</b>

**Mano de obra indirecta:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>ASESORAMIENTO AGRÍCOLA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Planificación y seguimiento de cultivos y semilleros	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Presupuestación y coordinación de labores	\$ 110,00	\$ 110,00
1	Seguros de cultivos o rotaciones	\$ 140,00	\$ 140,00
1	Control de siembra	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Control de cosecha	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Diseño y gestión de sistemas de riego	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>VALOR TOTAL DE ASESORAMIENTO AGRÍCOLA</b>			<b>530,00</b>

**Correspondiente al Estado de Resultados Producción de Tagua  
(Productor Grande)**

**Ingresos:**

<b>CANTIDAD DE QUINTALES DE TAGUA</b>	<b>DETALLE DE VENTAS NETAS</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>VALOR VENTAS ANUALES</b>
900	Ventas Netas	\$ 15,00	\$13.500,00
<b>VALOR TOTAL VENTAS NETAS</b>			<b>\$13.860,00</b>

**Mano de Obra:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MANO DE OBRA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Sueldos y Salarios	\$272,00	\$ 3264,00
<b>VALOR TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 3264,00</b>

**Correspondiente al Estado de Flujo de Caja Producción de Tagua  
(Productor Grande)**

**EGRESOS**

**Gasto de Administración:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Servicios Básicos	\$ 8,50	\$ 102,00
	<b>VALOR TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 102,00</b>

## ANEXO 4

### Datos del Productor Mediano

#### Estado de Situación Inicial Producción de Tagua (Mediano Productor)

##### Activos:

##### Bancos:

<b>Banco:</b> Banco Nacional de Fomento.	<b>1100,00</b>
<b>Cantidad:</b> Quinientos Dólares <sup>oo</sup> /100	

Cuentas por Cobrar: Son Créditos a favor del empresario, es decir un crédito que tiene que cobrarlo.

<b>CANTIDAD DE TAGUA POR QUINTAL</b>	<b>DETALLE DE CUENTAS POR COBRAR</b>	<b>PRECIO POR CADA QUINTAL</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
8	Sr. Patricio Cunuhay	\$ 18,00	\$ 144,00
20	Sra. Maria Guanotuña	\$ 18,00	\$ 360,00
	<b>VALOR TOTAL CUENTAS POR COBRAR</b>		<b>\$ 500,00</b>

##### Inventarios de Vegetación

##### Semillas:

<b>CANTIDAD</b>	<b>QUINTALES DE TAGUA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
67	Semillas de Tagua	\$ 15,00	\$ 1005,00
	<b>VALOR TOTAL SEMILLAS</b>		<b>\$ 1005,00</b>

**Fertilizantes:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE FERTILIZANTES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
15	Soluble en agua	\$ 4,00	\$ 60,00
15	Granulado	\$ 4,00	\$ 60,00
15	Líquido	\$ 3,00	\$ 45,00
15	Nitrógeno	\$ 3,00	\$ 45,00
15	Fósforo	\$ 3,00	\$ 45,00
15	Potasio	\$ 3,00	\$ 45,00
<b>VALOR TOTAL FERTILIZANTES</b>			<b>\$ 300,00</b>

**Herramientas:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
625	Sacos	\$ 0,80	\$ 500,00
10	Machetes	\$ 5,00	\$ 50,00
5 (Rollo, carretes)	Piolas	\$ 20,00	\$ 100,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE HERRAMIENTAS</b>			<b>\$ 650,00</b>

**Estado de Resultados Producción de Tagua (Mediano Productor)****Ingresos:**

<b>QUINTALES DE TAGUA</b>	<b>VENTAS NETAS</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>VENTAS ANUALES</b>
588	Ventas Netas	\$ 15,00	\$ 8820,00
<b>VALOR TOTAL VENTAS NETAS</b>			<b>\$ 8820,00</b>



**Mano de Obra:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>MANO DE OBRA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Sueldos y Salarios	\$ 260,00	\$ 3120,00
	<b>VALOR TOTAL MANO DE OBRA</b>		<b>\$ 3120,00</b>

**Estado de Flujo de Caja Producción de Tagua (Mediano Productor)****Egresos:**

Gasto de Administración:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Servicios Básicos	\$ 4,50	\$ 54,00
	<b>VALOR TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 54,00</b>

## ANEXO 5

### Datos del Productor Pequeño

#### Estado de Situación Inicial Producción de Tagua (Pequeño Productor)

##### Activos:

Bancos:

<b>Banco:</b> Banco Nacional de Fomento.	
<b>Cantidad:</b> Doscientos Dólares º/100	650,00

##### Inventarios De Vegetación:

##### Semillas:

CANTIDAD	QUINTALES DE TAGUA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
34	Semillas de Tagua	\$ 15,00	\$ 510,00
	<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$ 510,00</b>

##### Fertilizantes:

CANTIDAD	DETALLE DE FERTILIZANTES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
10	Soluble en agua	\$ 3,00	\$ 30,00
10	Líquido	\$ 3,00	\$ 30,00
10	Nitrógeno	\$ 3,00	\$ 30,00
10	Fósforo	\$ 3,00	\$ 30,00
10	Potasio	\$ 3,00	\$ 30,00
	<b>VALOR TOTAL FERTILIZANTES</b>		<b>\$ 150,00</b>

**Herramientas:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
500	Sacos	\$ 0,50	\$ 250,00
10	Machetes	\$ 5,00	\$ 50,00
2 ½ (Rollo)	Piolas	\$ 20,00	\$ 50,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE HERRAMIENTAS</b>			<b>\$ 350,00</b>

**Estado de Resultados Producción de Tagua (Pequeño Productor)****Ingresos:**

<b>QUINTALES DE TAGUA</b>	<b>DETALLE DE VENTAS NETAS</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>VALOR VENTAS ANUALES</b>
298	Ventas Netas	\$ 15,00	\$ 4470,00
<b>VALOR TOTAL VENTAS NETAS</b>			<b>\$ 4470,00</b>

**Materia Prima:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE COSTO DE MATERIALES USADOS (MATERIA PRIMA)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
154	Tagua en Semilla	\$ 1,50	\$ 231,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 231,00</b>

**Mano de Obra:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MANO DE OBRA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Sueldos y Salarios	\$ 140,00	\$ 1680,00
<b>VALOR TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 1680,00</b>

**Estado de Flujo de Caja Producción de Tagua (Pequeño Productor)**

**Egresos:**

Gasto de Administración:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Servicios Básicos	\$ 2,50	\$ 30,00
<b>VALOR TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 30,00</b>

## ANEXO 6

### Datos del Comerciante Grande

Correspondiente al Estado de Situación Inicial Producción de Tagua  
(Grandes Comerciantes)

#### Activos Inventarios:

#### Inventarios de Producción Terminada:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN TERMINADA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
150	Adornos	\$ 1,50	\$ 225,00
90	Aretes	\$ 1,50	\$ 135,00
200	Anillos	\$ 1,00	\$ 200,00
260	Pulseras	\$ 1,00	\$ 260,00
250	Cadenas	\$ 1,00	\$ 250,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN TERMINADA</b>			<b>\$1.070,00</b>

#### Inventarios de Producción Proceso:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN PROCESO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
250	Adornos	\$ 1,50	\$ 375,00
200	Aretes	\$ 1,50	\$ 300,00
160	Anillos	\$ 1,00	\$ 160,00
180	Pulseras	\$ 1,00	\$ 180,00
200	Cadenas	\$ 1,00	\$ 200,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN PROCESO</b>			<b>\$1.215,00</b>

**Inventarios de Materia Prima:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
83 Quintales	Tagua Seca	\$15,00 c/qq	\$ 1.245,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA</b>			<b>\$ 1.245,00</b>

**Activos Perdurables:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MAQUINARIAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Máquina para hacer rodela	\$ 1.200,00	\$1.200,00
3	Vitrinas	\$ 100,00	\$300,00
2	Ventilador	70,00	140,00
1	Celular	80,00	80,00
1	Calculadora	28,00	28,00
1	Equipo de computo	800,00	800,00
<b>VALOR TOTAL MAQUINARIAS</b>			<b>\$2.548,00</b>

**MATERIALES DIRECTOS**

<b>CANTIDAD</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
78 Quintales	Tagua Seca	\$15,00 c/qq	\$ 1.170,00
6 (Rollos)	Piolas	\$ 35,00	\$ 210,00
8 (Carretes )	Hilos	\$ 15,00	\$ 120,00
3050	Ganchos	\$ 0,05	\$ 152,50
68 (Rollos)	Elásticos	\$ 4,00	\$ 272,00
<b>TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS</b>			<b>\$ 1.924,50</b>

**Herramientas:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
250	Pinzas	\$ 2,50	\$ 625,00
120	Alicates	\$ 2,50	\$ 300,00
40	Siliconas (Grandes)	\$ 5,00	\$ 200,00
56	Gomas	\$ 5,00	\$ 280,00
25	Sierras	\$ 10,00	\$ 250,00
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>\$ 1.655,00</b>

**Mano de Obra:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MANO DE OBRA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Sueldos y Salarios	\$320,00	\$3.840,00
<b>VALOR TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$3.840,00</b>

**Correspondiente al Balance General Producción de Tagua (Grandes Comerciantes)**

**Activos:**

Bancos:

<b>Banco:</b> Banco Nacional de Fomento.	<b>2.262,00</b>
<b>Cantidad:</b> Mil Dólares °/100	

Cuentas por Cobrar: Son Créditos a favor del empresario, es decir un crédito que tiene que cobrarlo.

<b>CANTIDAD DE ARTESANÍAS</b>	<b>DETALLE DE CUENTAS POR COBRAR</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
40	Sr. Álvaro Ortega (Adornos)	\$ 1,50	\$ 60,00
40	Sra. Juliana Contreras (Aretes)	\$ 1,50	\$ 60,00
80	Sra. Dixi Cabrera (Anillos)	\$ 1,00	\$ 80,00
100	Srta. Miriam Coello (Pulseras)	\$ 1,00	\$ 100,00
100	Srta. Cecilia Onofre (Cadenas)	\$ 1,00	\$ 100,00
<b>VALOR TOTAL CUENTAS POR COBRAR</b>			<b>\$ 400,00</b>

**Correspondiente al Estado de Resultados Producción de Tagua (Grandes Comerciantes)**

**Ingresos:**

<b>TIPOS ARTESANÍAS</b>	<b>CANT. MENSUAL</b>	<b>COST. UNITARIO</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>VALOR VENTAS MENSUALES</b>	<b>VALOR VENTAS ANUALES</b>
Adornos	190	\$ 1,20	\$ 1,50	\$ 285,00	\$ 3.420,00
Aretes	160	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Anillos	200	\$ 0,90	\$ 1,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Pulseras	180	\$ 0,80	\$ 1,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Cadenas	160	\$ 0,90	\$ 1,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
<b>VALOR TOTAL VENTAS NETAS</b>				<b>\$ 1.065,00</b>	<b>\$ 12.780,00</b>



**Correspondiente al Estado de Flujo de Caja Producción de Tagua (Grandes Comerciantes)**

**Egresos:**

Gasto de Administración:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Servicios Básicos	\$ 60,00	\$ 60,00
<b>VALOR TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 720,00</b>

## ANEXO 7

### Datos del Comerciante Mediano

#### Estado de Situación Inicial Producción de Tagua (Medianos Comerciantes)

##### Activos Inventarios:

##### Inventarios de Producción Terminada:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN TERMINADA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
103	Adornos	\$ 3,00	\$ 309,00
120	Aretes	\$ 1,50	\$ 180,00
60	Anillos	\$ 2,00	\$ 120,00
100	Pulseras	\$ 2,50	\$ 250,00
28	Cadenas	\$ 3,50	\$ 98,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN TERMINADA</b>			<b>\$ 957,00</b>

##### Inventarios de Producción Proceso:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN PROCESO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
147	Adornos	\$ 3,00	\$ 441,00
136	Aretes	\$ 1,50	\$ 204,00
70	Anillos	\$ 2,00	\$ 140,00
60	Pulseras	\$ 2,50	\$ 150,00
20	Cadenas	\$ 3,50	\$ 70,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN PROCESO</b>			<b>\$1.005,00</b>

**Inventarios de Materia Prima:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
55 Quintales	Tagua Seca	\$15,00 c/qq	\$ 825,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA</b>			<b>\$ 825,00</b>

**Activos Perdurables:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MAQUINARIAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Máquina para hacer Formas	\$900,00	\$ 900,00
2	Vitrinas	\$ 100,00	\$200,00
1	Ventilador	60,00	60,00
1	Celular	35,00	35,00
1	Calculadora	28,00	28,00
<b>VALOR TOTAL MAQUINARIAS</b>			<b>\$1.223,00</b>

**Materiales directos:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE MATERIALES USADOS (MATERIA PRIMA)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
55 Quintales	Tagua Seca	\$15,00 c/qq	\$ 330,00
6 (Rollos)	Piolas	\$ 30,00	\$ 180,00
15 (Carretes )	Hilos	\$ 10,00	\$ 150,00
1600	Ganchos	\$ 0,05	\$ 80,00
37 (Rollos)	Elásticos	\$ 4,00	\$ 148,00
<b>TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS</b>			<b>\$ 888,00</b>

**Herramientas:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
180	Pinzas	\$ 2,50	\$ 450,00
80	Alicates	\$ 2,75	\$ 220,00
50	Siliconas (Pequeñas)	\$ 3,00	\$ 150,00
50	Gomas	\$ 2,00	\$ 100,00
15	Sierras	\$ 10,00	\$ 150,00
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>\$ 1070,00</b>

**Mano de Obra:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MANO DE OBRA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Sueldos y Salarios	\$240,00	\$ 2880,00
<b>VALOR TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$2.880,00</b>

**Balance General Producción de Tagua (Medianos Comerciantes)****Activos:****Bancos:**

<b>Banco:</b> Banco Nacional de Fomento.	<b>2.160,80</b>
<b>Cantidad:</b> Quinientos Dólares º/100	

Cuentas por Cobrar: Son Créditos a favor del empresario, es decir un crédito que tiene que cobrarlo.

<b>CANTIDAD DE ARTESANÍAS</b>	<b>DETALLE DE CUENTAS POR COBRAR</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
10	Sr. Álvaro Ortega (Adornos)	\$ 3,00	\$ 30,00
20	Sra. Juliana Contreras (Aretes)	\$ 1,50	\$ 30,00
15	Sra. Dixi Cabrera (Anillos)	\$ 2,00	\$ 30,00
10	Srta. Miriam Coello (Pulseras)	\$ 2,50	\$ 25,00
10	Srta. Cecilia Onofre (Cadenas)	\$ 3,50	\$ 35,00
<b>VALOR TOTAL CUENTAS POR COBRAR</b>			<b>\$ 150,00</b>

### **Estado de Resultados Producción de Tagua (Medianos Comerciantes)**

#### **Ingresos:**

<b>TIPOS ARTESANÍAS</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>VALOR VENTAS MENSUALES</b>	<b>VALOR VENTAS ANUALES</b>
Adornos	45	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 135,00	\$ 1.620,00
Aretes	80	\$ 0,50	\$ 1,50	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Anillos	75	\$ 0,75	\$ 2,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Pulseras	70	\$ 1,50	\$ 2,50	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Cadenas	40	\$ 2,00	\$ 3,50	\$ 140,00	\$ 1.680,00
<b>VALOR TOTAL VENTAS NETAS</b>				<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 8.640,00</b>

**Estado de Flujo de Caja Producción de Tagua (Medianos Comerciantes)**

**Egresos:**

Gasto de Administración:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Servicios Básicos	\$ 45	\$ 540,00
<b>VALOR TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 540,00</b>

## ANEXO 8

### Datos del Comerciante Pequeño

#### Estado de Situación Inicial (Pequeños Comerciantes)

##### Activos Inventarios:

##### Inventarios de Producción Terminada:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN TERMINADA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
30	Adornos	\$ 5,00	\$ 150,00
100	Aretes	\$ 1,00	\$ 100,00
100	Anillos	\$ 1,00	\$ 100,00
100	Pulseras	\$ 1,50	\$ 150,00
80	Cadenas	\$ 1,00	\$ 80,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN TERMINADA</b>			<b>\$ 580,00</b>

##### Inventarios de Producción Proceso:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN PROCESO</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
10	Adornos	\$ 5,00	\$ 50,00
150	Aretes	\$ 1,00	\$ 150,00
150	Anillos	\$ 1,00	\$ 150,00
50	Pulseras	\$ 1,50	\$ 75,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE PRODUCCIÓN PROCESO</b>			<b>\$ 425,00</b>

**Inventarios de Materia Prima:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
22 Quintales	Tagua Seca	\$15,00 c/qq	\$ 330,00
<b>VALOR TOTAL INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA</b>			<b>\$ 330,00</b>

**Activos Perdurables:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MAQUINARIAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Máquina Pulidora	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Equipos de Oficina (Vitrina)	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Mesa	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>VALOR TOTAL MAQUINARIAS</b>			<b>\$ 940,00</b>

**MATERIALES DIRECTOS**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE MATERIALES USADOS (MATERIA PRIMA)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
22 Quintales	Tagua Seca	\$15,00 c/qq	\$ 330,00
5 (Rollo)	Piolas	\$ 10,00	\$ 50,00
10 (Carretes)	Hilos	\$ 10,00	\$ 100,00
1200	Ganchos	\$ 0,05	\$ 60,00
20 (Rollo)	Elásticos	\$ 5,00	\$ 100,00
<b>TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS</b>			<b>\$640,00</b>



**Herramientas:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE HERRAMIENTAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
120	Pinzas	\$ 2,50	\$ 300,00
60	Alicates	\$ 2,50	\$ 150,00
10	Siliconas (Pequeñas)	\$ 3,00	\$ 30,00
5	Gomas	\$ 2,00	\$ 10,00
8	Sierras	\$ 10,00	\$ 80,00
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>\$ 570,00</b>

**Mano de Obra:**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE MANO DE OBRA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Sueldos y Salarios	\$120,00	\$ 1440,00
<b>VALOR TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 1440,00</b>

**Balance General Producción de Tagua (Pequeños Comerciantes)****Activos:**

Bancos:

<b>Banco:</b> Banco Nacional de Fomento.	<b>1429,40</b>
<b>Cantidad:</b> Trescientos Dólares <sup>00</sup> /100	

Cuentas por Cobrar: Son Créditos a favor del empresario, es decir un crédito que tiene que cobrarlo.

<b>CANTIDAD DE ARTESANÍAS</b>	<b>DETALLE DE CUENTAS POR COBRAR</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
2	Sr. Álvaro Ortega (Adornos)	\$ 5,00	\$ 10,00
20	Sra. Juliana Contreras (Aretes)	\$ 1,00	\$ 20,00
20	Sra. Dixi Cabrera (Anillos)	\$ 1,00	\$ 20,00
20	Srta. Miriam Coello (Pulseras)	\$ 1,50	\$ 30,00
<b>VALOR TOTAL CUENTAS POR COBRAR</b>			<b>\$ 80,00</b>

### **Estado de Resultados Producción de Tagua (Pequeños Comerciantes)**

#### **Ingresos:**

<b>TIPOS ARTESANÍAS</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>VALOR VENTAS MENSUALES</b>	<b>VALOR VENTAS ANUALES</b>
Adornos	30	\$ 3,00	\$ 4,50	\$ 135,00	\$ 1.944,00
Aretes	32	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Anillos	62	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 62,00	\$ 960,00
Pulseras	38	\$ 1,00	\$ 1,50	\$ 57,00	\$ 684,00
Cadenas	70	\$ 0,80	\$ 1,00	\$ 70,00	\$ 1.080,00
<b>VALOR TOTAL VENTAS NETAS</b>				<b>\$ 356,00</b>	<b>\$ 4.272,00</b>

**Estado de Flujo de Caja Producción de Tagua (Pequeños Comerciantes)**

**Egresos:**

Gasto de Administración:

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
12 (Meses)	Servicios Básicos	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>VALOR TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>\$ 360,00</b>

## ANEXO 9

### Características de la Comercialización Productores

#### Pequeño Productor

Características observadas				
Determinación del precio	Productor <input type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Otros <input checked="" type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input checked="" type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El precio del producto es determinado tomando en cuenta el precio actual del mercado, no realizan publicidad ni promociones y las ventas se efectúan en efectivo

#### Mediano Productor

Características observadas				
Determinación del precio	Productor <input type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input checked="" type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input checked="" type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

Al igual que el pequeño productor, el precio del producto es determinado tomando en cuenta el precio actual del mercado, no realizan publicidad ni promociones y las ventas se efectúan en efectivo.

### Grande Productor

Características observadas				
Determinación del precio	Productor <input type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input checked="" type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input checked="" type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El precio del producto es determinado tomando en cuenta el precio actual del mercado, no realizan publicidad ni promociones y las ventas se efectúan en efectivo

Los consumidores son comerciantes que compran el producto para la elaboración de artesanías

## ANEXO 9

### Características de la Comercialización Comerciantes

#### Pequeño Comerciante

Características observadas				
Determinación del precio	Productor <input checked="" type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input checked="" type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input checked="" type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El precio del producto es determinado por el propio productor, no realizan publicidad ni promociones y las ventas se efectúan en efectivo

#### Mediano Comerciante

Características observadas				
Determinación del precio	Productor <input checked="" type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input checked="" type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input checked="" type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El precio del producto es determinado por el propio productor, casi siempre realizan publicidad y promociones y las ventas se efectúan en efectivo

### Grande Comerciante

Características observadas				
Determinación del precio	Productor <input checked="" type="checkbox"/>	Comprador <input type="checkbox"/>	Mercado <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de publicidad	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input checked="" type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Realización de promoción	Siempre <input type="checkbox"/>	Casi siempre <input checked="" type="checkbox"/>	De repente <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
Forma de pago	Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Crédito <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

**Realizado por:** Albarracín Pacheco Diana Lucia.

El precio del producto es determinado por el propio productor, casi siempre realizan publicidad y promociones y las ventas se efectúan en efectivo