



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
EXTENSIÓN LA MANÁ

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS.**

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

**“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL
CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) 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:

Molina Mayorga Jenny Raquel.

Directora de Tesis:

Ing. Albarrasín Reinoso Marilín Vanesa.

La Maná – Ecuador

Diciembre, 2012.

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación. **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”** así como el contenido, ideas, análisis, conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad de la auditora.

.....

MOLINA MAYORGA JENNY RAQUEL.

C.I. 050330233-3

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directora del trabajo de investigación sobre el tema: **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”** de Molina Mayorga Jenny Raquel, postulantes de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requisitos metodológicos y aportes científico-técnicos e investigativos, suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis 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. Albarrasín Reinoso Marilín 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 Molina Mayorga Jenny Raquel, con el Título de Tesis. **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) 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. Viviana Cando.
PRESIDENTE

.....
Eco. Carmen Ulloa.
MIEMBRO

.....
Msc. Enry Medina.
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, mi eterna gratitud por permitirme llegar hasta este punto de mi vida con su incondicional apoyo. Por su enorme sacrificio para que pueda acceder a mejores oportunidades en mi vida. Por estar siempre pendientes de mi bienestar y de que alcance las metas que me permitirán crecer como persona, a la Directora de Tesis la Ing. Marlín Albarrasín, quien con su paciencia, enseñanza me oriento y guio en esta tesis con esfuerzo y dedicación en el desarrollo del trabajo investigativo.

DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo y sacrificio a Dios, mi único hijo Antony, padres, esposo, amigas quienes con su apoyo incondicional forman parte del pilar fundamental que me sostiene para salir adelante en mi vida y estudios que he logrado obtener.

A todos ellos dedico el producto de mi gran esfuerzo.

Raquel

INDICE GENERAL

Portada	
Autoría	ii
Aval del director de tesis.	iii
Aprobación del Tribunal de Grado	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Índice de General	vii
Índice de Cuadros	xiii
Índice de Gráficos	xv
Índice de Anexos	xvii
Resumen	xviii
Abstract	xix
Certificación	xx
Introducción	1
CAPÍTULO I	
Fundamentación Teórica.	2
1 .1 Antecedentes	2
1.1.1. Proyecto 1	2
1.1.2 Proyecto 2	3
1.2. Categorías Fundamentales	5
1.3. Marco Teórico	5
1.3.1 Economía	5
1.3.1.2 Ramas de la economía	6
1.3.1.2.1 Macro economía	6
• Producto Interno Bruto.	7
• Balanza Comercial	7
1.3.1.2.2 Micro economía	8
• Ingresos Per Capita	8
1.3.2 Producción	9
1.3.2.1 Procesos de Producción	10

1.3.2.1	Significados de los Pasos del Proceso de Producción	11
1.3.2.2	Elementos de la Producción	13
1.3.2.2.1	La Tierra	14
1.3.2.2.2	Capital	14
1.3.2.2.3	Trabajo	15
1.3.3	Comercialización	15
1.3.3.1	Ramas de la Comercialización	16
1.3.3.1.1	Macro comercialización	16
1.3.3.1.2	Micro comercialización	17
1.3.3.2	Canales de la Comercialización	17
1.3.3.2.1	Canal Directo	18
1.3.3.3.2	Canal Indirecto	18
1.3.3.3	Mercado	19
1.3.3.3.1	Oferta	19
1.3.3.3.2	Demanda	20
1.3.3.4	Variable del Marketing Mix	21
1.3.3.4.1	Producto	21
1.3.3.4.2	Precio	22
1.3.3.4.3	Promoción	22
1.3.3.4.4	Plaza	23
1.3.4	Costos	24
1.3.4.1	Costo de Producción	24
1.3.4.1.1	Costo Directo	25
1.3.4.1.2	Costo Indirecto	25
1.3.4.1.3	Costo de Materia Prima	26
1.3.4.1.4	Costo de Mano de Obra	26
1.3.4.1.5	Costo Fijo	27
1.3.4.1.6	Costo Variable	28
1.3.4.1.7	Punto de Equilibrio	28
1.3.4.1.8	Depreciación	28
1.3.5	Rentabilidad	29
1.3.5.1	Estados Financieros	30

1.3.5.1.1	Inversión Inicial	30
1.3.5.1.2	Estado de Pérdidas y Ganancia	31
1.3.5.1.3	Balance General	31
1.3.5.1.4	Flujo de Efectivo	32
1.3.5.2	Evaluación Financiera	33
1.3.5.2.1	VAN	33
1.3.5.2.2	TIR	34
1.3.5.3	Indicadores Financieros	35
1.3.5.3.1	Índice de Liquidez	35
1.3.5.3.2	Índice de Productividad.	36
1.3.5.3.3	Índice de Solvencia o Endeudamiento	36
1.3.5.3.4	Índice de Rentabilidad	37
1.3.6	Gestión Microempresarial	38
1.3.6.1	PYMES	38
1.3.6.2	Importancia de las PYMES	39
1.3.6.3	Funciones de la Gestión Empresarial	39
1.3.6.3.1	Planificación	39
1.3.6.3.2	Organización	40
1.3.6.3.3	Dirección	40
1.3.6.3.4	Control	41

CAPÍTULO II

	Análisis e Interpretación de Resultados	42
	Breve caracterización de la Producción,	
2.1	Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51 en el Cantón La Maná.	42
2.2	Verificación de las Preguntas Científicas.	43
2.3	Operacionalización de variables	45
2.4	Metodología de Investigación	46
2.4.1	Tipos de Investigación	46
2.4.2	Metodología	47
2.4.3	Unidad de estudio	47
2.4.3.1	Población universo	47

2.4.3.2	Tamaño de la muestra	48
2.4.3.3	Criterios de la selección de la muestra	49
2.4.4	Métodos y técnicas a ser empleadas	50
2.4.4.1	Métodos	50
2.4.4.2	Técnicas	50
2.4.5	Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.	51
2.4.6	Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.	61
2.4.7	Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas.	75
2.4.7.1	Conclusiones	75
2.4.7.2	Recomendaciones	76
2.5	Diseño de la propuesta	77
2.5.1	Datos informativos	77
2.6	Justificación	78
2.7	Objetivos	79
2.7.1	Objetivo general	79
2.7.2	Objetivos específicos	79
2.8	Descripción de la propuesta	80

CAPÍTULO III

Aplicación o Validación de la Propuesta		83
3.1	Antecedentes	83
3.1.1	Análisis del entorno interno y externo de los productor en estudio	83
3.2	Estados Financieros	85
3.2.1	Estados financieros del Pequeño productor	85
3.2.1.1	Estado de Situación Inicial	85
3.2.1.2	Costo de Producción del año 2011 y 2012	86
3.2.1.3	Estado de Pérdidas y Ganancias del año 2011	87
	• Estado de Pérdidas y Ganancias del año 2012	88
3.2.1.4	Balance General del año 2011	89
	• Balance General del año 2012	90
3.2.1.5	Flujo de Caja	91

3.2.1.6	Comercialización del Productor Pequeño	92
3.2.1.7	Canales de Comercialización	92
3.2.1.7.1	Canal Directo	92
3.2.1.8	Tarjetas de Presentación	93
3.2.1.9	Flujo de Producción	93
3.2.1.10	Flujo de comercialización	94
3.2.1.11	Distribución del Terreno	95
3.2.1.12	Ubicación Geográfica	96
3.2.2	Estados Financieros del Productor Mediano.	97
3.2.2.1	Estado de Situación Inicial	97
3.2.2.2	Costo de Producción año 2011 y año 2012	98
3.2.2.3	Estado de Pérdidas y Ganancias	99
	• Estado de Pérdidas y Ganancias año 2012	100
3.2.2.4	Balance General año 2011	101
	• Balance General año 2012	102
3.2.2.5	Flujo de Caja	103
3.2.2.6	Comercialización del Productor Mediano.	104
3.2.2.7	Canales de Comercialización	104
3.2.2.7.1	Canal Directo	104
3.2.2.7.2	Canal Indirecto	104
3.2.2.8	Tarjetas de Presentación	105
3.2.2.9	Flujo de Producción	105
3.2.2.10	Flujo de comercialización	106
3.2.2.11	Distribución de Planta	107
3.2.2.12	Ubicación Geográfica	108
3.2.3	Estados Financieros del Productor Grande.	109
3.2.3.1	Estado de Situación Inicial	109
3.2.3.2	Costo de Producción año 2011 y año 2012	110
3.2.3.3	Estado de Pérdidas y Ganancias año 2011	111
	• Estado de Pérdidas y Ganancias año 2012	112
3.2.3.4	Balance General año 2011	113
	• Balance General año 2012	114

3.2.3.5	Flujo de Caja	115
3.2.3.6	Comercialización del Productor Grande.	116
3.2.3.7	Canales de Comercialización	116
3.2.3.7.1	Canal Directo	116
3.2.3.7.2	Canal Indirecto	116
3.2.3.8	Tarjetas de Presentación	117
3.2.3.9	Flujo de Producción	117
3.2.3.10	Flujo de comercialización	119
3.2.3.11	Distribución de Planta	120
3.2.3.12	Ubicación Geográfica	121
3.3	Ratios Financieros de Productor Pequeño, Mediano y Grande.	122
3.3.1	Índice de Liquidez	122
3.3.2	Índice de Productividad	123
3.3.3	Índice de Solvencia o Endeudamiento	125
3.3.4	Índice de Rentabilidad.	126
3.3.5	Valor Actual Neto (VAN) de los tres productores	127
3.3.6	Tasa Interna de Retorno (TIR) de los tres productores	128
3.7	Influencia de la Producción de cacao, con la Economía en el Cantón La Maná	130
4.	Conclusiones Y Recomendaciones	131
4.1	Conclusiones	131
4.2	Recomendaciones	132
5.	Bibliografías	133
6.	Anexos	138

ÍNDICE DE CUADROS

Nº	TITULO	Pág.
Cuadro1	Representación del VAN.	33
Cuadro2	Representación del TIR.	34
Cuadro 3	Operacionalización de las variables	45
Cuadro 4	Población por Estrato	47
Cuadro 5	Muestra por Estrato	49
Cuadro 6	Producto que Comercializa con Frecuencia	51
Cuadro 7	Actividad de Comerciante	52
Cuadro 8	Tipo de Cacao que Compra en Mayor Volumen	53
Cuadro 9	Estado del Cacao que Comercializa en el Cantón	54
Cuadro 10	Cantidad de Cacao Compra Anualmente	55
Cuadro 11	Secado de Cacao	56
Cuadro 12	Precio del Cacao	57
Cuadro 13	La Comercialización y Rentabilidad	58
Cuadro 14	Lugar de Comercialización del Cacao	59
Cuadro 15	Periodo de Mayor Producción de Cacao	60
Cuadro 16	Cultivo que Cosecha con Frecuencia	61
Cuadro 17	Decisión por Cultivar el Cacao	62
Cuadro 18	Tipo de Cacao que Cosecha con Frecuencia	63
Cuadro 19	Cultivos Intercalados o Asociados en la Plantación	64
Cuadro 20	Asistencia Técnica en el Cultivo de Cacao	65
Cuadro 21	Tipo de Químicos	66
Cuadro 22	Terreno Destinado al Cultivo de Cacao	67
Cuadro 23	Cantidad de Cacao Comercializa Mensualmente	68
Cuadro 24	Capital Invertido en la Plantación.	69
Cuadro 25	Precio del Cacao	70
Cuadro 26	Precio Actual Cubre los Costos de Producción	71
Cuadro 27	Lugar que Comercializa el Producto	72
Cuadro 28	Conocimiento Sobre un Estudio.	73

Cuadro 29	Realización de un Estudio.	74
Cuadro 30	Análisis FODA	84
Cuadro 31	Índice de Liquidez	122
Cuadro 32	Índice de Productividad	123
Cuadro 33	Índice de Solvencia	125
Cuadro 34	Índice de Rentabilidad	126
Cuadro 35	Valor Actual Neto	127
Cuadro 36	Tasa Interna De Retorno	128

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	CONTENIDO	Pág.
Gráfico 1	Proceso de Producción de Cacao	10
Gráfico 2	Elementos del Marketing Mix	21
Gráfico 3	Producto que Comercializa con Frecuencia	51
Gráfico 4	Años en la Actividad de Comerciante	52
Gráfico 5	Tipo de Cacao que Compra con Frecuencia	53
Gráfico 6	Estado de Compra el Gran Volumen de Cacao	54
Gráfico 7	Cantidad de Cacao que Compra Anualmente.	55
Gráfico 8	Método para el Secado de Cacao.	56
Gráfico 9	Precio del Cacao	57
Gráfico 10	La Comercialización Genera Rentabilidad	58
Gráfico 11	Lugar de Comercialización del Cacao	59
Gráfico 12	Periodo de Mayor Producción de Cacao	60
Gráfico 13	Grupo de Cultivo que Cosecha con Frecuencia	61
Gráfico 14	Decisión por Cultivar el Cacao	62
Gráfico 15	Tipo de Cacao que Cosecha con Frecuencia	63
Gráfico 16	Cultivos Intercalados o Asociados en la Plantación	64
Gráfico 17	Asistencia Técnica en el Cultivo de Cacao	65
Gráfico 18	Tipo de Químicos	66
Gráfico 19	Terreno Destinado al Cultivo de Cacao	67
Gráfico 20	Cantidad de Cacao Comercializa Mensualmente	68
Gráfico 21	Capital Invertido en la Plantación.	69
Gráfico 22	Precio por cada Libra de Cacao	70
Gráfico 23	El Precio Actual Cubre los Costos de Producción	71
Gráfico 24	Lugar que Comercializa el Producto	72
Gráfico 25	Conocimiento Sobre un Estudio.	73
Gráfico 26	Realización de un Estudio.	74
Gráfico 27	Canal Directo del Productor Pequeño	92
Gráfico 28	Tarjeta de Presentación del Productor Pequeño	93
Gráfico 29	Flujo de Producción del Productor Pequeño	93

Gráfico 30	Flujo de Comercialización del Productor Pequeño	94
Gráfico 31	Distribución del terreno del Productor Pequeño	95
Gráfico 32	Lugar de Estudio del Productor Pequeño	95
Gráfico 33	Ubicación Geográfica del Productor Pequeño	96
Gráfico 34	Canal Directo del Productor Mediano	104
Gráfico 35	Tarjeta de Presentación del Productor Mediano	105
Gráfico 36	Flujo de Producción del Productor Mediano	105
Gráfico 37	Flujo de Comercialización del Productor Mediano	106
Gráfico 38	Distribución del terreno del Productor Mediano	107
Gráfico 39	Lugar de Estudio del Productor Mediano	106
Gráfico 40	Ubicación Geográfica del Productor Mediano	108
Gráfico 41	Canal Indirecto del Productor Grande	116
Gráfico 42	Tarjeta de Presentación del Productor Grande	117
Gráfico 43	Flujo de Producción del Productor Grande	117
Gráfico 44	Flujo de Comercialización del Productor Grande	119
Gráfico 45	Distribución del Terreno del Productor Grande	120
Gráfico 46	Lugar de Estudio del Productor Grande	120
Gráfico 47	Ubicación Geográfica del Productor Grande	121

ÍNDICE DE ANEXOS

N°	CONTENIDO
Anexo 1	Siglas de Abreviatura.
Anexo 2	Encuestas Dirigidas a los Intermediarios de Cacao.
Anexo 3	Encuestas Dirigidas a los Productores de Cacao.
Anexo 4	Certificaciones.
Anexo 5	Productor Pequeño.
Anexo 6	Productor Mediano.
Anexo 7	Productor Grande.
Anexos 8	Imágenes de los Productores de Cacao CCN 51.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.
EXTENSIÓN LA MANÁ**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

**“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL
CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) Y SU RELACIÓN CON LA
ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI,
AÑO 2011”.**

Autora: Molina Mayorga Jenny Raquel

RESUMEN

La presente investigación permitió conocer la situación actual que atraviesa cada uno de los productores de cacao del Cantón La Maná en el periodo 2011, El trabajo se inició con una descripción de las categorías fundamentales que permitieron conocer la teoría de la cual parte la investigación. Para la recopilación de información se aplicó la técnica de encuesta dirigida a los productores e intermediarios de la zona, de acuerdo a los resultados obtenidos se detalla la ausencia de un análisis de producción, comercialización del cacao CCN51, se basa en la falta de coordinación de los propios productores, falta de capacitación por parte de las autoridades, produciendo como efecto la poca oferta de la materia prima al mercado. Para poder determinar la rentabilidad del cultivo se procedió analizar los Estados Financieros destinados al tipo de productor, determinando la cantidad de dinero que los productores destinaron para esta actividad mediante el análisis del VAN y la TIR se pudo establecer que la ganancia que se obtiene es satisfactoria en relación a la inversión realizada. El resultado de la investigación mostró que la producción de cacao CCN 51 es rentable e influye significativamente en la economía local y nacional.

Palabras claves: Producción, Comercialización, Rentabilidad y Cacao.



**THE TECHNICAL UNIVERSITY PLACE THE
MAN COTOPAXI**

**ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE SCIENCES
AND HUMANISTIC**

“PRODUCTION, MARKETING, PROFITABILITY OF CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) AND ITS RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF LA MANÁ CANTON, COTOPAXI PROVINCE; YEAR 2011”.

Author: Molina Mayorga Jenny Raquel.

SUMMARY

This research permitted to get information on the current situation of every single producer of cacao from La Maná canton during the period 2011. The investigative work began with a description of the fundamental categories that allowed to know the theory as an initial part for developing the research. For data collection, it was applied the technique of survey to producers and intermediaries in the area. According to the results, the lack of a detailed analysis of production is evident. Marketing of cacao CCN51 is based on the lack of coordination from producers and lack of training as a direct problem of local authorities. It has produced the low of supply in markets. In order to determine the profitability of farming, it was proceeded to analyze the financial statements according to the type of producer. It was determined the amount of money that producers invest in this activity by analyzing the NPV and IRR. In addition, it could be established that the obtained income is satisfactory in relation with the fulfilled investment. The result of the investigation showed that the production of cacao CCN 51 is profitable and it influences significantly on local and national economy.

DESCRIPTORS: Cacao, Marketing, Production, Profitability and.



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: Molina Mayorga Jenny Raquel cuyo título versa “Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51 (Theobroma Cacao L.) 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.I 050222967-7

INTRODUCCIÓN

El Cantón La Maná cuenta con diversos recursos naturales propicios para el desarrollo del sector agropecuario, los mismos que han favorecido al desarrollo económico del mismo; uno de ellos es el cacao, una fruta de origen tropical, más conocido como la Pepa de oro a nivel nacional e internacional. Es considerado uno de los productos más sobresalientes dentro del grupo de frutas de mayor demanda en el mercado externo e interno del Ecuador por su calidad y aroma.

El contenido de la investigación consta de tres capítulos como son:

Capítulo I, Se refiere a la contextualización del Marco Teórico de diferentes autores con relación a las categorías fundamentales referentes al tema que se pretende investigar de una manera más amplia y detallada, ampliando nuestros conocimientos científicos y fomentando adecuadamente la base de la propuesta.

Capítulo II, Hace referencia a la situación actual en el mercado, mediante aplicación de la técnicas de encuesta debidamente tabulado para los productores e intermediarios de cacao en el Cantón, lo cual nos permite obtener información relevante para este proyecto.

Capítulo III, Se toma en cuenta la propuesta realizada para la investigación mediante un estudio técnico y económico, el mismo que contiene como finalidad determinar la cantidad, proceso de producción, rentabilidad del cacao CCN 51 en el Cantón La Maná.

Luego del estudio realizado en el transcurso de la tesis se ha conseguido datos necesarios para identificar la rentabilidad generando mayor producción de calidad y comercialización del cacao CCN 51, de esta manera satisfacer las necesidades de los consumidores del Cantón.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

Una vez realizadas las investigaciones en torno al tema, se presenta a continuación la información de dos proyectos similares:

1.1.1 Proyecto 1

Apoyo a Pequeños Productores Ligados a la Cadena Productiva del Cacao en la Provincia de Cotopaxi FIE 06-29.

Resumen

El Cantón La Maná presenta altos índices de pobreza de la población no obstante la existencia de generosos recursos naturales propicios para el desarrollo del sector agropecuario. Las características agroecológicas determinan alta potencialidad para el desarrollo del cultivo del cacao, sin embargo, debido al desconocimiento de técnicas mejoradas de producción, los rendimientos actuales son inferiores al promedio nacional. A lo anterior se suma la cadena de comercialización que castiga al productor y la débil organización campesina.

En esas condiciones el presente proyecto se propone el mejoramiento de la cadena productiva del cacao, como medio para incrementar el ingreso de las familias. Se han definido cuatro ámbitos de acción: mejoramiento de la producción, instalación de un centro de acopio y procesamiento de cacao, comercialización asociativa y fortalecimiento organizacional.

Luego de un período de inestabilidad directiva del proyecto que derivó en la suspensión de actividades, se procedió a la reorganización de la Unidad Ejecutora y al reajuste técnico del proyecto, habiéndose logrado la incorporación de nuevos actores y el incremento de aportaciones. El monto total presupuestado es de USD 244.478, de los cuales el 59.55% corresponde al aporte del FIE y el 40.55% al aporte de contraparte.

Se ha previsto un horizonte de ejecución de 17 meses adicionales a partir de la reapertura del proyecto; el presupuesto FIE se aplicará en los primeros siete meses, contando también con aportes del Municipio, de los productores y de Sun Mountain International (NIÑO, Néstor. 2007, p. 1-2).

1.1.2 Proyecto 2

Estudio de Viabilidad Económica del Centro de Acopio de Cacao.

Este tipo de estudio se debe entender como un encadenamiento de valor, pero sobre todo manejado desde la lógica de empresa asociativa que implica: estructura organizacional, aspectos técnicos, capacidad comercial, relaciones con productores y relaciones con empresas compradoras de cacao.

La factibilidad inicial del centro de acopio depende de la capacidad de materia prima disponible en la zona, lo que implica ampliar necesariamente la cobertura del proyecto, específicamente en la compra de cacao en baba, promoviendo racionalmente la producción de cacao nacional y buscando manejar

adecuadamente el tema post cosecha y la comercialización del CCN51 en el mismo centro de acopio.

De esta manera el centro de acopio de cacao se ha tomado la intervención de apoyar a los pequeños productores, basándose en la ampliación y mejoramiento de las capacidades técnicas de los productores dedicados al cultivo de cacao para dar sostenibilidad y mejoramiento en los procesos de producción, que sean reconocidos en el mercado y beneficien con mayores ingresos a los pequeños productores; en tal sentido en el tema de cacao, luego de haber realizado un amplio plan de capacitación bajo la metodología de Escuelas de Campo (ECA's) en temas de podas, fertilización, control de plagas, manejo de viveros e injertación, se puede decir que los factores productivos están en mejores condiciones.

Con el apoyo de PL480, que es el proyecto de Apoyo a la producción en el Cantón La Maná se está respondiendo a una necesidad muy fuerte y emergente de los pequeños productores de cacao con la finalidad de mejorar sus ingresos y sus condiciones de vida, mediante el mejoramiento de las técnicas de producción y la vinculación con el mercado. La expansión del proyecto está permitiendo lograr un mayor impacto y una mayor sostenibilidad de la intervención, potenciando la comercialización asociativa mediante la puesta en marcha de un centro de un acopio de cacao (VARGAS, Fabián. 2011, p. 1-2).

1.2 Categorías Fundamentales.

1.2.1	• Economía.
1.2.2	• Produccion.
1.2.3	• Comercializacion.
1.2.4	• Costos.
1.2.5	• Rentabilidad.
1.2.6	• Gestión Microempresarial.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Economía.

La economía es una ciencia que se encarga del estudio de las elecciones que hacen las personas, las organizaciones, tomando en cuenta la escasez existente de recursos y la forma en que se van a distribuir estos bienes o recursos (CERDA, José, 2011, 14).

Es la ciencia que tiene por objeto la administración de los recursos escasos de que disponen las sociedades humanas: estudia las formas cómo se comporta el hombre ante la difícil situación del mundo exterior ocasionada por la tensión existente entre las necesidades ilimitadas y los medios limitados con que cuentan los agentes de la actividad económica (MÉNDEZ Silvestre, 2007, p. 4).

La economía estudia los recursos económicos de las personas, entidades de un País para conocer el nivel de condiciones adquisitivas con las que cuentan para producir bienes - servicios y maximizar el bienestar de cada una de ellas satisfaciendo las necesidades de la cadena de producción sin poner en peligro las capacidades futuras.

1.3.1.2 Ramas de la Economía.

Desde esta perspectiva la economía se divide en dos grupos que son:

1. Macroeconomía.
2. Microeconomía.

1.3.1.2.1 Macroeconomía.

La macroeconomía es el estudio del comportamiento agregado de cómo se encuentra la Economía, sus debilidades, fortalezas, causas y consecuencias. Es el estudio global de la economía en términos del monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, y el comportamiento general de los precios (VILLALBA, Carlos. 2007. p. 20).

La macroeconomía es la parte de la teoría económica que se encarga de definir, medir y determinar los ingresos nacionales y sus variables. Es muy importante conocer cómo influye el ingreso y la producción nacional con fines de planeación por parte del sector público y privado para explicar entonces como aumenta o descende el nivel de la actividad económica (PARKIN Michael, 2007, p. 2).

La macroeconomía se centra en la estabilización económica global de cualquier organismo o de un país para regular y fomentar el crecimiento económico total de bienes y servicios producidos en un periodo determinado.

- ***Producto Interno Bruto.***

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales que genera un país en un tiempo determinado, normalmente un año, (valor agregado final) desde la agricultura hasta las empresas radicadas en el territorio nacional. Los servicios se miden a precios de venta (GONZALES, Isabel; MARTINEZ, Ana. 2011. p. 35).

Producto interno bruto (PIB) es la suma de todo lo producido por cada individuo y organización dentro de un país, el índice de precios al consumidor se compone con el promedio de numerosos precios de productos, la inversión agregada es la suma del gasto en inversión de todas las empresas y familias de un país (PARKIN Michael, 2007, p.34).

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado producto se refiere a valor agregado, interno se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía y bruto se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital.

- ***Balanza Comercial.***

La balanza comercial registra la compra y venta de bienes entre residentes y no residentes, es decir, son las importaciones y las exportaciones de bienes. Pero debe tratarse de bienes muebles que pueden ser presentados físicamente en la aduana, a la entrega o salida del territorio aduanero. Se incluye además los suministros de mercadería a medios de transporte, tanto de combustible como de cualquier otro tipo (GONZALES, Isabel; MARTINEZ, Ana. 2011. p. 35).

La Balanza Comercial es parte de la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos que refleja la diferencia entre las exportaciones y las importaciones. La balanza comercial es favorable o activa cuando las Exportaciones, en un período dado,

superan a las Importaciones; del mismo modo cuando existen saldos negativos, se habla de una Balanza Comercial desfavorable (CERDA, José, 2011, p. 33).

Es un registro de mercaderías que ayuda a determinar la cantidad de bienes que un país vende al exterior y los que compra a otros países durante un período determinado, la misma que se puede encontrar con resultados favorables o desfavorables para dicha nación.

1.3.1.2.2 Microeconomía.

La microeconomía considera las unidades específicas, basada en el estudio de la unidad económica, productiva propiamente dicha y del comportamiento del consumidor individual, la microeconomía también es conocida como economía de la empresa, economía individual (CERDA, José, 2011, p. 35).

La microeconomía, se encarga del estudio de las decisiones que toman las personas y las organizaciones para distribuir sus recursos escasos con los que cuentan y la forma en que estas decisiones interaccionan entre sí (CERDA, José, 2011, 17)

Estudia la economía individual, familiar, empresarial, monopólica y privada, asignan los recursos escasos entre finalidades alternativas, además estudia el precio de los mercados de producción individual o privados en pequeñas cantidades.

- ***Ingreso Per cápita.***

El ingreso per cápita o ingreso por habitantes, se obtiene dividiendo el ingreso total de un país por el número de habitantes, conociendo como indicador del grado de bienestar entre países, perdiendo en parte su validez cuando se examina su comportamiento dentro de una misma nación (SANFUENTES, Andrés, 2009, p. 168).

El ingreso per cápita tiene una estrecha relación con el ingreso nacional. El ingreso hace referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, etc. El ingreso nacional corresponde a la suma de todos los ingresos individuales de los nacionales de un país (PARKIN Michael, 2007, p. 299).

$$\text{Ingreso per cápita} = \text{Ingreso nacional (IN)} / \text{Población total (PT)}$$

El ingreso per cápita es un cálculo que se realiza para determinar el ingreso que recibe cada uno de los habitantes de un país, es decir en promedio cuánto es el ingreso que recibe una persona para subsistir. Siendo que el ingreso per cápita ofrece una relación entre el crecimiento poblacional y el crecimiento económico.

1.3.2 Producción

La producción es una actividad realizada bajo el control, la responsabilidad de una unidad institucional que utiliza mano de obra, capital, bienes y servicios, para producir otros bienes y servicios. La producción no abarca los procesos puramente naturales que tienen lugar sin la intervención o la dirección humana para generar riquezas (GONZÁLEZ, Fernando y SÁNCHEZ, Ricardo. 2007. p. 65).

Producción es el proceso de creación de los bienes materiales necesarios para la existencia y el desarrollo de la sociedad. La producción existe en todas las etapas de desarrollo de la sociedad humana. Los hombres, al crear los bienes materiales (medios de producción y artículos de consumo), contraen determinados vínculos y relaciones para actuar conjuntamente. Por este motivo, la producción de los bienes materiales siempre es una producción social (MATESANZ, Jaime. 2007. p. 10).

Es una actividad donde se da la creación de bienes y servicios aprovechables para el consumo o la inversión, originados por la naturaleza y por la mano del hombre, generando riquezas, mediante el cual genera trabajo humano y recursos económicos para cubrir con los gastos de la materia prima y obtener utilidad en la producción.

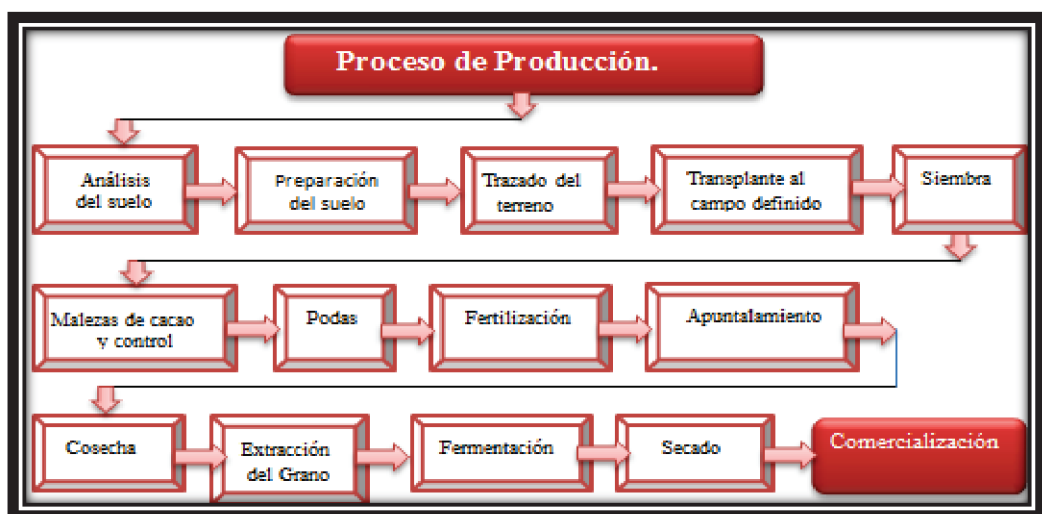
1.3.2.1 Procesos de la Producción.

Todo proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos “entrados”, denominados factores, en ciertos elementos “salidos”, denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor, concepto éste referido a la “capacidad para satisfacer necesidades” (GONZÁLEZ, Fernando y SÁNCHEZ, Ricardo. 2007. p. 66).

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor (MATESANZ, Jaime. 2007. p. 10).

El proceso de producción es el conjunto de acciones realizadas deliberadamente sobre determinados recursos que denominamos insumos con el objeto de obtener nuevos productos o servicios que impliquen el valor agregado sobre los insumos elaborados.

GRÁFICO 1
PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL CACAO



Fuente: Lecciones de Economía.

Elaborado por: González Fernando y Sánchez Ricardo

1.3.2.1.1 Significados de los Pasos del Proceso de Producción.

- **Siembra:**

1.- Análisis del Suelo. Consiste en un estudio previo del suelo donde se va a realizar la plantación.

2.- Preparación del terreno. El suelo, es el medio fundamental en el desarrollo de cacaoteras. Se debe proteger contra los rayos directos del sol, ya que estos degradan rápidamente la capa del humus que puedan contener; por ello se recomienda el mantenimiento de hojarasca, no practicar labores profundas y cortar las malas hierbas lo más bajo posible. La hojarasca y el sombreo ayudan a mantener la humedad necesaria durante los meses de sequía.

3.- “Alineamiento” y trazo del terreno. Es una actividad de mucha importancia que se debe emplear con mucho criterio para determinar la dirección de las plantaciones, en el trazo se coloca estaquillas de madera o caña de acuerdo a la distancia, es recomendable utilizar el trazo en tresbolillo, siendo un sistema conveniente para aprovechar la superficie del terreno y por la facilidad en que se pueden realizar las labores en todas direcciones.

4.- Siembra. Realizada la alineación y marcado los puntos donde estarán ubicados las futuras plantas se procede a sembrar realizando la apertura de hoyos cuyas dimensiones deben ser de 0.3 x 0.3 x 0.4 m, de ancho, largo y profundidad para que las plantas queden bien establecidas.

- **Mantenimiento:**

5.- Malezas de Cacao y Control.- Es necesario tomar control de las malezas, ya que conforme crece la planta de cacao, el problema de la malezas va disminuyendo por defecto del sombreado entre plantas. El control de malezas se realiza mediante dos métodos: mecanismo con machete (sistema de chapia o

rozado manual) o motorosadora dejando la maleza distribuida en el suelo y químicos con la aplicación de herbicidas.

6.- Podas. La poda es la actividad que tiene como objetivo eliminar las partes improductivas de los árboles para estimular el desarrollo de nuevos crecimientos vegetativos, controlar la altura del árbol, regular la entrada de luz a los estratos inferiores del árbol, eliminar ramas que dificultan las labores agrícolas y facilitar la visibilidad para coger las mazorcas.

7.- Fertilización. Antes de iniciar cualquier tipo de fertilización es preciso conocer el nivel de fertilidad natural del suelo. Este diagnóstico se hará por medio de análisis de suelo y análisis foliar. Este último análisis es quizá el más recomendado en el caso de posibles deficiencias de elementos menores. Sobre la base de esa interpretación se recomendarán a todos los niveles de fertilización requeridos.

8.- Apuntalamiento. Consiste en colocar unos puntales de madera o de caña en las ramas de cacao que contengan más frutos o estén muy cargadas para ayudar a sostener el peso durante el desarrollo del fruto.

- **Cosecha:**

9.- Cosecha. Los árboles de cacao florecen de dos veces al año, siendo el principal periodo de floración en junio y julio, en los meses de septiembre y octubre tiene lugar una segunda floración pero más pequeña. El periodo de maduración de los frutos oscila entre los cuatro y los seis meses. Así la primera cosecha se concentra en los meses de octubre, noviembre y Diciembre y la segunda durante marzo y abril; iniciando entre los 18 y 22 meses desde la siembra, cosechar máximo cada 15 días en época de lluviosa y 30 días en época seca, en época de alta producción generalmente es la cosecha es semanal. Se recomienda, sin embargo, que no se debe cosechar antes de que haya un cambio

definitivo de coloración indicando madurez, así como tampoco mazorcas sobre maduras ya que empiezan a germinar las almendras.

10.- Extracción del grano. La apertura y extracción del grano de la mazorca, procurando no lastimar las almendras, extrayendo con los dedos o con una cuchara de extracción; de preferencia se debe realizar dentro de la plantación, debido a que los cascarones sirven de refugio natural para los insectos polinizadores, a su vez que constituye una fuente natural de materia orgánica y minerales al suelo.

11.- Fermentación. Es el proceso a que se somete las almendras frescas, que mata el embrión y permite a las almendras adquirir su particular calidad, dando como resultado un producto con el sabor precursor de chocolate, se utiliza sacos para facilitar el escurrimiento de la baba del cacao, esta proceso dura cuatro días antes de ser llevado al secado.

12.- Secado. Es el proceso durante el cual las almendras terminan de perder el exceso de humedad que contiene y están listas para ser vendidas. Existen distintos métodos, de secado natural aprovechando el calor solar en tendal de madera, cemento o un secado artificial en secadoras mecánicas, obteniendo un color típico marrón de un secado correctamente.

13.- Comercialización. Es una actividad que permite al productor llegar con el bien (cacao CCN 51) al intermediario o casa exportadora, considerando los beneficios que lo reportan entregarlos a tiempo.

1.3.2.2 Elementos de la Producción.

Dentro de los elementos de la producción de bienes y servicios es de vital importancia el estudio siendo sus componentes:

1.3.2.2.1 La Tierra.

La tierra es espacio para el desarrollo de actividades productivas, para la siembra o la cría de ganado, para la instalación de plantas u oficinas pero no es un espacio general y abstracto, sino uno que se valoriza de acuerdo a su facilidad de acceso y su proximidad a los mercados (GUAMAN, Consuelo. 2007 p. 71).

Factores básicos de producción, la parte más importante de la Naturaleza, en relación con la producción, es la tierra y el subsuelo. Ella comprende la superficie del planeta con todos los recursos naturales (bosques y aguas), que el hombre utiliza para el cultivo de las plantas de donde extrae la mayor parte de los alimentos. La tierra comprende también las corrientes de agua con las cuales produce la fuerza motriz que en gran escala es indispensable para la producción (PASHOAL José, 2008, p.64).

La tierra es considerada como uno de los factores básicos de producción donde se realiza proceso productivo, estruendo la mayor parte de los alimentos que están destinado a la labranza, cultivo por maquinarias y la mano del hombre para producir bienes y servicios a cambio de un bien económico.

1.3.2.2.2 Capital.

Las herramientas, instrumentos, maquinas, edificios y otras construcciones que las empresas utilizan para producir bienes y servicios es lo que se denomina capital. En el lenguaje cotidiano, este término también suele usarse para referirse al dinero, las acciones y bonos. Si bien estos objetos constituyen un capital financiero (PARKIN Michael, 2007, p. 4).

Son bienes o dinero de inversión necesario que se incluye en los procesos que ayudan a la producción de bienes materiales incrementando de esta manera el aumento de la productividad de los otros factores productivos como el trabajo y la tierra. Se llama también capital a todos los medios materiales necesarios para

iniciar una producción o una actividad económica en una inversión cuyo objetivo final es la obtención de beneficios a futuro (GUAMAN, Consuelo. 2007. p. 94).

Se entiende al conjunto de recursos producidos por la mano del hombre que se necesita para producir bienes y servicios, después eliminar todos los gastos que se hicieron para iniciarla, quede una ganancia económica o beneficio a futuro.

1.3.2.2.3 Trabajo.

El tiempo y el esfuerzo que la gente dedica a producir bienes y servicios reciben el nombre de trabajo. Este incluye el esfuerzo físico y mental de quienes laboran en el Campo, las construcciones, las fábricas, los comercios y las oficinas. La calidad de la mano de obra depende del capital humano, es decir, del conocimiento y de las habilidades que la gente obtiene a partir de la educación, la capacitación laboral y la experiencia en el trabajo (PARKIN Michael, 2007, p. 4).

El trabajo es el esfuerzo que realizan las personas y pueden ser de carácter físico o intelectual. La valoración del trabajo no es proporcional al esfuerzo que requiere sino al beneficio que produce (GUAMAN, Consuelo. 2007. p. 95).

Trabajo es un esfuerzo físico y mental que se pretenden conseguir, aprovechar y utilizar en la producción, asegurando un beneficio económico para generar un bien o servicio y poder mantenerse en el mercado satisfaciendo las necesidades de sociedad.

1.3.3 Comercialización.

La comercialización es un proceso que abarca tanto la planificación y la gestión de la producción, para llevarla al destino donde lo requiere el mercado objetivo, por tanto, debe contemplar las cantidades suficientes para satisfacer la demanda y para generar un margen de utilidad razonable cliente (GUAMAN, Consuelo. 2007. p. 32).

Es posible asociar la comercialización a la distribución, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo (QUINTANA, Martin. 2007. p. 1).

Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas en el mercado por una organización o persona naturales, con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean satisfaciendo sus necesidades.

1.3.3.1 Ramas de la Comercialización.

1.3.3.1.1 Macro-Comercialización.

Constituye un proceso socioeconómico que orienta un flujo de bienes y servicios de una economía desde los productores hasta los consumidores en una forma que haga corresponder de una manera efectiva las heterogéneas capacidades de la oferta con una demanda heterogénea y que cumpla a la vez los objetivos a corto y a largo plazo de la sociedad (GUAMAN, Consuelo. 2007. p. 34).

Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad (URIBE Maritza, 2008, p.11).

La Macro-comercialización se ocupa de los flujos de los bienes y servicios que satisfacen las necesidades desde el productor hasta el consumidor pero siempre tomando en cuenta que no todos ellos comparten los mismos objetivos, recursos y

aptitudes, es decir la macro-comercialización consiste en hacer corresponder de una manera efectiva este proceso de oferta y demanda de carácter igualitaria.

1.3.3.1.2 Micro-Comercialización.

Es la realización de aquellas actividades que tratan de lograr los objetivos de una organización anticipándose a las necesidades del cliente y orientando un flujo de bienes y servicios que satisfacen necesidades del producto al cliente (GUAMAN, Consuelo. 2007. p. 36).

La micro-comercialización es la realización de las actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades, se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro (URIBE Maritza, 2008, p.12).

Se puede decir que la microeconomía es un conjunto de actividades que se anticipa a las necesidades del cliente y que orienta un flujo de bienes y servicios que satisfacen las necesidades de organizaciones con o sin fines de lucro, organismos estatales o incluso naciones extranjeras.

1.3.3.2 Canales de la Comercialización.

Es el conjunto de circuitos a través de los cuales se establece la relación entre producción y consumo, a efectos de hacer disponibles los bienes para los consumidores, mediante la articulación de los distintos flujos de comercialización: de bienes, informativos, financieros (LOPEZ, Carlos. 2007. p. 47).

Canal de comercialización es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran (NAVAS Gonzalo, 2009. p. 228).

Se establece que los canales de comercialización son de vital importancia para el empresario, productor en la cadena productiva de distribución su los productos el mismo que debe tomar en cuenta los diferentes canales para que el bien llegue en buen estado al consumidor final.

1.3.3.2.1 Canal Directo

Canal directo es cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios (LOPEZ, Carlos. 2007. p. 48).

Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante a los Consumidores): Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario” (NAVAS Gonzalo, 2009, p. 229).

Los canales directos de la comercialización son las ventas de los productos directamente del productor al consumidor sin utilizar a terceras personas y el producto lleva en mejores condiciones y bajos precios al lugar donde va hacer comercializado.

1.3.3.2.2 Canales Indirectos

Incluyen uno, dos o tres niveles de intermediación, sean los más que usan las pequeñas empresas que fabrican productos y tienen mercados grandes desde un punto de vista geográfico, es importante señalar que las empresas pequeñas utilizan más este canal de distribución (PETTY, William. et. at. 2008. p. 388).

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” (CONE, Carlos. 2008, p.35).

Los canales indirectos consisten en que los productores venden sus productos a los intermediarios, quienes posteriormente los venderán al consumidor final o en todo caso a otros intermediarios, luego al consumidor para satisfacer sus necesidades.

1.3.3.3 Mercado.

El mercado es el área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar y vender a un precio determinado (MÉNDEZ Silvestre, 2007, p. 123).

Al mercado se puede definir como un conjunto de vendedores y compradores que cambian sus funciones para realizar intercambios. Se debe diferenciar el mercado de la industria ya que esta es un conjunto de empresas que exponen productos estrechamente relacionados entre sí o idénticos. Por ello, la industria lleva consigo la responsabilidad de la oferta en el mercado (VILLALBA, Carlos. 2007. P. 111).

Un mercado es un sitio público destinado para vender, comprar o cambiar bienes o servicios, existiendo entre ello la oferta y demanda de los productos, a vez dando a conocer el grado satisfacción a varias de sus necesidades libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público.

1.3.3.3.1 Oferta.

La cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un momento determinado. La oferta es, por lo tanto, una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios (RUIZ, Carlos. 2009. p. 1).

Cantidad máxima de bienes o servicios que un productor está dispuesto a vender en el mercado a un precio dado. Cuanto mayor sea el precio del mercado, mayor será la cantidad ofrecida de bienes y servicios (JONES Charles, 2009, p.253).

Es cuando existe una mayor cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender sus productos a los distintos precios de mercado, depende de varios factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el oferente.

1.3.3.3.2 Demanda

Se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores, es decir la demanda es un diagrama que nos muestra las cantidades de un producto que los consumidores pueden y están dispuestos a comprar según su precio (RUIZ, Carlos. 2009. p. 2).

Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de personas está dispuesto a adquirir a un determinado precio. Refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las personas que manifiestan una necesidad capaz de ser satisfecha por el consumo del bien referido (JONES Charles, 2009, p.253).

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que está dispuesto a comprar, adquirir el consumidor final, a un determinado precio y en un lugar establecido para satisfacer sus necesidades durante un periodo determinado.

1.3.3.4 Variables del Marketing Mix.

Se han elaborado múltiples clasificaciones sobre las distintas variables del Marketing. Destaca aquella que reduce el número de variables comerciales a cuatro, conocidas como las “cuatro pes” del Marketing.

GRÁFICO 2
ELEMENTOS DEL MARKETING MIX



Fuente: Introducción al Marketing.
Realizado por: Rubio Ricardo.

1.3.3.4.1 Producto.

Es unos bienes, servicios e ideas, pero considerando no sólo sus atributos tangibles como la forma, color tamaño, ya que con frecuencia los consumidores adquieren los productos por sus características intangibles como la imagen, status social, moda (SORIANO, Claudio. 2010. p. 10).

En producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor final (RUBIO, Ricardo, 2010, p. 16).

Es todo elemento palpable o impalpable que satisface un deseo o una necesidad al usuario de su forma, tamaño y contenido de un bien o servicio que se comercializa en el mercado generando un bien económico al vendedor.

1.3.3.4.2 Precio.

Monto en dinero que están dispuestos a pagar los consumidores o usuarios para lograr el uso, posesión o consumo de un producto o servicio específico. Es un instrumento que estimula a la demanda, la única variable que supone ingresos y la de relación más directa con la rentabilidad (SORIANO, Claudio. 2010. p. 11).

Los precios son señales que contienen toda la información necesaria para garantizar la coherencia de las decisiones de las economías domésticas y de las empresas. El precio además, es un mecanismo de gran importancia que puede afectar la relación conocida con el nombre de la ley de la oferta y la demanda (RUBIO, Ricardo, 2010, p. 16).

Es un monto de dinero donde intervienen en la compra y venta de productos de bienes y servicios, donde los consumidores o usuarios están dispuestos a pagar para lograr obtener el uso, posesión o consumo determinado bien, especificado ya sea compatible con el objetivo de volumen y crecimiento del precio que se haya fijado.

1.3.3.4.3 Promoción.

Actividades que realizan las empresas mediante la emisión de mensajes que tiene como objetivo dar a conocer sus productos y servicios y sus ventajas competitivas

con el fin de provocar la inducción de compra entre los consumidores o usuarios (RUBIO, Ricardo, 2010, p. 17).

La promoción de ventas consiste en un mecanismo de motivación para incentivar al comprador potencial, por lo general, se trata de fijar un precio especial o ciertos obsequios para los clientes, fijando un precio o un regalo atractivo para atraer una mayor porción del mercado, sacrificando el margen de ganancias para maximizar las ventas (SORIANO, Claudio. 2010. p. 11).

La promoción es la distribución de información que realiza la empresa de un producto de gran calidad a un precio atractivo para el consumidor por un buen canal de distribución, es necesario que se conozca el tipo de producto y los elementos que lo diferencian de otros similares siendo sus medios más conocidos de publicidad la tv, radio, revistas, afiches, hojas volantes, entre otros.

1.3.3.4 Plaza.

Estructura interna y externa que permite establecer el vínculo físico entre la empresa y sus mercados para permitir la compra de sus productos o servicios. En este caso se define como, dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece los elementos imprescindibles para que el producto sea accesible para el consumidor (SORIANO, Claudio. 2010. p. 16).

Espacio determinado para la adquisición de un producto de calidad llegue satisfactoriamente al cliente. Actualmente cambia por Distribución (que es como lo canalizo, distribuyo a un determinado lugar También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. (RUBIO, Ricardo, 2010, p. 17).

Lugar público donde está disponible el producto que permite satisfacer las necesidades al consumidor, también se realiza una gran variedad de actividades, lo cual genera una mayor oportunidad de compra de los productos.

1.3.4 Costos.

Es el dinero gastado con el objeto de realizar una actividad en particular, entre estos tenemos los sueldos y salarios de sus empleados y los gastos en planta y equipo, gastos por materia prima, energía, luz y transporte: los desembolsos por renta, publicidad y seguros: y los impuestos pagados al gobierno (SINISTERRA, Gonzalo. 2007. p. 227).

Costo alternativo surge siempre que los factores destinados a cualquier actividad son escasos o son susceptibles de usos alternativos. El costo real o sacrificio viene medido entonces por el valor de la alternativa de la cual se preside. Este principio se aplica a todos los niveles de actividad económica tanto a la macroeconomía como a la microeconomía (SPENCER, M.H. 2007.p. 430).

El costo es un sacrificio que debe realizarse con objeto de hacer o adquirir algo, otro modo el costo es un sacrificio puede ser tangible o intangible, objetiva o subjetiva y puede adoptar uno o más de la multiplicidad de formas tales como dinero, bienes, ingreso, seguridad, prestigio, poder o placer

1.3.4.1 Costo de la Producción.

Valor del conjunto de vienes y esfuerzos, en que han incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado en condiciones de ser entregados al sector comercial (SINISTERRA, Gonzalo 2007. p. 229).

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. Es un sistema de costo por proceso la cual se prepara el informe del costo de producción para cada proceso y en él se resume el flujo fijo de la producción, las unidades equivalentes de producción y la asignación de los costos de producción a unidades terminadas y en proceso (ORIOLE, Amat. 2008. p. 145).

El costo de producción lograr producir a tiempo si la empresa tiene necesariamente que incurrir en una serie de gastos, directa o indirectamente, relacionados con el proceso productivo para lograr sus objetivos, en cuanto a la movilización de los factores de producción tierra, capital y trabajo.

1.3.4.1.1 Costo Directo.

Valor de los distintos elementos que contribuye y son directamente asignables a la producción de bienes y servicios. El costo directo está compuesto por la mano de obra directa y por las materias primas (SINISTERRA, Gonzalo 2007. p. 230).

Los canales directos son aquellos que son fácil y físicamente identificables con la unidad del producto. Por ejemplo, si la unidad en consideración es la mesa del comedor, la madera y la mano de obra involucrada en la fabricación del producto se consideran costos directos (ORIOLO, Amat. 2008. p. 150).

Son todos los valores o costos que intervienen directamente en la fabricación de un producto o servicio ya que los mismos se pueden identificar con mayor facilidad.

1.3.4.1.2 Costo Indirecto.

Los costos de indirectos incluyen todos los costos de producción necesarios que no se pueden clasificar ni como materiales directos ni como mano de obra directa. Los costos indirectos no son de fácil identificación con los productos específicos (SINISTERRA, Gonzalo. 2007. p. 230).

Los costos indirectos son aquellos que se deben primero acumular para luego asignarlos a la unidad pertinente. Por ejemplo, el salario de mantenimiento se identifica fácilmente con la planta, sin embargo, es un costo indirecto con relación a un departamento específico y más aún, con la relación a la unidad del producto (ORIOLO, Amat. 2008. p. 150).

Comprende a todos los costos asociados con la fabricación de unos productos con la excepción de la materia prima y de mano de obra pero no son fáciles de identificar físicamente.

1.3.4.1.3 Costo de Materia Prima.

Hace referencia al valor de todos los materiales que integran físicamente en el producto terminado o que se pueden asociar fácilmente con él. Por ejemplo, la madera que se emplea en la fabricación de una mesa de comedor hace parte del producto y su costo puede ser clasificado como un costo de material directo (SINISTERRA, Gonzalo. 2007. p. 230).

Es el material o materiales sobre los cuales se realizan la transformación se identifican plenamente con el producto elaborado. Ejemplo en la industria textil el algodón, en la industria cervecera la cebada (BRAVO, Mercedes; TAPIA, Carmita, 2007, p. 19).

Es la parte fundamental de un producto o bien terminado, el costo de materia prima se refiere al valor que tiene que pagar por todos aquellos materiales que serán objeto de transformación en el proceso de producción, para poder lograr el producto terminado.

1.3.4.1.4 Costo de Mano de Obra.

“Los costos de trabajo humano necesarios para la fabricación del producto o para la producción de un servicio, son denominados mano de obra (HOUNGREEN Charles, 2007, p. 13).

Es el salario que se pagan a los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto. Ejemplo pago a obreros de planta (BRAVO Mercedes; TAPIA Carmita, 2007, p. 19).

Es el precio que debe pagar los dueños de la empresa a los trabajadores que prestan sus servicios en el proceso de transformación de la materia prima hasta lograr el producto final.

1.3.4.1.5 Costo Fijo.

Los costos fijos son aquellos que no varían independientemente del nivel de producción que alcance la empresa (HOUNGREEN Charles, 2007, p. 19).

Los costos fijos son aquellos costos que no varían con el producto. Ejemplos son los pagos por rentas, los pagos de intereses de deudas, impuestos sobre la propiedad, los sueldos cuyos servicios emplearía la empresa en tanto se mantuviese en activo aun cuando no produjese nada (BRAVO Mercedes; TAPIA Carmita, 2007, p. 25).

No cambian a pesar de los cambios en un factor de costo, es decir que a diferencia de los costos variables, los costos fijos no varían con el volumen de producción, permanecen constantes, sin considerar la cantidad de productos o servicios elaborados o prestados.

1.3.4.1.6 Costo Variable.

Los costos variables son aquellos costos que varían en forma directa ante cambios en el volumen de producción. Los materiales directos usados durante un periodo constituyen un buen ejemplo de costos variables (SINISTERRA, Gonzalo. 2007. p. 239).

Los costos variables son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa con los cambios en el volumen o producción en tanto que el costo unitario se mantiene constante (BRAVO Mercedes; TAPIA Carmita, 2007, p. 26).

Se determinan costos variables, al valor que varía en relación directa con el volumen de producción o ventas, su magnitud cambia en relación directa con el grado de actividad de la empresa. Por ejemplo si se produce mayor cantidad de artículos, se requerirán mayor cantidad de materiales directos.

1.3.4.1.7 Punto de Equilibrio.

Es el nivel de operaciones financieras o productivas de una entidad o empresa en el que no existen ni pérdidas ni ganancias, o sea el punto donde los ingresos igualan a los costos o egresos. El análisis del punto de equilibrio proporciona fundamentalmente datos para programaciones futuras, para incrementos o disminuciones en el nivel de las actividades o de precios en los procesos de producción o de mercadotecnia (HORNGREN, Charles. 2007. p. 24).

El cálculo del Punto de equilibrio del proyecto, es un indicador que se refiere a la cantidad de ingresos según un determinado volumen de producción que puede cubrir o soportar los costos variables y los fijos (BRAVO Mercedes; TAPIA Carmita, 2007, p. 30).

Se usa para describir gráficamente la relación de volumen de operación y utilidades, es decir, es un punto en el que los ingresos por ventas igualan exactamente a los gastos caso contrario si resultaran mayor el porcentaje de ventas resultara en pérdida y las que están sobre el punto de equilibrio resultara utilidad.

1.3.4.1.8 Depreciación.

Con excepción de los terrenos, la mayoría de los activos fijos tienen una vida limitada, es decir, ellos serán de utilidad para la empresa por un número limitado de periodos contables futuros. Lo anterior significa que el costo de un activo deberá ser distribuido adecuadamente en los periodos contables en los que el activo será utilizado por la empresa.

El proceso contable para esta conversión gradual de activo fijo en gasto en llamado depreciación (HORNGREN, Charles. 2007. p. 31).

La depreciación se basa en el valor del costo. En algunos casos se intenta abarcar los costos de remoción y renovación de partes importantes, en la asignación para depreciación. La depreciación es la asignación de costes que la empresa carga contra los beneficios (BRAVO Mercedes; TAPIA Carmita, 2007, p. 35).

Se denomina depreciación al gasto indirecto que también es un costo fijo, obtenido como la asignación de costos que la compañía carga por el uso de los equipos, maquinarias y otros activos fijos y diferidos, por efectos del paso del tiempo de vida útil del mismo.

1.3.5 Rentabilidad

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, la rentabilidad mide la efectividad de la gerencia de una empresa demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones, dichas utilidades a su vez son la conclusión de una administración competente (LÓPEZ Carlos, 2009, p. 3).

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; es decir, la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades (NEVADO Domingo, 2007, p.23).

La rentabilidad es un índice que mide la relación entre utilidades, beneficios o lucro económico de las ventas realizadas, de esta manera se obtiene una determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio.

1.3.5.1 Estados Financieros.

Son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica, financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado (GUAMAN, Consuelo, 2007. p. 122).

Son declaraciones informativas de la administración de la entidad o empresa, con respecto a su situación financiera y de los resultados de las operaciones, mediante la presentación de documentos básicos, que siguen una estructura fundamentada en los principios de contabilidad generalmente aceptados por la profesión contable y sujetos a regulaciones de orden legal (LÓPEZ Carlos, 2009, p. 3).

Son documentos que ayudan a llevar la contabilidad de las cuentas de una empresa para preservar razonablemente la situación financiera, los resultados de las operaciones, los cambios en el patrimonio y en sí la posición financiera actual de la entidad en un periodo determinado.

1.3.5.1.1. Inversión Inicial.

Es una inversión fundamental para el éxito o fracaso de un negocio es la que se debe hacer en capital de trabajo, el proyecto puede considerar la inversión en todos los activos necesarios para poder funcionar adecuadamente, pero si no contempla la inversión en el capital necesario para financiar los desfases de caja durante su periodo (GUTIERREZ, Manuel. 2008. p. 230).

La inversión es la materialización de recursos financieros o capital para adquirir bienes, servicios, infraestructura o insumos destinados a la operación de un negocio; de cierta forma, se estaría disponiendo de recursos actuales propios o financiados, a cambio de una expectativa económica de beneficios futuros (BESLEY, Scott. 2008. p. 340).

La inversión inicial también es el capital de trabajo, forma parte de la provisión de gastos operativos en tanto se alcanza el punto de equilibrio muchos que podrían ser buenos negocios, hay que destacar que las utilidades no se presentan de inmediato en la mayoría de los negocios.

1.3.5.1.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

Los negocios como parte de su operación efectúan una gama muy amplia de transacciones entre las cuales se encuentran las relacionadas con la generación de ingresos y la erogación de gastos, por lo tanto es necesario que exista un estado financiero en el que determinen el monto de ingresos y de gastos así como la diferencia entre estos a lo cual se le llama utilidad o pérdida para el empresario (BESLEY, Scott. 2008. p. 346).

El estado de resultado radica en medir los gastos y de las deudas que demanda así mismo decisiones gerenciales dependerá que una empresa gane o pierda, este informe se conoce el resultado económico de la empresa por las actividades desarrolladas durante un periodo contable (GUTIERREZ, Manuel. 2008. p. 233).

Es un estado donde nos permite conocer todos ingresos y egresos que se realizan en la empresa con el fin de conocer si se está obteniendo una ganancia o una pérdida en el periodo donde la gerencia debe realizar el respectivo análisis para la toma de decisiones que conlleven al éxito deseado de toda empresa.

1.3.5.1.3 Balance General.

El balance general representa al termino del ciclo contable, la situación financiera de un negocio, además este estado muestra lo que llamaos patrimonio o capital (BESLEY, Scott. 2008. p. 348).

Para coincidir inteligentemente sus actividades mercantiles , el empresario desea conocer durante el ciclo contable, la situación financiera en conjunto, el importe y

la naturaleza del activo, del pasivo y del capital que comparado con el Estado de Situación Inicia, dará a conocer los motivos que han originados los cambios en el campo financiero de la empresa (GUTIERREZ, Manuel. 2008. p. 235).

El balance general es un documento contable que verifica y registra con exactitud la igualdad de las cuentas del débito y del crédito de una empresa en un determinado periodo.

1.3.5.1.4 Flujo de Efectivo.

El estado de flujo de efectivo informa sobre el origen y la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes, clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio (GUTIERREZ, Manuel. 2008. p. 231).

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final (BESLEY, Scott. 2008. p. 343).

El flujo de efectivo es un estado contable básico que deben preparar todas las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país, también provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado.

1.3.5.2 Evaluación Financiera.

1.3.5.2.1 VAN

Valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos o entradas futuras descontadas del proyecto a la inversión inicial. La tasa de descuento o actualización es la tasa mínima aceptable. Es importante analizar el resultado de las investigaciones en diferentes proyectos mediante este indicador, toma en consideración los siguientes aspectos:

CUADRO 1
REPRESENTACIÓN DEL VAN

VAN	PROYECTO
> 0	Aceptado
< 0	Rechazado
= 0	Rechazado

Fuente: Los emprendedores y la creación de empresas.

Elaborado por: Leila Juan.

(LEIVA, Juan. 2008. p. 105).

Es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos, la expresión para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n}$$

A= Capital invertido o coste inicial.

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

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

n= Horizonte temporal de la inversión o vida útil estimada para la inversión (AGUILAR, Inmaculada. 2009. p. 88).

El Valor Actual Neto se puede decir que es un método más conocido que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo financiero de un proyecto para maximizar la inversión ya sea positivo o negativo.

1.3.5.2.2 TIR

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. En la medida de las condiciones y alcance del proyecto estos deben evaluarse de acuerdo a sus características, al analizar una inversión mediante este indicador se utiliza los siguientes aspectos:

CUADRO 2
REPRESENTACIÓN DEL TIR

TIR	PROYECTO
> 0	Que el costo del capital o la tasa de descuento es Aceptado
< 0	Rechazado
= 0	Rechazado

Fuente: Los emprendedores y la creación de empresas.

Elaborado por: Leila Juan.

(LEIVA, Juan. 2008. p. 106).

La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de interés que iguala al valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización que iguala a cero el valor actual neto. La expresión que permite el cálculo del TIR en la siguiente:

$$VPN = FE_0 + \frac{FE_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FE_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1 + TIR)^n} = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1 + TIR)^t} = 0$$

$$FE_0 = \frac{FE_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FE_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1 + TIR)^n}$$

(AGUILAR, Inmaculada. 2009. p. 88).

Este método es de vital importancia dentro de una organización ya que permite medir la rentabilidad o factibilidad que ha generado el negocio sobre la inversión realizada, dicha tasa hace que el valor actual de entrada de fondos sea igual al valor actual de las salidas, es decir, que el valor actualizado neto del flujo de fondos sea cero.

1.3.5.3 Indicadores Financieros.

1.3.5.3.1 Índice de Liquidez.

Son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis, para establecer el grado de liquidez de una empresa y por ende su capacidad de generar efectivo, para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas, los más usados son los siguientes: (MENDEZ, David. 2010. p. 238).

$$\mathbf{1. Razon Corriente} = \left[\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} \right]$$

$$\mathbf{2. Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$\mathbf{3. Prueba Ácida} = \left[\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}} \right]$$

Los indicadores de liquidez se utilizan para determinar la capacidad que tiene una empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo. Cuanto más elevado es el indicador de liquidez, mayor es la posibilidad de que la empresa consiga cancelar las deudas a corto plazo (HORNGREN Charles, 2008, p. 230).

La liquidez es un indicador que señala la capacidad de la empresa para convertir sus activos en dinero, mientras mayor cantidad de dinero tenga la empresa es más líquida.

1.3.5.3.2 Índice de Productividad.

El índice de productividad ayuda a observar la productividad medida durante un periodo definido (día, semana, Mes, año) en un sistema conocido (taller, empresa, sector económico, departamento, mano de obra, energía, país) El estándar de productividad es la productividad base o anterior que sirve de referencia, las fórmulas más usadas son los siguientes: (MENDEZ, David. 2010. p. 239).

$$\mathbf{1. Margen de Utilidad Neta} = \left[\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \right]$$

$$\mathbf{2. Margen de Utilidad Bruta} = \left[\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \right]$$

$$\mathbf{3. Utilidad de Operacion} = \left[\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}} \right]$$

El rendimiento o índice de productividad muestra la capacidad que tiene la empresa en el manejo de las ventas, para generar utilidades, es decir antes y después de los gastos (HORNGREN Charles, 2008, p. 230).

Esta índice permite conocer la utilidad por la venta de un producto, el mismo pueda cubrir los costos de producción y a su vez poder determinar si el negocio invertido es factible o no.

1.3.5.3.3 Índice de Solvencia o Endeudamiento.

Son razones financieras que nos permiten establecer el nivel de endeudamiento de la empresa o lo que es igual a establecer la participación de los acreedores sobre los activos de la empresa, los más usados son los siguientes:

$$\mathbf{1. Endeudamiento} = \left[\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}} \right]$$

$$2. \text{Autonomia} = \left[\frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Total Pasivo}} \right]$$

(MENDEZ, David. 2010. p. 240).

Indicador de endeudamiento es un referente financiero cuyo objetivo es evaluar el grado y la modalidad de participación de los acreedores de la empresa en su provisión pecuniaria. Es precisar los riesgos en los cuales incurren tales acreedores y los dueños así como la conveniencia o la inconveniencia de cierto nivel deudor de la firma (HORNGREN Charles, 2008, p. 230).

Este ratio nos permita evaluar el grado de endeudamiento en un tiempo figurado de corto y largo plazo, conocer la totalidad de la deuda, estar al corriente del efectivo de los inversionistas, además saber el inicio de la deuda siempre y cuando se maneje con los respectivos documentos de respaldo.

1.3.5.3.4 Índice de Rentabilidad.

Son las razones financieras que nos permiten establecer el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas. Los que con mayor frecuencia son:

$$1. \text{Rendimiento sobre el Patrimonio} = \left[\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \right]$$

$$2. \text{Rendimiento sobre Inversion de Activos} = \left[\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital social}} \right]$$

(MENDEZ, David. 2010. p. 240).

Es el ratio más representativo de la empresa porque permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total de activos, abarcando el conjunto de ratios que comparan las ganancias de un período con determinadas partidas del estado de resultado y del estado de situación, por tales razones la dirección de la

entidad debe velar por el comportamiento de estos índices (HORNGREN Charles, 2008, p. 229).

Los índices de rentabilidad de la inversión está al tanto de la transformación de los activos y el capital, los resultados conforman la validez del trabajo en la empresa, la utilización de los recursos humanos, materiales, económicos para obtener resultados positivos.

1.3.6 Gestión Microempresarial.

1.3.6.1 PYMES.

Hace referencia a las pequeñas y medianas empresas que existen en el mercado de un país. Las pequeñas y medianas empresas o PYMES se caracterizan por ser diferentes a las grandes empresas, especialmente diferentes de las gigantescas multinacionales que son comunes en la actualidad. Las PYMES por lo general están compuestas por una cantidad limitada de personas o trabajadores, cuentan con un presupuesto mucho más reducido y por lo tanto reciben cierta ayuda o asistencia de los gobiernos correspondientes (CHIAVENATO Idalberto, 2008, p. 401).

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas (SAINZ José, 2009 p. 12).

Las PYMES son empresas que se caracterizan principalmente por contar con un nivel de recursos y posibilidades mucho más reducidas que los de las grandes empresas, por lo general estas empresas están compuestas por una cantidad limitada de personas o trabajadores, cuentan con un presupuesto mucho más reducido y por lo tanto reciben cierta ayuda del Estado.

1.3.6.2. Importancia de PYMES.

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

La importancia de la PYMES en la economía de un país es un hecho indiscutible, más aún si son analizadas las consecuencias de sus actividades empresariales en el desarrollo integral de una sociedad, en una economía de mercado, el empresario es la pieza clave, si no hay empresarios, no hay empresa, no hay creación de puestos de trabajo, ni creación de riqueza, dentro del conjunto de empresas, las pequeñas y microempresas constituyen la espina dorsal del desarrollo económico (CHIAVENATO Idalberto, 2008, p. 412).

En diferentes investigaciones realizadas en el Ecuador, las pequeñas y medianas empresas han sido señaladas como uno de los principales participantes del crecimiento económico así como de la creación de empleos de un país.

1.3.6.3 Funciones de la Gestión Empresarial.

1.3.6.3.1 Planificación.

Mediante la planificación estratégica, la empresa decide lo que quiere hacer con cada unidad de negocio, la planificación de marketing se ocupa de decidir que estrategias de marketing ayudarán a la empresa a conseguir sus objetivos estratégicos generales. Cada área producto o marca requiere un plan de marketing específico (LONGENECKER Justin, 2010, p. 115).

Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados (AYALA Jorge, 2009, p. 19).

Se determina qué es lo que se va a hacer la empresa en el futuro, cuándo se lo va a realizar, cómo se lo va a implementar, dónde se lo va a hacer, quién lo llevará a cabo y cuánto va a costar un proyecto.

1.3.6.3.2 Organización.

La organización es donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, Sin embargo, lo importante es hacer que tal trabajo represente una verdadera contribución a los objetivos de la empresa y no se reduzca simplemente a las tareas que el individuo desea realizar. (LONGENECKER Justin, 2010, p. 115).

Organizar consiste en efectuar una serie de actividades humanas, y después coordinarlas de tal forma que el conjunto de las mismas actúe como una sola, para lograr un propósito común (AYALA Jorge, 2009, p. 19).

Es de vital importancia que dentro de una empresa exista una organización bien fundamentada, para que de esta manera los socios o empleados trabajen de manera coordinada con el fin de cumplir con los objetivos establecidos.

1.3.6.3.3 Dirección.

La 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 (LONGENECKER Justin, 2010, p. 116).

Esta etapa del proceso administrativo, llamada también ejecución es una función de tal trascendencia, que algunos autores consideran que la administración y la dirección son una misma cosa (VILLACIS José, 2007, p. 19).

La dirección es la función de la administración, que pone en práctica las actividades establecidas en la planificación y organización, que tiene como fin liderar la ejecución de las acciones empresariales, con la pretensión de alcanzar la mayor eficacia.

1.3.6.3.4 Control.

Se busca establecer la posición actual con relación al destino que se ha determinado en la fase de planeación, en ésta fase se establecen normas de operación, se evalúan los resultados actuales contra los estándares ya establecidos y se disminuyen las diferencias entre el funcionamiento deseado y lo real (LONGENECKER Justin, 2010, p. 116).

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos (BRAVO Robert, 2007, p. 205).

El control es un proceso de evaluación del desempeño, que toma como patrón el cumplimiento de las actividades que fueron establecidas durante la planificación, que permite a los principales directivos de la empresa, verificar la situación de la misma, para que la toma de decisiones sea oportuna, rápida y efectiva.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

2.1 Breve Caracterización de la Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51 en el Cantón La Maná.

El análisis se llevó a cabo en las Parroquias del Cantón La Maná, las mismas que se encuentran ubicada en la región occidental de las colinas externas de la cordillera de Los Andes, zona templada subtropical entre los 200 y 1150 msnm, que une la costa y la sierra ecuatoriana, siendo esta tierra fértil para la agricultura.

Políticamente el Cantón La Maná se compone de cinco Parroquias, dos rurales como Guasaganda, Pucayacu y tres urbanas siendo El Carmen, El Triunfo y La Maná.

Estas parroquias son netamente agrícolas entre frutales con más de un 70% de su población dedicada a la agricultura, mientras que la mayor producción es de cacao encontrándose en la zona baja específicamente en La Maná, sin embargo existen pequeños sembríos en las Parroquias de Guasaganda, Pucayacu, el Triunfo y el Carmen. Las características agroecológicas determinan alta potencialidad para el desarrollo del cultivo del cacao, sin embargo, debido al desconocimiento de técnicas mejoradas de producción, los rendimientos actuales son inferiores al promedio nacional. A lo anterior se suma la cadena de comercialización que castiga al productor y la débil organización campesina.

2.2 Verificación de las Preguntas Científicas.

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

Para la elaboración de presente proyecto investigativo fue necesario utilizar fundamentos teóricos relacionados con el análisis, empleando instrumentos como: páginas web, libros actualizados, tesis de grado los cuales sirvieron de base para el desarrollo del primer capítulo.

Aceptación

Los fundamentos teóricos en los que se basa el proyecto de producción, comercialización, rentabilidad y economía del cacao CCN 51 se ha cumplido en su totalidad, gracias al aporte teórico de los varios autores y también el análisis personal.

- **¿Cuáles son las principales causas de la escasez de un estudio de producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN 51 para recomendar sugerencias de mejoramiento de la economía del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi año 2011?**

Después de haber realizado las encuestas a los productores e intermediarios de cacao del Cantón La Maná se pudo llegar a la conclusión de que no se ha llevado a cabo un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN 51 y su relación con la Economía del Cantón, siendo sus causas la obtención de un producto que no sea de calidad por la falta de capacitación sobre producción y todos los factores que se deben tomar en cuenta en los cálculos para conocer los costos de producción y poder determinar la rentabilidad del mismo.

Aceptación

Las principales causas del entorno en que se genera la problemática son admitidas en la búsqueda de soluciones óptimas en el análisis, con el propósito de obtener mejores alternativas de solución para el estudio y con ello ayudar a los productores de cacao del Cantón La Maná.

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

Para realizar un estudio especialmente a la producción, comercialización y rentabilidad del cacao en el Cantón debe ser analítico, sistemático y objetivo; porque es un proceso de estudio, revisión, análisis de actividades planificadas y programadas bajo una metodología establecida claramente.

Aceptación

Según lo expuesto anteriormente el estudio ayudará al mejoramiento de la producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN 51, aplicando parámetros establecidos mediante un análisis planificado, controlado para la obtención de los objetivos que son comercializar un mayor volumen de producción de calidad mediante varios factores que inciden como: asesoramiento técnico y financiero, de esta manera conocer si existe rentabilidad en la producción y por ende obtener mejores oportunidades de progresos para los productores de cacao en el Cantón La Maná.

CUADRO 3

2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensión	Sub-dimensión	Indicadores	Instrumento
GESTION MICRO EMPRESARIAL (X)	<i>Producción</i>	Proceso de Producción.	Siembra Mantenimiento Cosecha	E N C U E S T A S
		Elementos de la Producción	Tierra Capital Trabajo	
	<i>Comercialización</i>	Canales de Comercial.	Canal Directo Canal Indirecto	
		Mercado	Oferta Demanda	
		Variable de Marketing Mix.	Producto Precio Promoción Plaza	
	<i>Costos</i>	<i>Costo de Producción</i>	Costo Directo	
			Costo Indirecto	
			Costo de Materia Prima	
			Costo de Mano de Obra	
			CIF	
			Costo Fijo	
			Costo Variable	
Punto de Equilibrio				
<i>Rentabilidad</i>	<i>Estados Financieros</i>	Inversión Inicial		
		Estado de pérdidas y ganancias Balance General Flujo de Efectivo		
	Proceso de Producción.	VAN TIR		
<i>Indicador Financiero</i>	I. Liquidez			
	I. Productividad			
	I. Solvencia			
	I. Rentabilidad			
ECONOMÍA (y)	Ramas de economía	Macro economía	PIB Balanza Comercial	
		Micro economía	Ingreso Per cápita	

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel

2.4 Metodología de la Investigación.

2.4.1. Tipos de Investigación.

En el presente proyecto de tesis se utilizó las siguientes investigaciones:

- **Exploratoria.** Permitió conocer las características necesarias, suficientes para realizar un análisis de la producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN 51, mediante la búsqueda de antecedentes estadísticos o referenciales útiles para el adelanto de la tesis.

- **Descriptiva.** Tuvo como finalidad obtener información que permitió conocer e identificar las características de los productores e intermediarios de cacao, de la misma forma proporcionó la descripción de los procesos inmersos y la evaluación de las variables tales como producción, comercialización y rentabilidad.

- **Correlacionales** por cuanto se ha establecido varias relaciones de variables de manera simple, tales como:
 - La relación existente entre la producción, comercialización, rentabilidad y la economía.
 - Relación existente entre la cadena productiva, canales de distribución y ventas.

- Finalmente, el estudio **explicativo** que sirve para estudiar y determinar las causas y efectos de la problemática a resolverse.

2.4.2 Metodología.

El trabajo de tesis se fundamentó en el diseño no experimental mediante el lineamiento transaccional para el levantamiento de datos que se hace en una sola instancia del trabajo a lo largo de la población o tamaño de muestra establecida.

Además, la metodología que se utilizó en nuestra investigación es una propuesta orientada al mejoramiento del trabajo que desarrollan los productores del clon de cacao CCN 51 y esta se fundamentó en las estrategias para la superación de las debilidades y optimización de las fortalezas de la industria en el estudio.

2.4.3 Unidad de Estudio

2.4.3.1 Población Universo

La población universo inmersa en la investigación, está compuesta por los productores de las Parroquias Guasaganda, Pucayacu, El Carmen, El Triunfo y La Maná y los intermediarios del Cantón de La Maná, Provincia de Cotopaxi.

CUADRO 4
POBLACIÓN POR ESTRATO

ESTATUS	POBLACIÓN
Intermediarios	7
Productores	427
TOTAL	434

Fuente: MAGAP sede La Maná y INEC proyección de población, año 2010
Realizado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

2.4.3.2 Tamaño de la Muestra

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

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

Donde:

N = Población

n = Tamaño de la muestra

E = Error (0,05)

Desarrollo de la fórmula:

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

$$n = \frac{434}{(0,05)^2 (434 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{434}{(0,0025) (433) + 1}$$

$$n = \frac{434}{1.0825+1}$$

$$n = \frac{434}{2.0825}$$

$$n = \mathbf{208}$$

La investigación se basó en la encuesta a 208 Productores de Cacao CCN 51.

2.4.3.3 Criterios de selección de la muestra

CUADRO 5
MUESTRA POR ESTRATO

ESTATUS	POBLACIÓN	FRACCIÓN	MUESTRA
Intermediario	7	0.479262672	3
Productores	427	0.479262672	205
TOTAL	434		208

Fuente: MAGAP sede La Maná y INEC proyección de población, año 2010.

Realizado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

El cuadro anterior dio a conocer la cantidad de intermediarios y productores que formaron parte de la investigación, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

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

$$f = \frac{208}{434}$$

$$f = 0.479262672$$

Donde:

f= Factor de Proporcionalidad

n= Tamaño de la Muestra

N=Población Universo

La selección de la muestra se realizó mediante el método aleatorio estratificado proporcional, en base a los datos del cuadro anterior.

2.4.4 Métodos y Técnicas a Ser Empleadas.

2.4.4.1 Métodos.

En la investigación se aplicó los siguientes métodos:

- **Inducción** el cual dió a conocer los resultados de las encuestas aplicadas a los productores e intermediarios del Cantón La Maná.
- **Deducción**, debido a que todos los negocios necesitan de canales de distribución para mejorar las ventas; por tanto los productores de cacao CCN 51 para que desarrollen su actividad comercial.
- **Análisis**, para identificar los elementos y las relaciones existentes entre ellos: Producción, Comercialización y Rentabilidad de la fruta señalada, siendo una relación relevante de dichos elementos, la generación de estadísticas del Cacao CCN 51 en el Cantón La Maná.
- Finalmente, la **síntesis**, se estudió los elementos establecidos en el proyecto, con el fin de verificar que cada uno de ellos y obtener información necesaria para lograr un resultado final, de esta manera alcanzar los objetivos totalizadores que se persigue.

2.4.4.2 Técnicas.

Para el levantamiento de datos de la investigación se manejó la técnica de encuesta aplicable a los productores e intermediarios de cacao del Cantón siendo la manera más adecuada para obtención de datos y proceder a la interpretación de resultados.

2.4.5. Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao en el Cantón La Maná.

1. ¿Cuál de estos productos comercializa con frecuencia?

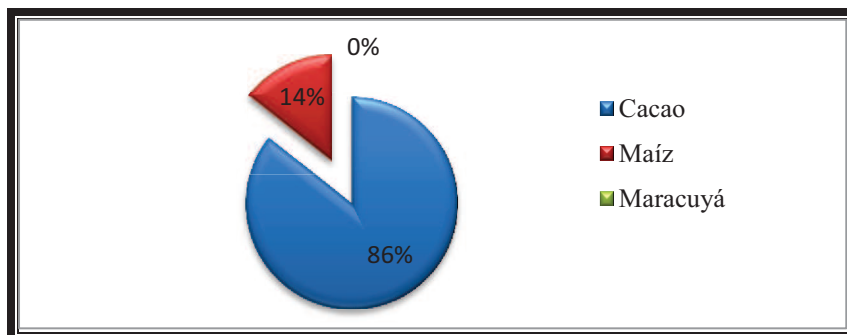
CUADRO 6
PRODUCTO QUE COMERCIALIZA CON FRECUENCIA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Cacao	6	86%
Maíz	1	14%
Maracuyá	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 3
PRODUCTO QUE COMERCIALIZA CON FRECUENCIA.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 14% de un total de 7 intermediarios se dedican a la comercialización de maíz, mientras que el 86% se dedican a la comercialización del cacao CCN 51, siendo productos originales de la zona, adaptable al tipo de suelo, el mismo ofrece una gran producción en cualquier época del año.

2. ¿Hace que tiempo se dedica a la actividad como comerciante de cacao?

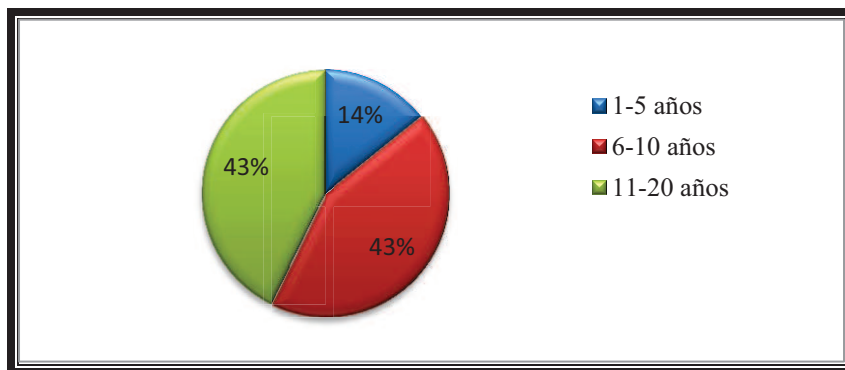
CUADRO 7
ACTIVIDAD COMO COMERCIANTE.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
1-5 años	1	14%
6-10 años	3	43%
11-20 años	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 4
ACTIVIDAD COMO COMERCIANTE.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con los datos recopilados indican que el 43% de los intermediarios han permanecido de 11 a 20 años en la actividad de comerciantes de cacao, también el mismo porcentaje de 6 a 10 años y por último el 14% que representa a un intermediario tiene de 1 a 5 años siendo una actividad beneficiosa porque la cosecha es constante y de esta forma los intermediarios llevan mucho tiempo en esta actividad en el Cantón La Maná.

3. ¿Qué tipo de cacao compra en mayor volumen?

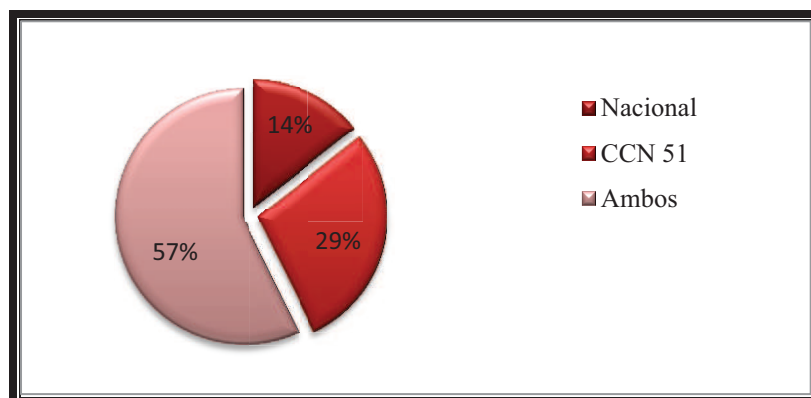
CUADRO 8
TIPO DE CACAO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Nacional	1	14%
CCN 51	4	57%
Ambos	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 5
TIPO DE CACAO.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Los resultados obtenidos, nos indican que el 14% se dedican solo a la comercialización del cacao nacional, así como el 29% compran los dos tipos de cacao y mientras que el 57% de los intermediarios comercializan el clon de cacao CCN 51 por ser un producto de calidad, el grano es más grande y existe mayor volumen de la producción.

4. ¿En qué grado de humedad compra el cacao?

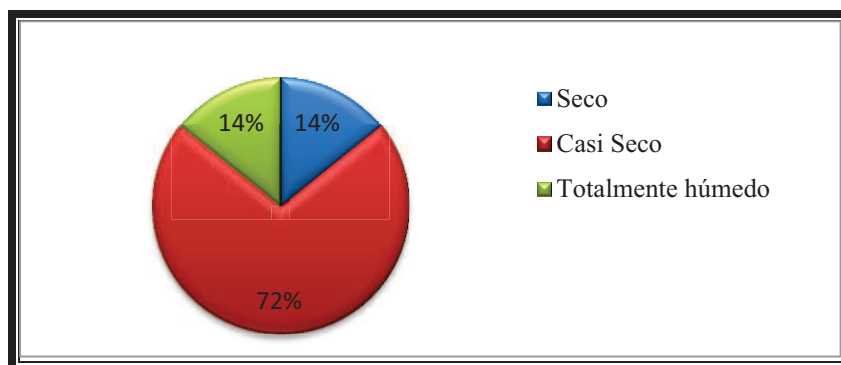
CUADRO 9
ESTADO DE CACAO.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Seco	1	14%
Casi Seco	5	72%
Totalmente húmedo	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 6
ESTADO DE CACAO.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos se encontró que el 14% de los encuestados comercializan el grano de cacao totalmente húmedo, también el 14% compra en estado seco y mientras que el 72% corresponde a 5 de los intermediarios compran el cacao casi seco porque en ese estado venden la mayor parte de los productores, el mismo les beneficia a los comerciantes siendo que les disminuyen a los productores una cierta cantidad por cada quintal de cacao comprado.

5. ¿Qué cantidad de Cacao compra anualmente?

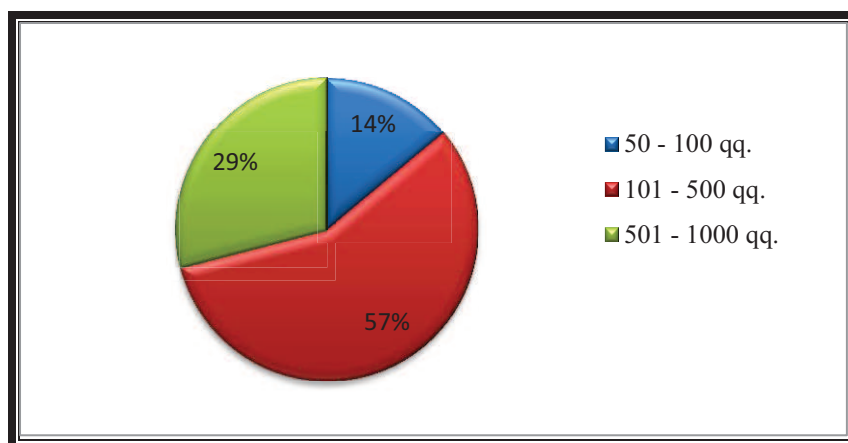
CUADRO 10
CANTIDAD DE CACAO.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
50 - 100 qq.	1	14%
101 - 500 qq.	4	57%
501 - 1000 qq.	3	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 7
CANTIDAD DE CACAO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

De los datos obtenidos se concluye que de los 7 intermediarios de cacao comercializan el 14% en un intervalo de 50 a 100 qq, por otra parte el 29% de ellos adquieren de 501 a 100 qq y mientras que el 57% compran de 101 a 500 qq anualmente, por la gran demanda de cacao siendo su clima y el suelo de esta zona es apto para este tipo de cultivo.

6. ¿Qué método utiliza para secar el grano de cacao?

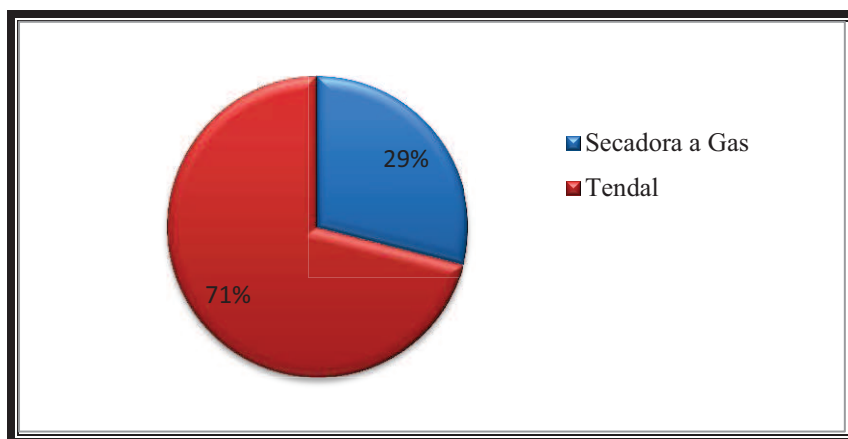
CUADRO 11
SECADO DE CACAO.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Secadora a Gas	2	29%
Tendal	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao..

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 8
SECADO DE CACAO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Según los resultados obtenidos de los 7 comerciantes el 29% correspondiente a 2 personas utilizan secadora a gas, mientras que el 71% que son 5 intermediarios utiliza tendales, es decir el sistema de secado natural por el sol por que no cuentan con locales propios y además la comercialización del producto es inmediata a las exportadoras.

7. ¿Cuál es el precio que cobra por quintal de cacao el agricultor?

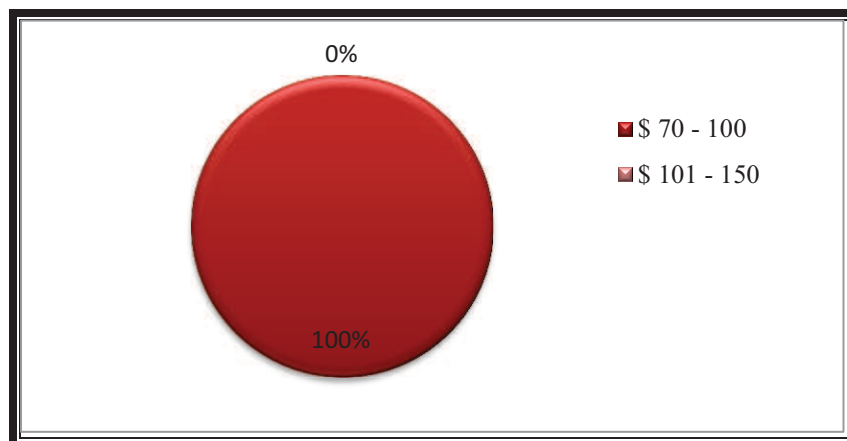
CUADRO 12
PRECIO DEL CACAO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
\$ 70 - 100	7	100%
\$ 101 - 150	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 9
PRECIO DEL CACAO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Los resultados obtenidos indican que el 100% correspondiente a 7 intermediarios dieron a conocer que está en un intervalo de 70 a 100 dólares por quintal, se encuentra en un nivel rentable, debido a la gran producción de cacao por temporada siendo el mismo un producto agrícola que se exporta en cantidades superiores que otros productos que se dan en la zona.

8. ¿La comercialización de cacao le genera rentabilidad?

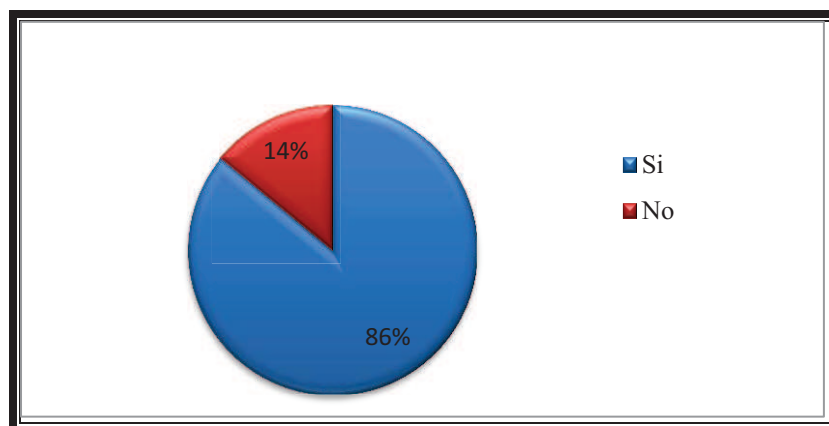
CUADRO 13
COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	6	86%
No	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 10
COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 14% correspondiente a un productor expreso que la comercialización de cacao no le genera rentabilidad, mientras que el 86% que equivale a 6 intermediarios dicen que si genera un margen de beneficios siendo que el cacao se comercializa en materia prima a gran escala para la elaboración del chocolate, por lo que su precio de comercialización es rentable.

9. ¿A qué lugares comercializa el cacao?

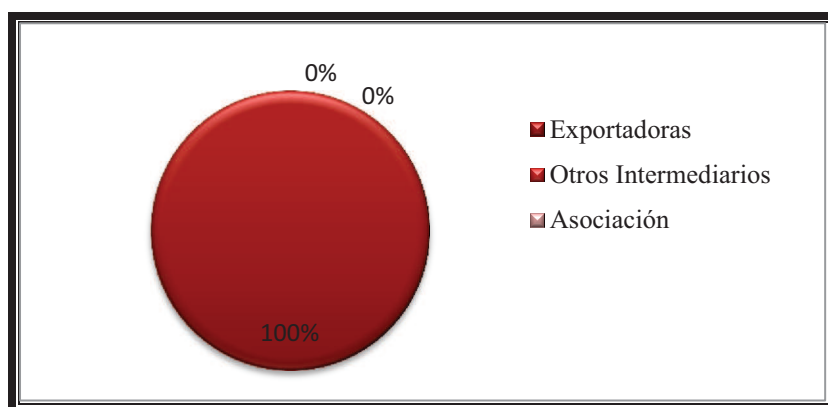
CUADRO 14
LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Exportadoras	7	100%
Intermediarios	0	0%
Asociación	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao..

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 11
LUGAR DE COMERCIALIZACION DEL CACAO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 100% de los intermediarios del Cantón venden su producción a las exportadoras de Quevedo por ser el lugar más cercano, pagan a un precio conveniente y no tienen los medios y contactos suficientes para exportar directamente a otros países.

10. ¿En qué periodo de tiempo existe mayor demanda de la producción de cacao?

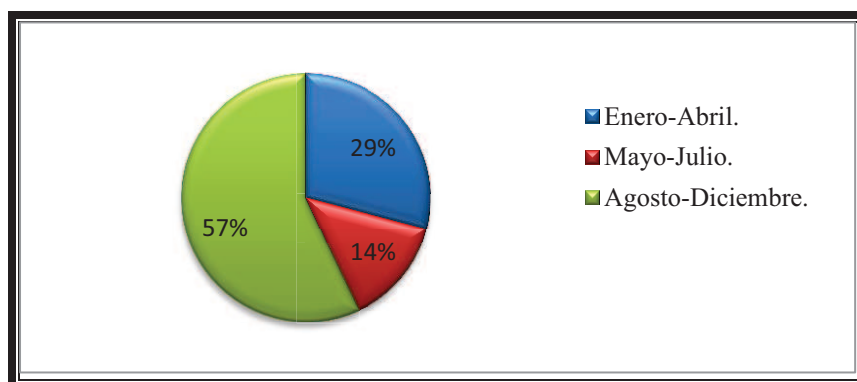
CUADRO 15
PERIODO DE MÁS PRODUCCIÓN DE CACAO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Enero-Abril.	2	29%
Mayo-Julio.	1	14%
Agosto-Diciembre.	4	57%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 12
PERIODO DE MÁS PRODUCCIÓN DE CACAO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Intermediarios de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 14% de los encuestados expresaron que en los meses de mayo-julio hay escases en la producción, el 29% dieron a conocer que en el mes de enero-abril la producción es poco ofertante, mientras que los otros 42% opinaron que donde existe mayor producción de cacao es de agosto-diciembre, la temporada de invierno por la calidad de suelo, la temperatura, la precipitación y clima son de vital importancia para la producción de cacao.

2.4.6 Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao CCN 51 en el Cantón La Maná.

1. ¿Qué producto comercializa con frecuencia?

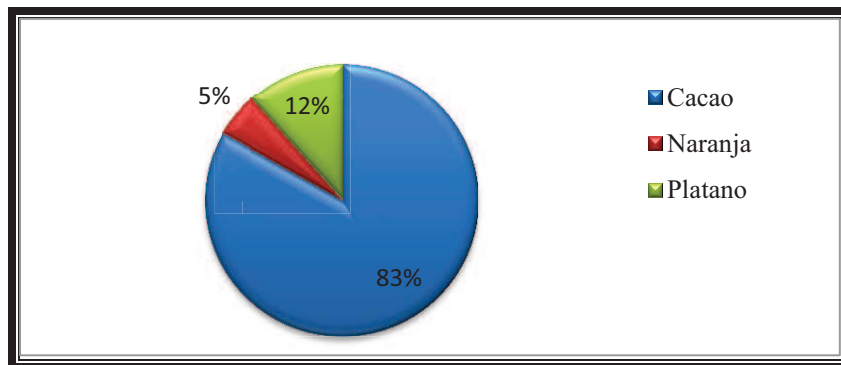
CUADRO 16
CULTIVOS QUE COSECHA CON FRECUENCIA.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Cacao	173	83%
Naranja	11	5%
Plátano	24	12%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 13
CULTIVOS QUE SE COSECHA CON FRECUENCIA.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

De los resultados obtenidos el 5 % de los 208 productores se dedican a cosechar la Naranja, el 12% cosecha plátano y mientras que el 83% produce cacao, por su capacidad de resistir contra las plagas, enfermedades, fácil manejo y mayor volumen de producción por ende si genera rentabilidad.

2. ¿Por qué se decidió usted dedicarse al cultivo el cacao?

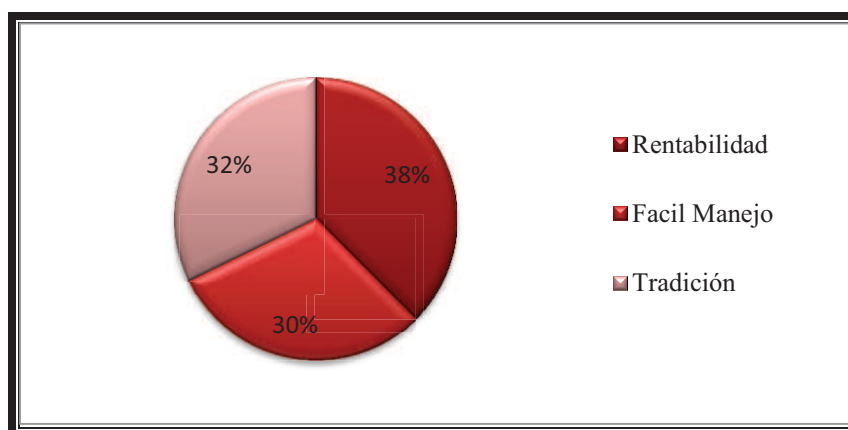
CUADRO 17
DECISIÓN POR CULTIVAR.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Rentabilidad	78	38%
Fácil Manejo	63	30%
Tradicición	67	32%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 14
DESICIÓN POR CULTIVAR.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Según la información recopilada de los productores de cacao el 30% que equivale a 63 personas dedican a esta actividad por Fácil manejo, el 32% que representa a 67 cultivan por tradición y el 38% correspondiente a 78 productores cultivan el cacao porque le genera rentabilidad para mantener la situación económica de suplantación y de la familia.

3. ¿Qué tipo de cacao cosecha con más frecuencia?

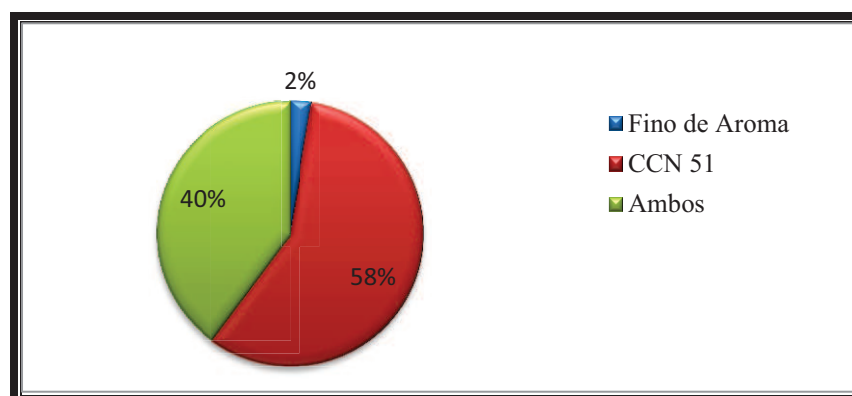
CUADRO 18
TIPO DE CACAO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Fino de Aroma	5	2%
CCN 51	120	58%
Ambos	83	40%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 15
TIPO DE CACAO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos indican que el 2% que equivale a 5 personas que se dedican solo a cultivar a la producción fino de aroma, por lo tanto el 40% corresponde a 83 individuos que cosecha los dos tipos de clones, mientras el 58% referente a 120 productores se dedican a la producción de cacao de tipo CCN 51, siendo el mismo muy reconocido en el mercado, de buena calidad y con un precio accesible.

4. ¿Tiene cultivos intercalados o asociados en el cacao?

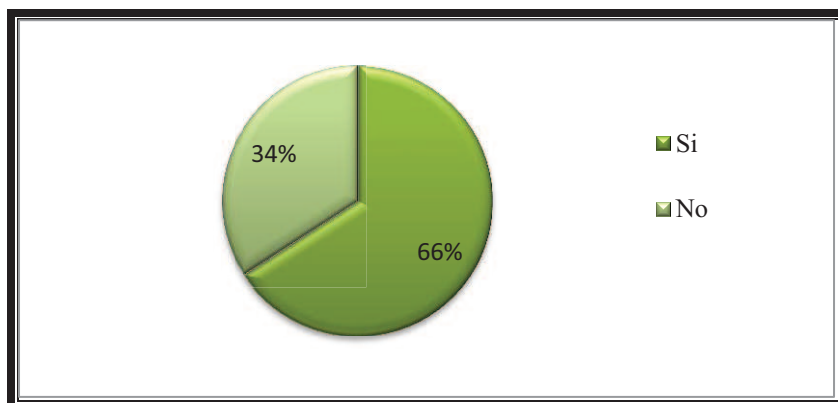
CUADRO 19
CULTIVOS INTERCALADOS O ASOCIADOS.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	137	66%
No	71	34%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 16
CULTIVOS INTERCALADOS O ASOCIADOS.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Los resultados de los 208 productores encuestados señalan que el 34% corresponde a 71 personas que no tienen otros tipos de cultivos en medio del plantío y el 66% que representa a 137 productores si tienen en sus plantaciones cultivos intercalados o asociados para aprovechar el terreno y obtener mejores ingresos.

5. ¿Recibe asistencia técnica en el cultivo de cacao?

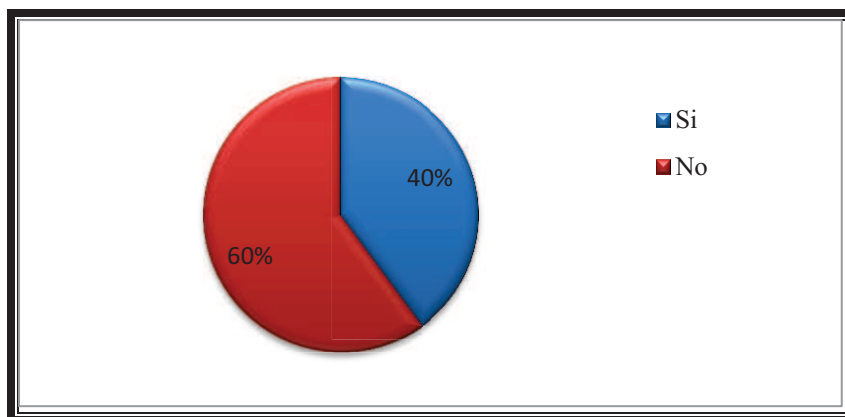
CUADRO 20
ASISTENCIA TÉCNICA.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	83	40%
No	125	60%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 17
ASISTENCIA TÉCNICA.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 40% correspondiente a los 83 productores dieron a conocer que si recibían asistencia técnica, mientras que el 60% de los 125 productores no reciben asistencia técnica sobre la producción de cacao, siendo de vital importancia la utilización de la nueva tecnología y capacitación, ya que la mayor parte de ellos no están organizados.

6. ¿Qué tipo de químicos emplea en el cacao CCN 51?

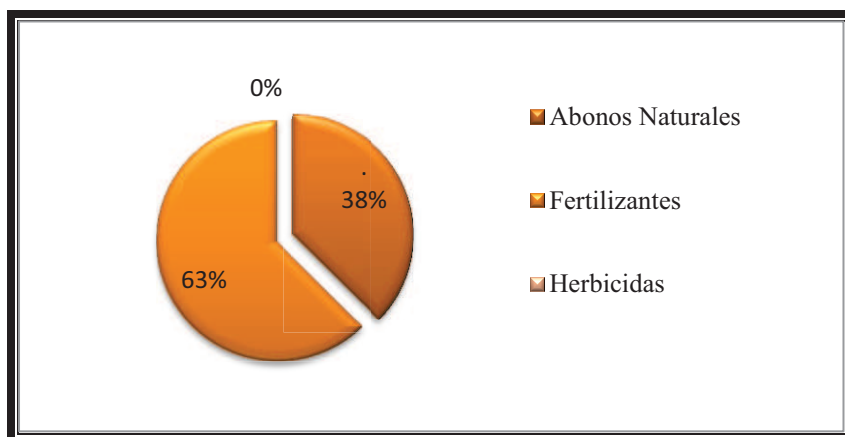
CUADRO 21
TIPO DE QUÍMICOS

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Abonos Naturales	78	38%
Fertilizantes	130	63%
Herbicidas	0	0%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 18
TIPO DE QUIMICOS



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

De los 208 productores de cacao el 38% corresponde a 78 personas utilizan abonos naturales en las plantaciones de cacao y el 63% equivalente a 130 productores que utilizan fertilizantes para obtener productos de calidad, mayores beneficios y para el buen desarrollo de la planta previniendo plagas, enfermedades.

7. ¿Cuántas hectáreas de terreno tiene destinadas al cultivo de cacao?

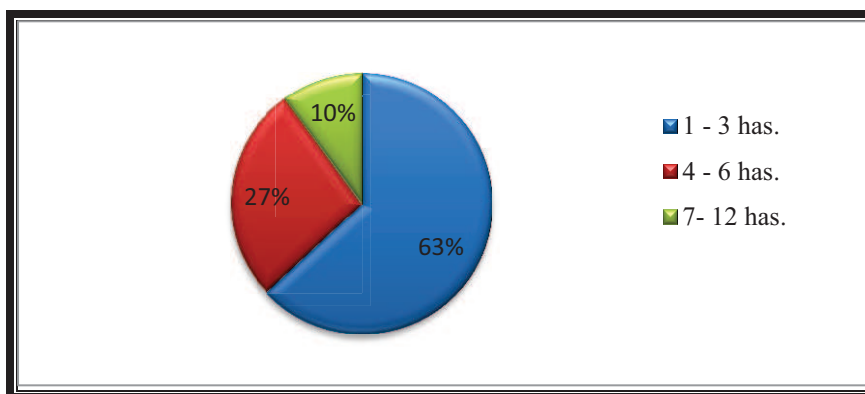
CUADRO 22
TERRENO DESTINADO AL CULTIVO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
1 - 3 has.	131	63%
4 - 6 has.	56	27%
7- 12 has.	21	10%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 19
TERRENO DESTINADO AL CULTIVO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 10% que abarca a 21 encuestados cuentan con una plantación de 7 a 12 hectáreas, mientras que el 27% corresponde a 56 individuos destinando de 4 a 6 hectáreas y la mayoría de ellos son pequeños productores destinan 1 a 3 hectáreas con un porcentaje de 63%, es un porcentaje considerable gracias a la calidad de tierra y variedad del clima y de esta manera aportar con la economía del Cantón.

8. ¿Cuántos quintales de cacao comercializa mensualmente?

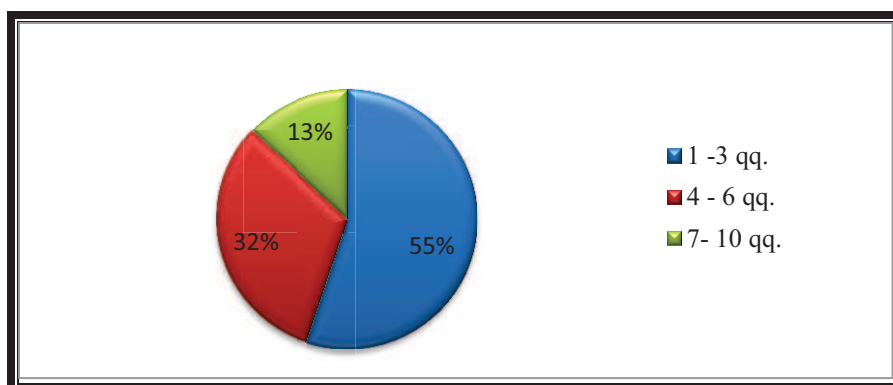
CUADRO 23
CANTIDAD DE CACAO QUE SE COMERCIALIZA.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
1 -3 qq.	115	55%
4 - 6 qq.	67	32%
7- 10 qq.	26	13%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 20
CANTIDAD DE CACAO QUE COMERCIALIZA.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 13% que pertenece a 26 encuestados venden el cacao de 7 a 10 quintales mensualmente, el 32% corresponde a 67 productores comercializa de 4 a 6 quintales, mientras que el 55% equivale a 115 personas comercializan de 1-3 quintales mensualmente por la gran cantidad de producción, facilidad para su cosecha en cualquier temporada.

9. ¿Cómo financia la plantación y la producción de cacao?

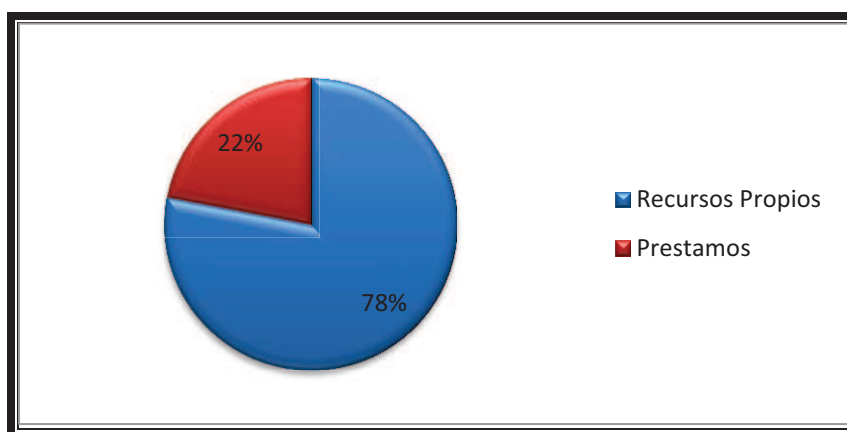
CUADRO 24
CAPITAL INVERTIDO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Recursos Propios	163	78%
Prestamos	45	22%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 21
CAPITAL INVERTIDO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 22% concernientes a 45 encuestados han realizado préstamos para realizar su plantación, mientras que el 78% corresponde a 163 productores utilizan sus recursos propios para obtener su plantación de cacao CCN 51 de esta manera tener una solidez estable y no tener endeudamientos con entidades bancarias

10. ¿Cuál es el precio que usted vende por cada libra de Cacao?

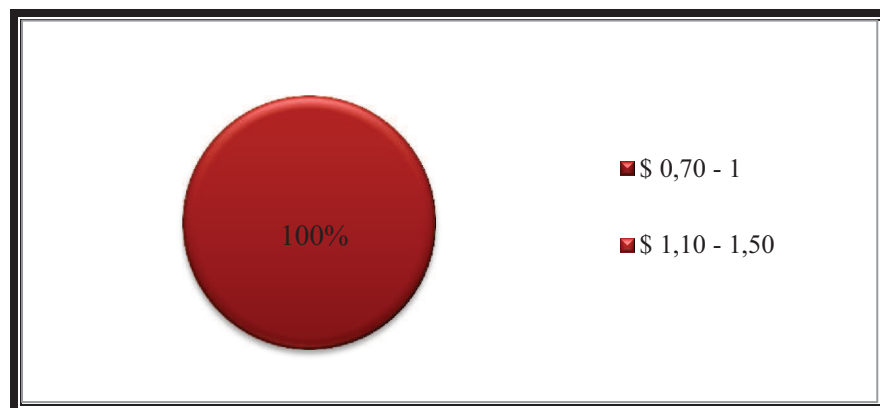
CUADRO 25
PRECIO DEL CACAO

Descripción	Frecuencia	%
\$ 0,70 - 1	208	100%
\$ 1,10 - 1,50	0	0%
Total	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 22
PRECIO DEL CACAO



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 100% que representa a 208 productores encuestados dieron a conocer que el precio del cacao está en un intervalo de \$ 0,70 a \$1 en la actualidad es rentable debido a la gran demanda de la producción por temporadas, mientras que los productores obtienen mayor beneficio y de esta manera cubrir los gastos invertido en la plantación.

11. ¿El precio actual del producto cubre sus costos de producción?

CUADRO 26

PRECIO ACTUAL CUBRE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.

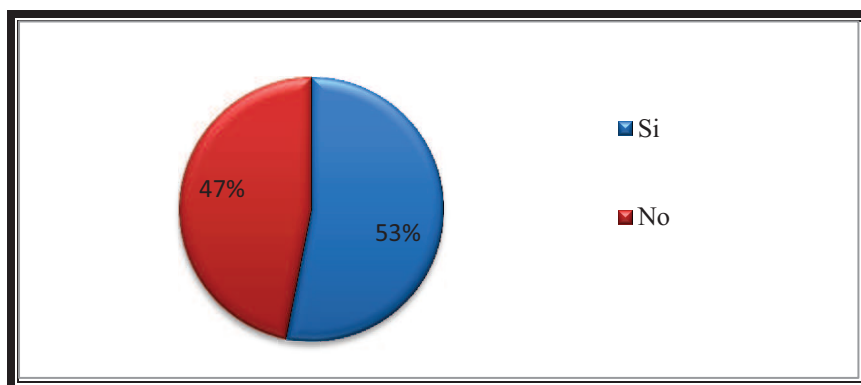
Descripción	Frecuencia	%
Si	110	53%
No	98	47%
Total	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 23

PRECIO ACTUAL CUBRE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Los resultados manifiestan que el 53% de productores indicaron que si generaba rentabilidad, mientras que el 47% personas dieron a conocer que el precio que pagan por cada quintal de cacao no genera rentabilidad.

En la temporada de invierno es donde existe mayor oferta del producto, mientras que en las temporadas de verano escasea un poco la producción y sube el precio por quintal.

12. ¿A qué lugares comercializa el producto?

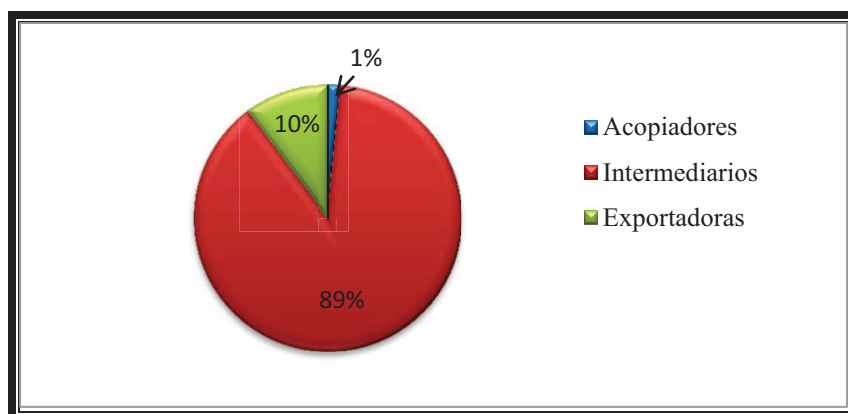
CUADRO 27
LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Acopiadores	3	1%
Intermediarios	184	89%
Exportadoras	21	10%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 24
LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

El 10% de 21 productores comercializan el cacao directamente a exportadoras, 3 productores equivalente al 1% venden su producto a acopiadores, mientras que 184 productores de cacao venden su producto a intermediarios es decir el 89% por la cercanía y facilidad de vender su producto.

13. ¿Conoce usted lo que es un estudio de Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51?

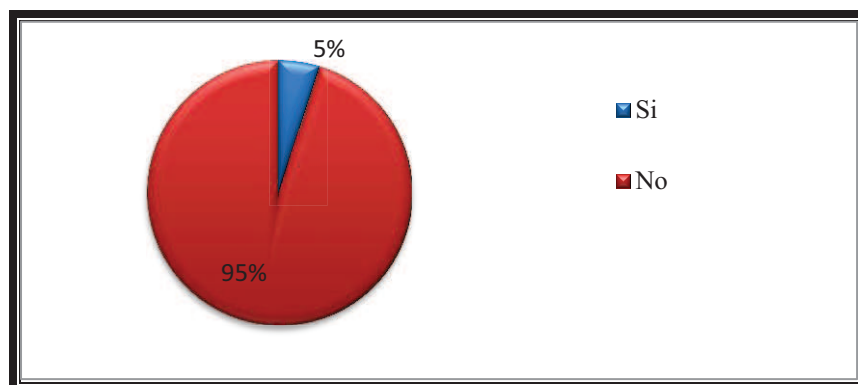
CUADRO 28
CONOCIMIENTO DE UN ESTUDIO.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	10	5%
No	198	95%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 25
CONOCIMIENTO DE UN ESTUDIO.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos indican que el 5% que representa a 10 personas encuestadas si conocen lo que es un análisis de Comercialización y Rentabilidad de la producción de cacao CCN 51, mientras que el 95% corresponde a 198 productores desconocen lo que es un estudio previo siendo que los productores solo se dedican al cultivo del campo y únicamente cursaron la primaria.

14. ¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio previo de la Producción, Comercialización y Rentabilidad del cacao CCN 51 en el Cantón?

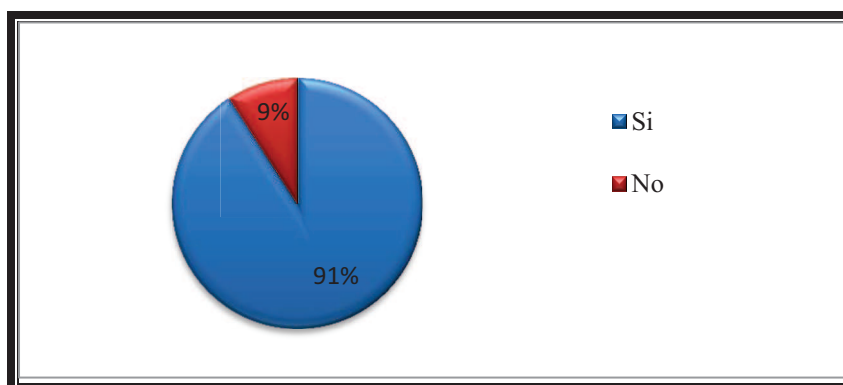
CUADRO 29
REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	189	91%
No	19	9%
TOTAL	208	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 26
REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO.



Fuente: Encuestas Aplicadas a los Productores de Cacao.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación:

Se puede observar que el 9% que son 19 personas no están de acuerdo que se realice un estudio previo, mientras que el 91% correspondiente a 189 productores si estaban de acuerdo con la pregunta planteada para conocer más de cerca sobre las necesidades, cantidades de producción y el nivel de precios del cacao en el Cantón La Maná.

2.4.7 Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas.

Luego de haber realizado las encuestas correspondientes a los intermediarios y productores de cacao CCN 51 del Cantón La Maná, he pudo determinar que la mayor parte de los productores son de medianos recursos económicos que se dedican a esta actividad, por la facilidad de cosecha y mayor cantidad de producción, para mantener su economía familiar.

2.4.7.1 Conclusiones.

Los resultados obtenidos permiten llegar a las siguientes conclusiones:

- La mayor parte de los productores de cacao encuestados no conocen lo que es un análisis de producción, comercialización y rentabilidad de la producción de cacao, lo cual hace factible que se ejecute con éxito el trabajo investigativo de campo.
- El cacao CCN 51 siendo un producto cultivado en la zona, por que brinda rentabilidad, fácil manejo, tradición y de esta manera ayuda alcanzar los estándares de calidad con un alto rendimiento a completa exposición solar y alta densidad de siembra.
- Los productores realizan la comercialización del cacao a los intermediarios del Cantón La Maná por tal motivo no cuentan con transporte propio y medios necesarios para trasladar el producto a exportadoras.
- Gran parte de los productores de cacao no reciben asistencia técnica para el correcto manejo del cultivo, por tal motivo no tienen la capacidad para contrarrestar la presencia de nuevas plagas y enfermedades en los sembríos, los que ocasionan pérdida en la producción.

2.4.7.2 Recomendaciones.

- Es recomendable realizar un Estudio de la producción y comercialización del cacao en el Cantón para poder determinar los fundamentos, causas y características en la economía y producción de cacao.
- Se debería incentivar más a la población que se dediquen al cultivo de cacao en especial al clon CCN 51 ya que el Cantón La Maná cuenta con una zona templada subtropical con un tipo de tierra apropiada para este tipo de producción por su facilidad en el manejo y lograr mayores márgenes de rentabilidad.
- Es recomendable que los productores de cacao se asocien y busquen nuevos mercados para comercializar su producción y realizar convenios de venta al por mayor, aprovechando la demanda que este producto a adquirido en estos últimos años y así multiplicar sus ingresos.
- Es recomendable que los productores de cacao reciban capacitaciones para que realicen de manera correcta el manejo del cultivo, una vez adquirido los conocimientos técnicos podrán ponerlos en práctica y de esta manera incrementar el volumen de producción así como calidad de la fruta lo que traerá como resultado mayores beneficios económicos para los productores.

2.5 Diseño de la Propuesta.

2.5.1 Datos Informativos.

Estudio: De la Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51 (Theobroma cacao L.) y su relación con la Economía del Cantón La Mana, Provincia de Cotopaxi, año 2011.

Productores 208 distribuidos en:	Parroquia Guasaganda	70
	Parroquia El Carmen	67
	Parroquia El Triunfo.	43
	Parroquia Pucayacu	25
	Parroquia La Maná	3

Intermediario: 7 Intermediarios del Cantón La Maná.

Ubicación: Provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná.

Autora: Molina Mayorga Jenny Raquel.

2.6 Justificación.

El trabajo investigativo tuvo como finalidad realizar un Estudio de la Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51 (*Theobroma cacao* L.) y su relación con la Economía del Cantón La Maná año 2011, poniendo en práctica los conocimientos, técnicas adquiridos durante el proceso de formación universitaria ya que existe una gran demanda de este producto en el mercado local, nacional y provincial.

Este proyecto constituye como una novedad científica ya que es nuevo en el Cantón La Maná, realizar un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad del Cacao CCN 51, esto proporcionará consecuencias positivas, veraz y oportuno para un completo manejo de producción y comercialización de la Pepa de oro y su relación con la economía que es el desarrollo del Cantón.

La realización del trabajo fue factible y viable desde el punto de vista económico, financiero y humano ya que todo esto será cubierto por el estudiante involucrado en la elaboración del estudio.

Mediante ello se obtuvo como beneficiarios al área de investigación de la universidad, los propietarios de las fincas, intermediarios y la ciudadanía en general debido a que con la ejecución del mismo se estaría creando nuevas fuentes de trabajo y de esta manera contribuir con la economía del Cantón ya que permite brindar ingresos de divisas para el Estado.

2.7 Objetivos.

2.7.1 Objetivo General.

Realizar un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN 51 para recomendar estrategias de crecimiento y competitividad que ayuden al mejoramiento de la economía en el Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, año 2011.

2.7.2 Objetivos Específicos.

- Determinar los fundamentos técnicos necesarios para la elaboración de un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad.
- Conocer las causas de la ausencia de un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad del cacao CCN 51 para recomendar estrategias de crecimiento y competitividad que ayuden al mejoramiento de la economía en el Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, año 2011.
- Establecer las características que debe tener un estudio de producción, comercialización y rentabilidad en base a la investigación realizada.

2.8 Descripción de la Propuesta.

Metodología que se aplicó en el desarrollo del estudio:

Nº	TITULO	Pág.
3.1	Antecedentes	83
3.1.1	Análisis del Entorno Interno y Externo de los tres productores	83
3.2	Estados Financieros.	85
3.2.1	Estados Financieros del Productor Pequeño	85
3.2.1.1	Estado de Situación Inicial	85
3.2.1.2	Costo de Producción año 2011 y 2012	86
3.2.1.3	Estado de Pérdidas y Ganancias año 2011	87
•	Estado de Pérdidas y Ganancias año 2012	88
3.2.1.4	Balance General año 2011	89
•	Balance General año 2012	90
3.2.1.5	Flujo de Caja	91
3.2.1.6	Comercialización del Productor Pequeño	92
3.2.1.7	Canales de Comercialización	92
3.2.1.7.1	Canal Directo	92
3.2.1.8	Tarjetas de Presentación	93
3.2.1.9	Flujo de Producción	93
3.2.1.10	Flujo de comercialización	94
3.2.1.11	Distribución del Terreno	95
3.2.1.12	Ubicación Geográfica	96
3.2.2	Estados Financieros del Productor Mediano.	97
3.2.2.1	Estado de Situación Inicial	97
3.2.2.2	Costo de Producción	98
•	Costo de Producción	98
3.2.2.3	Estado de Pérdidas y Ganancias	99
•	Estado de Pérdidas y Ganancias año 2012	100

3.2.2.4	Balance General año 2011	101
•	Balance General año 2012	102
3.2.2.5	Flujo de Caja	103
3.2.2.6	Comercialización del Productor Mediano.	104
3.2.2.7	Canales de Comercialización	104
3.2.2.7.1	Canal Directo	104
3.2.2.7.2	Canal Indirecto	104
3.2.2.8	Tarjetas de Presentación	105
3.2.2.9	Flujo de Producción	105
3.2.2.10	Flujo de comercialización	106
3.2.2.11	Distribución de Planta	107
3.2.2.12	Ubicación Geográfica	108
3.2.3	Estados Financieros del Productor Grande.	109
3.2.3.1	Estado de Situación Inicial	109
3.2.3.2	Costo de Producción año 2011 y año 2012	110
3.2.3.3	Estado de Pérdidas y Ganancias año 2011	111
•	Estado de Pérdidas y Ganancias año 2012	112
3.2.3.4	Balance General año 2011	113
•	Balance General año 2012	114
3.2.3.5	Flujo de Caja	115
3.2.3.6	Comercialización del Productor Grande.	116
3.2.3.7	Canales de Comercialización	116
3.2.3.7.1	Canal Directo	116
3.2.3.7.2	Canal Indirecto	116
3.2.3.8	Tarjetas de Presentación	117
3.2.3.9	Flujo de Producción	117
3.2.3.10	Flujo de comercialización	119
3.2.3.11	Distribución de Planta	120
3.2.3.12	Ubicación Geográfica	121
3.3	Ratios Financieros de Productor Pequeño, Mediano y Grande.	122
3.3.1	Índice de Liquidez	122

3.3.2	Índice de Productividad	123
3.3.3	Índice de Solvencia o Endeudamiento	125
3.3.4	Índice de Rentabilidad.	126
3.3.5	Valor Actual Neto (VAN) de los tres productores	127
3.3.6	Tasa Interna de Retorno (TIR) de los tres productores	128
3.7	Influencia de la Producción de cacao, con la Economía en el Cantón La Maná	130

CAPÍTULO III

APLICACIÓN O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.

3.1. Antecedentes

3.1.1 Análisis del Entorno Interno y Externo de Producto Pequeño, Mediano y Grande.

El Cantón La Maná se ha caracterizado por ser un sector agrícola:

El Productor Pequeño. Correspondiente al Sr. Gendry García, su predio se encuentra ubicado en el Recinto 21 de noviembre perteneciente a la Parroquia Guasaganda con una extensión de una hectárea de terreno plantado de cacao CCN 51 de calidad, el mismo que no ha realizado ningún crédito bancario para llevar a cabo esta actividad con el fin de mejorar sus ingresos, cultivar la tierra utilizando sus habilidades y destrezas como productor.

El Productor Mediano. Se lo caracteriza por tener una extensión de 4 hectáreas de plantación de cacao CCN 51 ubicada en las zonas bajas del Cantón la Maná, caracterizándole como un productor mediano, el mismo que se encuentra 4 años y medio dedicada a esta actividad y su producto lo comercializa a los intermediarios de la zona, en algunos casos a exportadoras, el mismo que se ha convertido en una fuente importante de ingresos para la subsistencia de su familia.

El Productor Grande. Ubicado en el Recinto La Juan Cobo, en la actualidad comercializa su producto con más frecuencia a la exportadora de cacao y en algunos casos a intermediarios de la zona. Para llevar a cabo esta actividad

realizo un créditos bancario y dinero que obtiene de otras actividades que realiza en la misma finca, para realizar este cultivo considera que es de vital importancia recibir asesoría técnico actualizado que permita evitar o contrarrestar la presencia de plagas y enfermedades que se presentan en el medio y así aprovechar al máximo la producción, obteniendo de ello buenos resultados de calidad, el cual le permite ser un aporte al ingreso para su familia y la economía del Cantón.

CUADRO 30
ANÁLISIS FODA.

	PRODUCTOR PEQUEÑO	PRODUCTOR MEDIANO	PRODUCTOR GRANDE
FORTALEZA	Terreno propio.	Incremento de la producción.	La producción es insuperable.
	Cultivo de fácil manejo.	Capital Propio y maquinaria.	Transporte Propio
OPORTUNIDAD	Organizaciones que imparten Capacitación	Mejorar sistema de control de calidad.	Penetración en nuevos mercados.
	Alta demanda del producto.	Mano de obra externa.	Facilidad de crédito para los agricultores.
DEBILIDAD	Baja productividad.	No contar con transporte propio.	No lleva contabilidad
	Falta de conocimientos en cultivo	No obtine bien económico desde el primer año.	Falta de organización de los productores.
AMENAZA	Cambio de clima.	Variación de precios.	Ausencia de afiliación a asociaciones
	El precio altos de los insumos.	Presencia de nuevas plagas y enfermedades	Falta de apoyo de instituciones

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

3.2 Estados Financieros.

3.2.1. Estados Financieros del Productor Pequeño (Sr. Gendry García)

3.2.1.1 Estado de Situación Inicial.

Finca del Sr Henry García Estado de Situación Inicial Al 01 de Enero del 2011	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja	1.800,00
Cuentas por cobrar	50,00
Inventario Inicial	170,80
Total Activo Corriente	2.020,80
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE	
Terreno	3.000,00
Ganado equino	150,00
Total Activo Fijo no depreciable	3.150,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	
Equipo de oficina	12,00
Muebles y encerres	61,00
Construcción tendal de madera	209,50
Total Activo Fijo depreciable	282,50
TOTAL DE ACTIVOS	<u>5.453,30</u>
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas x Pagar	430,00
Total Pasivo Corriente	430,00
PATRIMONIO	
Capital	5.023,30
Total Patrimonio	5.023,30
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>5.453,30</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Comprende a los activos, el pasivo y patrimonio; el cual determinara la inversión inicial utilizada para de la producción, ver cuadro de anexos 1, 3.

3.2.1.2 Costo de Producción.

Finca del Sr Henry García		
Costo de Producción		
Al 31 Diciembre del 2011		
DETALLE	COSTO DE PRODUCCIÓN	
Inventario inicial de Materiales		170,80
(+) Compra de Materiales		149,40
(-) Inventario final de Materiales		154,00
Total de Materiales Utilizados		166,20
(+) Materiales Directos		509,70
(+) Mano de Obra Directa		300,00
(+) Costos Indirectos de la Producción		10,00
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL		985,90
.....	
GERENTE	CONTADOR	

Finca del Sr Henry García		
Costo de Producción		
Al 31 Diciembre del 2012		
DETALLE	COSTO DE PRODUCCIÓN	
Inventario inicial de Materiales		154,00
(+) Compra de Materiales		69,80
(-) Inventario final de Materiales		75,20
(=) Total de Materiales Utilizados		148,60
(+) Materiales Directos		102,80
(+) Mano de Obra Directa		380,00
(+) Costos Indirectos de la Producción		8,00
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL 2012		639,40
(+) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL 2011		985,90
(/) Números de quintales cosechadas		19
(=) Costo de unitario por qq. De cacao.		85,00
.....	
GERENTE	CONTADOR	

Nota: Para conocer el costo producción por cada qq. de cacao, se ha tomado como referencia el segundo año más el costo de producción del primer año, porque la producción comienza a partir de los 18 meses, es decir la cosecha comienza desde el segundo año, Ver cuadros de anexos 6, 7, 8.

3.2.1.3 Estado de Pérdidas y Ganancias.

Muestra que es posible generar utilidades, debido a que el rendimiento en la producción de cacao CCN 51 va incrementando hasta lograr las ventas mayores que los costos de ventas y otros gastos (inicio de la producción 18 meses), razonamiento aplicado para los tres productores.

Finca del Sr Henry García		
Estado de Pérdidas y Ganancias		
Al 31 Diciembre del 2011		
INGRESOS POR VENTAS		0
Números de qq. vendidas	0	
(x) Precio promedio (qq)	80,00	
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		985,90
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		985,90
Gastos Operacionales (A+B)		60,83
A. Gastos Administrativos		55,83
Predios rústicos	0,43	
Gastos de suministros	5,00	
Gasto depreciación de equipos de oficina	2,40	
Gasto depreciación de muebles y encerados	6,10	
Gasto depreciación del tendal de madera	41,90	
B. Gastos de Ventas		5,00
Gastos de Transporte	5,00	
Utilidad Operacional		925,07
(-) Imprevistos 8%		74,00
(=) UTILIDAD NETA		-851,07

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para calcular el Estado de Pérdidas y Ganancias. Ver cuadros de anexos 2,
8

- Estado de Pérdidas y Ganancias 2012

Finca del Sr Henry García		
Estado de Pérdidas y Ganancias		
Al 31 Diciembre del 2012		
INGRESOS POR VENTAS		1.805,00
Números de qq. vendidas	19	
(x) Precio promedio (qq)	95,00	
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		639,40
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		1.165,60
Gastos Operacionales (A+B)		59,83
A. Gastos Administrativos		51,83
Predios rústicos	0,43	
Gastos de suministros	1,00	
Gasto depreciación de equipos de oficina	2,40	
Gasto depreciación de muebles y encerres	6,10	
Gasto depreciación del tendal de madera	41,90	
B. Gastos de Ventas		8,00
Gastos de Transporte	8,00	
(=) Utilidad Operacional		1.105,77
(-) Imprevistos 8%		88,46
(=) UTILIDAD NETA		1.017,31

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para calcular el Estado de Pérdidas y Ganancias. Ver cuadros de anexos 2, 4, 8.

3.2.1.4 Balance General.

Finca del Sr Henry García		
Balance General		
Al 31 Diciembre del 2011		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		825,47
Cuentas por Cobrar		50,00
Inventario Final		154,00
Total activos Corrientes		1.029,47
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE		
Terreno		3.000,00
Ganado equino		150,00
Total Activo Fijo no depreciable		3.150,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE		
Equipo de oficina	12	9,60
(-) Dep. Equipo de oficina	-2,40	
Muebles y encerres	61	54,90
(-) Dep. Muebles y encerres	-6,10	
Construcción tendal de madera	209,50	167,60
(-) Dep. Construcción de madera	-41,90	
Total Activo Fijo depreciable		232,10
TOTAL DE ACTIVOS		<u>4.411,57</u>
 PASIVO		
CORRIENTE		
Cuentas x Pagar		430,00
Total Pasivo Corriente		430,00
PATRIMONIO		
CAPITAL		
Perdida del Ejercicio		-1.041,73
Total Patrimonio		3.981,57
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>4.411,57</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para calcular el Balance General. Ver cuadros de anexos 2, 9, 11

➤ *Balance General 2012.*

Finca del Sr Henry García		
Balance General		
Al 31 Diciembre del 2012		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		3,035.97
Cuentas por Cobrar		50.00
Inventario Final		154.00
Total activos Corrientes		3,239.97
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE		
Terreno		3,000
Ganado equino		150.00
Total Activo Fijo no depreciable		3,150.00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE		
Equipo de oficina	12	9.60
(-) Dep. Equipo de oficina	-2.40	
Muebles y enceres	61	54.90
(-) Dep. Muebles y enceres	-6.10	
Construcción tendal de madera	209.50	167.60
(-) Dep. Construcción de madera	-41.9	
Total Activo Fijo depreciable		232.10
TOTAL DE ACTIVOS		6,622.07
PASIVO		
CORRIENTE		
Cuentas x Pagar		430
Total Pasivo Corriente		430
PATRIMONIO		
CAPITAL		
Utilidad del Ejercicio		5,023.30
Reserava Voluntaria		1,105.77
		63.00
Total Patrimonio		6,192.07
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		6,622.07

.....

GERENTE

.....

CONTADOR

Nota: Para calcular el Balance General. Ver cuadros de anexos 2, 9, 12.

3.2.1.5 Flujo de Caja.

Finca del Sr. Henry García								
Flujo de Caja.								
CUENTAS	AÑOS							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos Operacionales								
Ingresos por Ventas	0,00	1.805,00	3.135,00	4.180,00	5.320,00	5.320,00	5.320,00	5.320,00
Egresos Operacionales								
Costo de Producción	985,90	639,40	703,34	773,67	780,71	780,71	780,71	780,71
Gastos Administrativos	55,83	51,83	57,01	62,71	68,99	68,99	68,99	68,99
Gastos de Ventas	5,00	8,00	8,80	9,68	10,65	10,65	10,65	10,65
Total de Egresos	1046,73	699,23	769,15	846,07	860,34	860,34	860,34	860,34
FLUJO DE CAJA NETO	-1.046,73	1.105,77	2.365,85	3.333,93	4.459,66	4.459,66	4.459,66	4.459,66

.....
GERENTE

CONTADOR

NOTA: El flujo de caja se proyectó para 8 años, porque desde ese lapso de tiempo se procede a la replantación, que consiste en el cambio de plantas nuevas por viejas para que la producción no se deteriore en gran escala, tomando como referencia el 10% de incremento en gastos hasta el quinto año y luego se estabiliza la producción, para el ingreso en ventas se toma en cuenta los quintales que produce al año en la hectárea de terreno, ver cuadro de anexos 5.

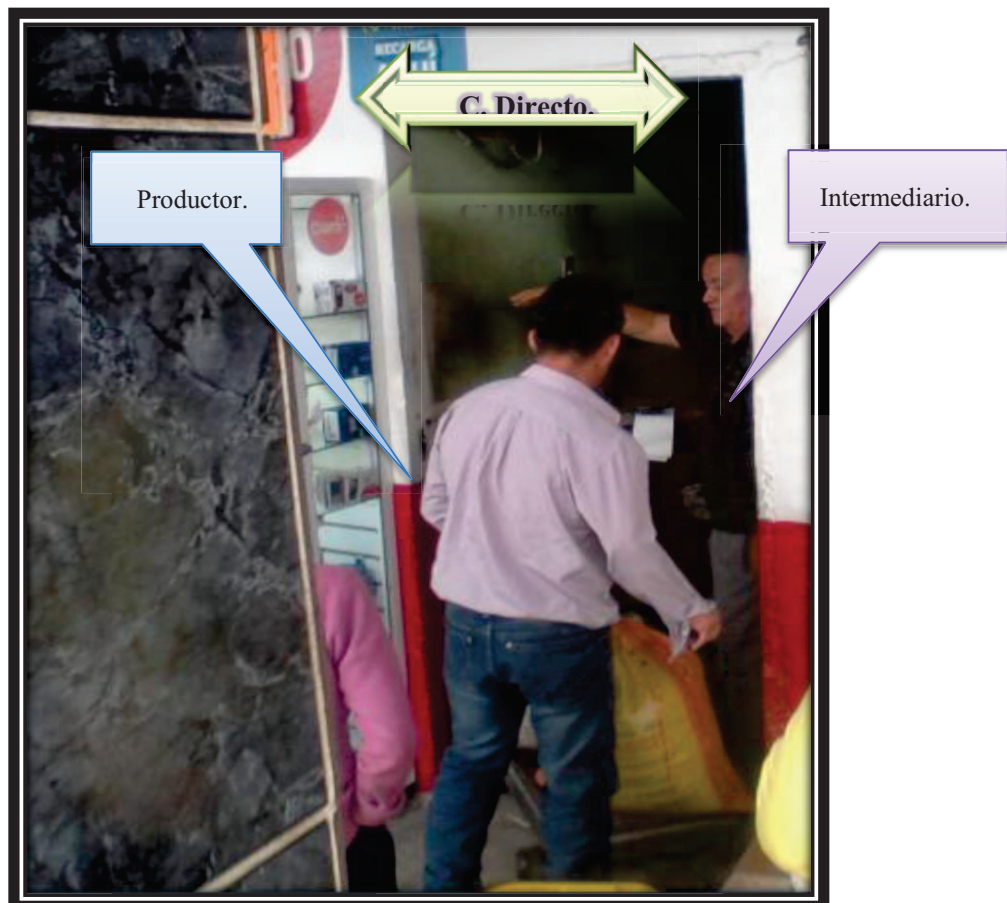
3.2.1.6 Comercialización del Productor Pequeño.

3.2.1.7 Canales de Comercialización

3.3.1.7.1 Canal Directo.

Mediante el estudio realizado se determinó que el productor pequeño utiliza el canal directo para la comercialización de su producto denominando de esta forma por cuanto los productores realizan el intercambio directamente con el consumidor final o intermediario.

GRÁFICO 27
CANAL DIRECTO

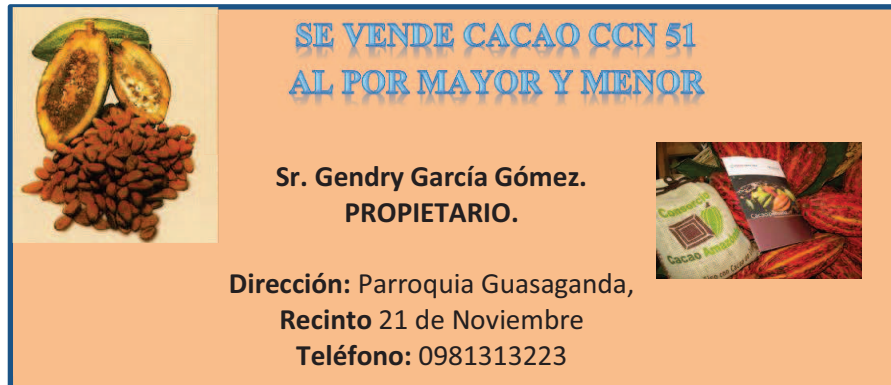


Fuente: Intermediario del Cantón.

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

3.2.1.8 Tarjeta de Presentación.

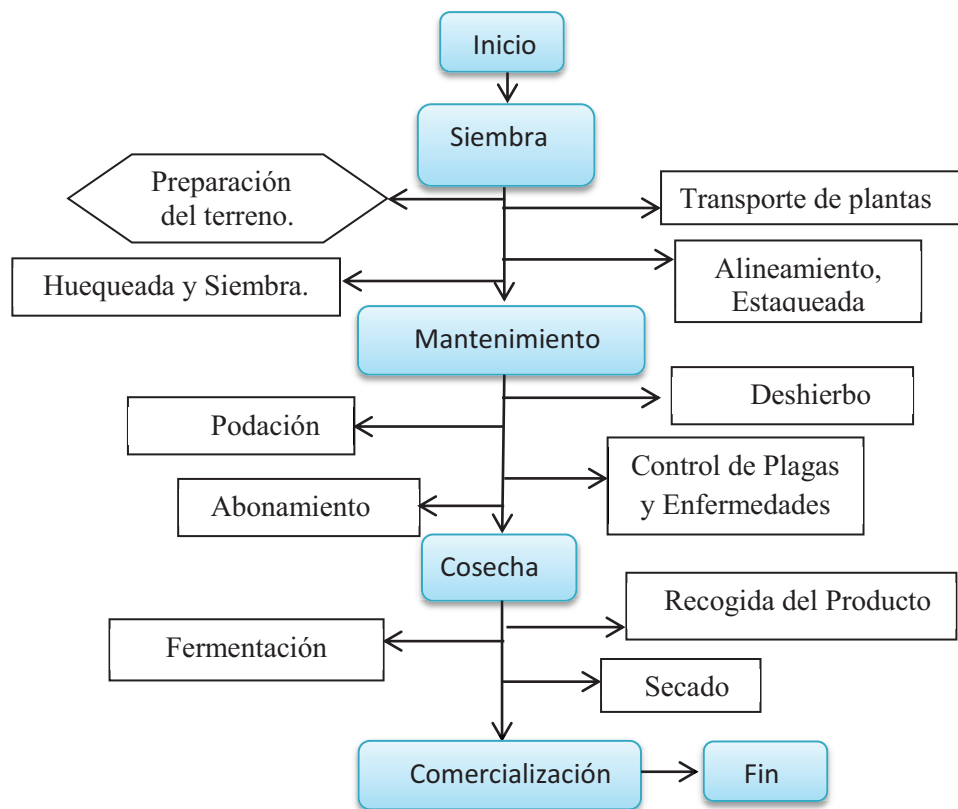
GRÁFICO 28



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

3.2.1.9 Flujo de Producción.

GRÁFICO 29



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

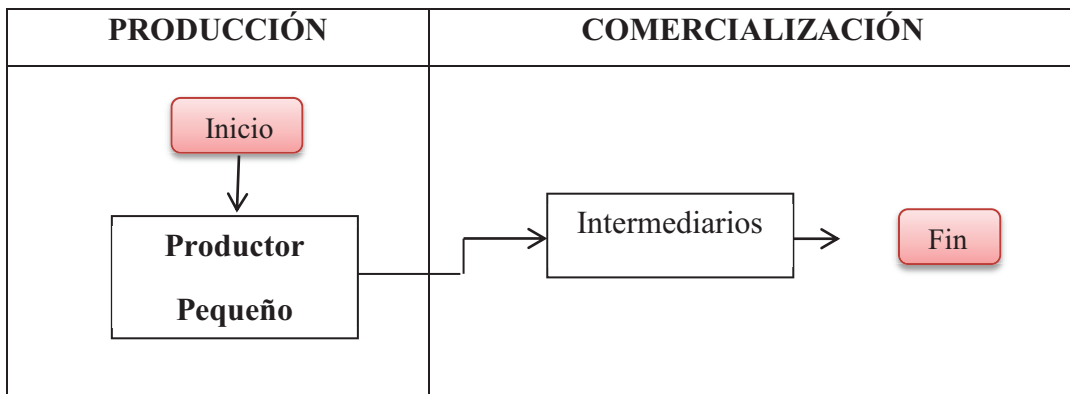
Actividades del Flujograma.

El productor pequeño para obtener su plantación paso por diferentes procesos como: la preparación del terreno, inmediatamente se trae las plantas de 4 a 6 meses de edad de los viveros; luego se procede a la medición utilizando el sistema tresbolillo utilizando estacas de caña o madera, de esta manera se procede a la realización de los hoyos donde van hacer sembradas las plantas.

En el mantenimiento de la plantación se realiza el deshierbe, la podación, control de plagas y enfermedades para luego ser abonada, después de 4 a 6 meses que se demora en madurar la fruta se procede a la recolección, inmediatamente la fermentación, el secado y por último se lleva a comercializar el producto.

3.2.1.10 Flujo de Comercialización.

GRÁFICO 30
FLUJO DE COMERCIALIZACIÓN.

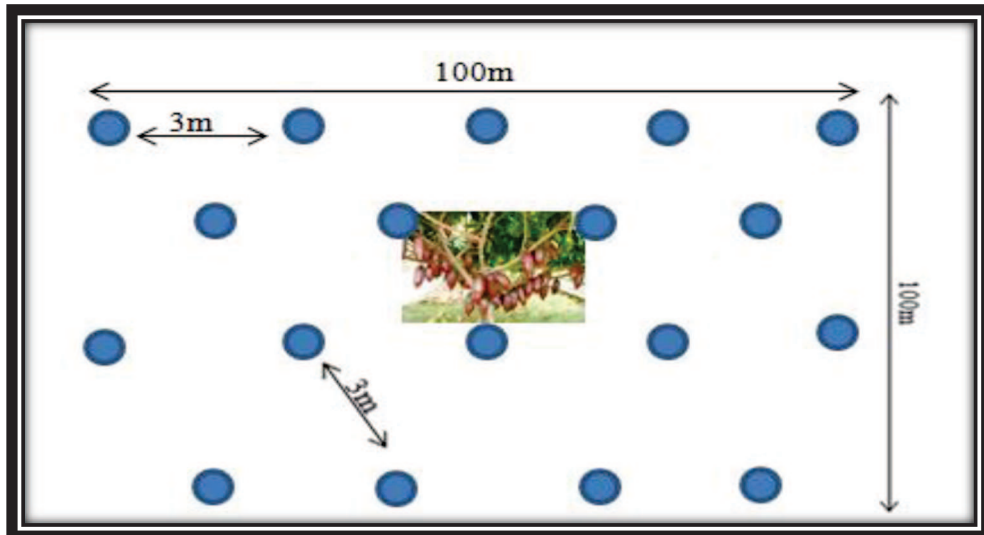


Actividades del Flujograma

El Sr. Gendry García como productor pequeño comercializa su producto a los intermediarios de la zona, puesto que el volumen de producción no es abundante, sus predios se encuentran cerca del cantón.

3.2.1.11 Distribución del Terreno

GRÁFICO 31
DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel

GRÁFICO 32
LUGAR EN ESTUDIO



Fuente: Lugar en estudio de Cacao.

3.2.1.12 Ubicación Geográfica.

La ubicación de la una hectárea de terreno del Sr. Gendry García, se encuentra situada en la Parroquia Guasaganda a 8 km. En el recinto 21 de noviembre.

GRÁFICO 33
UBICACIÓN GEOGRÁFICA



Fuente: www.inec.gov.ec

3.2.2 Estados Financieros del Productor Mediano (Sr. Nicolás Carrillo).

32.2.1. Estado de Situación Inicial.

Finca del Sr. Nicolás Carrillo	
Estado de Situación Inicial	
Al 01 de enero del 2010	
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja	2.500,00
Cuentas por Cobrar	185,94
Inventario Inicial	283,45
Total Activo Corriente	2.969,39
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE	
Terreno	12.000,00
Ganado Equino	120,00
Total de activos fijos no depreciable	12.120,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	
Maquinaria	1.296,00
Muebles y enceres	219,50
Plancha de cemento 12*10	1.340,00
Total Activo Fijo depreciable	2.855,50
TOTAL DE ACTIVOS	<u>17.944,89</u>
 PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas x Pagar	1.709,40
Total Activo Corriente	1.709,40
PATRIMONIO	
Capital	16.235,49
TOTAL PATRIMONIO	16.235,49
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>17.944,89</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 16, 18, 24.

3.2.2.2 Costo de Producción.

Finca del Sr. Nicolás Carrillo	
Costo de Producción	
Al 31 de Diciembre del 2011	
DETALLE	COSTO DE PRODUCCIÓN
Inventario Inicial de Materiales	283,45
(+) Compra de Materiales	142,20
(-) Inventario final de Materiales	190,80
Total de Materiales Utilizados	234,85
(+) Materiales Directos	1.709,40
(+) Mano de Obra Directa	530,00
(+) Mano de Obra Indirecta	35,00
(+) Costos Indirectos de la Producción	21,65
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL	2.530,90
.....
GERENTE	CONTADOR

Finca del Sr. Nicolás Carrillo	
Costo de Producción	
Al 31 de Diciembre del 2012.	
DETALLE	COSTO DE PRODUCCIÓN
Inventario inicial de Materiales	190,80
(+) Compra de Materiales	250,15
(-) Inventario final de Materiales	120,50
Total de Materiales Utilizados	320,45
(+) Materiales Directos	213,60
(+) Mano de Obra Directa	780,00
(+) Mano de Obra Indirecta	80,00
(+) Costos Indirectos de la Producción	67,00
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL 2012	1,461,05
(+) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL 2011	2,530,90
(/) Números de quintales cosechadas	76
Costo de unitario por qq. de cacao.	53,00
.....
GERENTE	CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 21, 22, 23, 24, 26.

3.2.2.3 Estado de Pérdidas y Ganancias.

Finca del Sr Nicolás Carrillo		
Estado de Pérdidas y Ganancias		
Al 31 Diciembre del 2011		
INGRESOS POR VENTAS		0
Números de qq. vendidas	0	
(x) Precio promedio (qq)	80,00	
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		2.530,90
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		2.530,90
Gastos Operacionales (A+B)		239.92
A. Gastos Administrativos		227.92
Predios rústicos	1,72	
Gastos de suministros	8,00	
Gasto depreciación de maquinaria	129,60	
Gasto depreciación de muebles y encerados	21,60	
Gasto depreciación de la plancha de cemento	67,00	
B. Gastos de Ventas		\$12,00
Gastos de Transporte	12,00	
Utilidad Operacional		2.290,98
(-) Imprevistos 8%		229.098
(=) UTILIDAD NETA		-2.061.88

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 17, 23.

- Estado de Pérdidas y Ganancias 2012

Finca del Sr Nicolás Carrillo		
Estado de Pérdidas y Ganancias		
Al 31 Diciembre del 2012		
INGRESOS POR VENTAS		7.220,00
Números de qq. vendidas	76	
(x) Precio promedio (qq)	95,00	
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		1,461.05
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		5.758,95
Gastos Operacionales (A+B)		316,92
C. Gastos Administrativos		229,92
Predios rústicos	1,72	
Gastos de suministros	10,00	
Gasto depreciación de maquinaria	129,60	
Gasto depreciación de muebles y encerres	21,60	
Gasto depreciación de la plancha de cemento	67,00	
D. Gastos de Ventas		87,00
Gastos de Transporte	12,00	
Gastos de Materiales Indirectos	75	
(=) Utilidad Operacional		5.442,03
(-) Imprevistos 8%		435,36
(=) UTILIDAD NETA		5.006,67

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 17, 19, 23.

3.2.2.4 Balance General del 2011

Finca del Sr. Nicolás Carrillo		
Balance General		
Al 31 de Diciembre del 2011		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		48,03
Cuentas por Cobrar		185,94
Inventario Final		190,80
Total Activos Corrientes		424,77
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE		
Terreno		12.000,00
Ganado Equino		120,00
Total de activos fijos no depreciable		12.120,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE		
Maquinaria	1.296,00	1.166,40
(-) Dep. Maquinaria	-129,60	
Muebles y enceres	219,50	197,90
(-) Dep. Muebles y enceres	-21,60	
Plancha de cemento	1.340,00	1.273,00
(-) Dep. Plancha de cemento	-67,00	
Total de activos fijos depreciables		2.637,30
TOTAL DE ACTIVOS		<u>15.182,07</u>
PASIVO		
CORRIENTE		
Cuentas x Pagar		1.709,40
TOTAL Pasivo Corriente		1.709,40
PATRIMONIO		
CAPITAL		
Utilidad o Perdida del Ejercicio		16.235,49
		-2.762,82
TOTAL PATRIMONIO		13.472,67
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>15.182,07</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 17, 24, 27.

• *Balance General del 2012*

Finca del Sr. Nicolás Carrillo		
Balance General		
Al 31 de Diciembre del 2012		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		8.240,53
Cuentas por Cobrar		185,94
Inventario Final		120,50
Total activos Corrientes		8.546,97
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE		
Terreno		12.000,00
Ganado Equino		120,00
Total de activos fijos no depreciable		12.120,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE		
Maquinaria	1.296,00	1.166,40
(-) Dep. Maquinaria	-12,60	
Muebles y enceres	219,50	197,90
(-) Dep. Muebles y enceres	-21,60	
Plancha de cemento	1.340,00	1.273,00
(-) Dep. Plancha de cemento	-67,00	
Total de activos fijos depreciables		2.637,30
TOTAL DE ACTIVOS		<u>23.304,27</u>
PASIVO		
CORRIENTE		
Cuentas x Pagar		1.709,40
Total Pasivo Corriente		1.709,40
PATRIMONIO		
CAPITAL		
Utilidad del Ejercicio		15.717,48
Imprevistos		5.442,03
		435,36
Total Patrimonio		21.594,87
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>23.304,27</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 17, 25, 28.

3.2.2.5 Flujo de Caja.

Finca del Sr. Nicolás Carrillo

Flujo de Caja.	Flujo de Caja.							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos Operacionales								
Ingresos por Ventas	0	7.220,00	12.635,00	16.910,00	21.090,00	21.090,00	21.090,0	21.090,00
Egresos Operacionales								
Costo de Producción	2.530,90	1.461,05	1.607,16	1.767,87	1.944,66	1.944,66	1.944,66	1.944,66
Gastos Administrativos	227,92	229,92	252,91	27,20	306,02	306,02	306,02	306,02
Gastos de Ventas	12,00	87,00	95,70	105,27	115,80	115,80	115,80	115,80
Total de Egresos	2.770,82	1.777,97	1.955,77	2.151,34	2.366,48	2.366,48	2.366,48	2.366,48
FLUJO DE CAJA NETO	-2.770,82	5.442,03	10.679,23	14.758,66	18.723,52	18.723,52	18.723,52	18.723,52

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

NOTA: El flujo de caja se proyectó para 8 años, porque desde ese lapso de tiempo se procede a la replantación, que consiste en el cambio de plantas nuevas por viejas para que la producción no se deteriore en gran escala, tomando como referencia el 10% de incremento en gastos hasta el quinto año y luego se estabiliza la producción, para el ingreso en ventas se toma en cuenta los quintales que produce al año en la hectárea de terreno, Para el ingreso de ventas ver cuadro de anexos 20.

3.2.2.6 Comercialización del Productor Mediano.

3.2.2.7 Canales de Comercialización

3.2.2.7.1 Canal Directo.

Realiza el intercambio directamente con el consumidor final o intermediario.

**GRÁFICO 34
CANAL DIRECTO**



Fuente: Intermediario del Cantón.
Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

3.2.2.7.2 Canal Indirecta.

El productor mediano igualmente utiliza el canal indirecto ya que en pocas ocasiones comercializa su producto a la exportadora Manobanda de la Ciudad de Quevedo.

3.2.2.8 Tarjetas de Presentación.

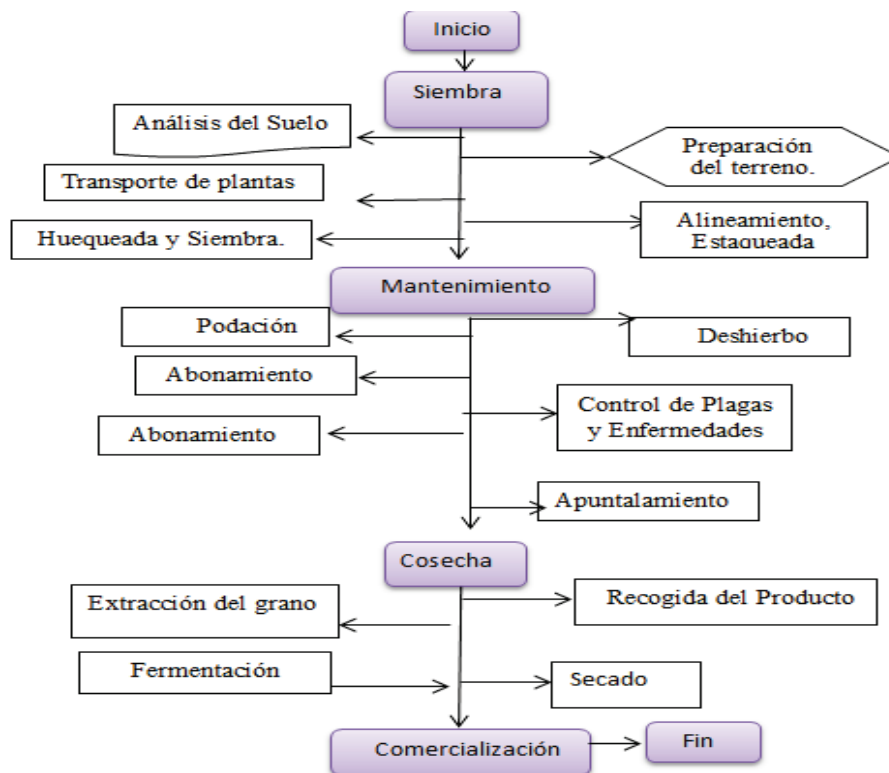
GRÁFICO 35
TARJETAS DE PRESENTACIÓN.



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

3.2.2.9 Flujo de Producción.

GRÁFICO 36



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel

Actividades del Flujograma.

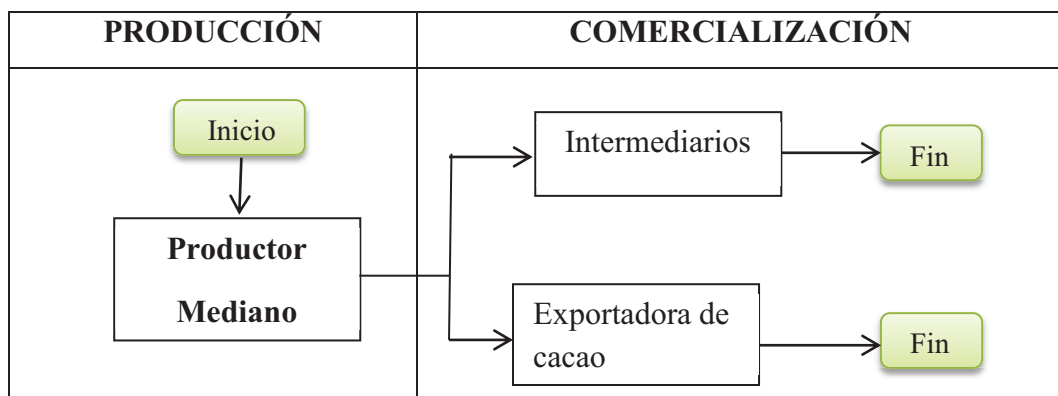
El proceso de producción de cacao CCN 51 pasa por diferente secuencia así como el análisis del suelo, después del estudio se realiza la preparación del terreno, es recomendable dejar las hojarasca que permitan cubrir la tierra de los rayos del sol, luego la plantación de cacao por diferentes procesos como: inmediatamente se trae las plantas de viveros; luego se procede a la medición utilizando el sistema tresbolillo utilizando estacas de caña o madera, de esta manera se procede a la realización de los hoyos donde van a ser sembradas las plantas.

De esta manera en el mantenimiento de la plantación se realiza el deshierbe, la podación, control de plagas y enfermedades para luego ser abonada, después de 4 a 6 meses que se demora en madurar la fruta se procede a la recolección, inmediatamente la fermentación, el secado y por último se lleva a comercializar el producto.

3.2.2.10 Flujo de Comercialización.

GRÁFICO 37

FLUJO DE COMERCIALIZACIÓN



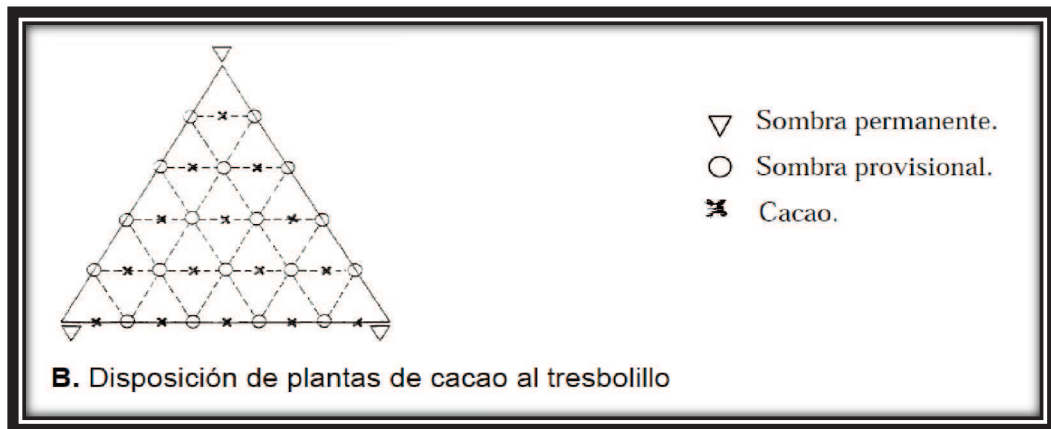
Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel

Actividades del Flujograma

El productor mediano comercializa su producto con más frecuencia a los intermediarios de la zona, mientras que en algunos casos vende a la exportadora de cacao puesto que el volumen de producción es considerable

3.2.2.11 Distribución del Terreno del Productor Mediano.

GRÁFICO 38
DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO.



Fuente: Tesis de Factibilidad de Cacao.

Elaborado por: Guamán Consuelo.

GRÁFICO 39
LUGAR EN ESTUDIO

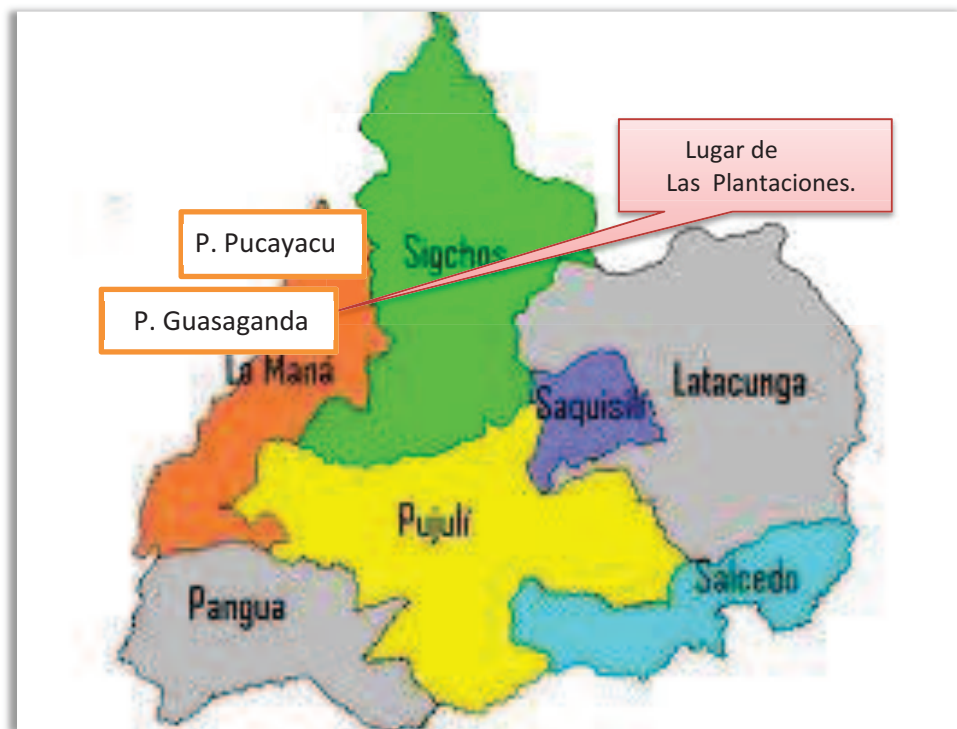


Fuente: Lugar de estudio de Cacao.

3.2.2.12 Ubicación Geográfica.

Las cuatro hectáreas plantadas se encuentran ubicadas a 3Km en el Recinto Selva Alegre perteneciente al Cantón La Mana, del Sr. Nicolás Carrillo.

GRÁFICO 40
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.



Fuente: www.inec.gov.ec

3.2.3 Estados Financieros del Productor Grande. (Sr. Zamora José).

3.2.3.1 Estado de Situación Inicial.

Finca del Sr. Zamora José Estado de Situación Inicial Al 31 de Diciembre del 2011	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja	5.000,00
Banco	3.000,00
Inventario Inicial	960,00
Total Activo Corriente	8.960,00
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE	
Terreno	24.000,00
Ganado Equino	120,00
Total de activos fijos no depreciable	24.120,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	
Maquinaria	2.592,00
Muebles y enceres	276,00
Plancha de cemento 12*10	1.560,00
Equipo de Oficina	732,00
Vehículo	10.000,00
Total Activo Fijo Depreciable	15.160,00
TOTAL DE ACTIVOS	<u>48.240,00</u>
 PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas x Pagar	4.603,50
Hipoteca x Pagar	1.040,49
Total Pasivo Corriente	5.643,99
PATRIMONIO	
Capital	42.596,01
TOTAL PATRIMONIO	42.596,01
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>48.240,00</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 32, 41, 47.

3.2.3.2 Costo de Producción.

Finca del Sr. Zamora José	
Costo de Producción	
Al 31 de Diciembre del 2011	
DETALLE	COSTO DE PRODUCCIÓN
Inventario inicial de Materiales	960,00
(+) Compra de Materiales	514,20
(-) Inventario final de Materiales	491,40
Total de Materiales Utilizados	982,80
(+) Materiales Directos	4.456,50
(+) Mano de Obra Indirecta	80,00
(+) Mano de Obra Directa	690,00
(+)Costos Indirectos de la Producción	35,80
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL	6.245.10
.....
GERENTE	CONTADOR

Finca del Sr. Zamora José	
Costo de Producción	
Al 31 de Diciembre del 2012.	
DETALLE	COSTO DE PRODUCCIÓN
Inventario inicial de Materiales	491,40
(+) Compra de Materiales	384,17
(-) Inventario final de Materiales	256,89
(=) Total de Materiales Utilizados	618,68
(+) Materiales Directos	284,90
(+) Mano de Obra Indirecta	80,00
(+) Mano de Obra Directa	646,00
(+)Costos Indirectos de la Producción	104,80
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL 2011	1.115,70
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL 2010	6.245,10
(/) Números de quintales cosechadas	152
(=)Costo de unitario por qq. de cacao.	42,00
.....
GERENTE	CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 37, 38, 39, 40, 41,42.

3.2.3.3 Estado de Pérdidas y Ganancias.

Finca del Sr. Zamora José		
Estado de Pérdidas y Ganancias		
Al 31 Diciembre del 2011		
INGRESOS POR VENTAS		0
Números de qq. vendidas	0	
(x) Precio promedio (qq)	80,00	
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		6.245,10
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		- 6.245,10
Gastos Operacionales (A+B+C)		4.113,53
A. Gastos Administrativos		2.483,04
Predios rústicos	3,44	
Gastos de suministros	20,00	
Gasto depreciación de equipo de oficina	146,40	
Gasto depreciación de maquinaria	129,60	
Gasto depreciación de muebles y encerados	27,60	
Gasto depreciación de vehículo	2.000,00	
Gasto depreciación de la plancha de cemento	156,00	
B. Gastos de Ventas		590,00
Gastos de Combustible y Lubricantes	300,00	
Gastos de Materiales Indirectos	150,00	
Gastos de Mano de Obra Indirecta	80,00	
Gastos de Mantenimiento	20,00	
C. Gastos Financieros		1.040,49
Interés Pagado	290,49	
Servicio Bancario	750,00	
Utilidad Operacional		-10.358,63
(-) Imprevistos 8%		828,69
(=) UTILIDAD NETA		-11.187,32

.....

GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 33, 40, 47

• Estado de Pérdidas y Ganancias 2012

Finca del Sr. Zamora José		
Estado de Pérdidas y Ganancias		
Al 31 Diciembre del 2012		
INGRESOS POR VENTAS		15.200,00
Números de qq. vendidas	152	
(x) Precio promedio (qq)	100,00	
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		2.771,38
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		12428,62
Gastos Operacionales (A+B+C)		3.949,33
A. Gastos Administrativos		2.473,04
Predios rústicos	3,44	
Gastos de suministros	10,00	
Gasto depreciación de equipo de oficina	146,40	
Gasto depreciación de maquinaria	129,60	
Gasto depreciación de muebles y encerres	27,60	
Gasto depreciación de vehículo	2.000,00	
Gasto depreciación de la plancha de cemento	156,00	
B. Gastos de Ventas		460,00
Gastos de Combustible y Lubricantes	200,00	
Gastos de Materiales Indirectos	150,00	
Gastos de Mano de Obra Indirecta	80,00	
Gastos de Mantenimiento	30,00	
A. Gastos Financieros		1.016,29
Interés Pagado	266,29	
Servicio Bancario	750,00	
Utilidad Operacional		8.479,29
(-) Imprevistos 8%		847,93
(=) UTILIDAD NETA		7.631,76

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 35, 39, 42, 47.

3.2.3.4 Balance General del año 2011.

Finca del Sr. Zamora José		
Balance General		
Al 31 de Diciembre del 2011		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		550,06
Banco		1.500,00
Inventario Final		491,40
Total Activo Corriente		2.541,46
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE		
Terreno		24.000,00
Ganado Equino		120,00
Total de activos fijos no depreciable		24.120,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE		
Maquinaria	2.592,00	2.462,40
(-) Dep. Maquinaria	-129,60	
Muebles y enceres	276,00	248,40
(-) Dep. Muebles y enceres	-27,60	
Plancha de cemento 12*10	1.560,00	1.404,00
(-) Dep. Plancha de cemento	-156,00	
Equipo de Oficina	732,00	585,60
(-) Dep. Equipo de Oficina	-146,40	
Vehículo	10.00,00	8.000,00
(-) Dep. Vehículo	-2.000,00	
Total Activo fijo depreciable		12.700,40
TOTAL DE ACTIVOS		<u>39.361,86</u>
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		
Cuentas x Pagar		4.603,50
Hipototeca x Pagar		1.040,49
Total Pasivo Corriente		5.643,99
PATRIMONIO		
Capital		42.596,01
Utilidad o Perdida del Ejercicio		-8.878,14
TOTAL PATRIMONIO		33.717,87
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>39.361,86</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 33, 41, 43, 47.

• *Balance General 2012.*

Finca del Sr. Zamora José		
Balance General		
Al 31 de Diciembre del 2012		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		20.088,69
Banco		1.500,00
Inventario Final		256,89
Total Activo Corriente		21.845,58
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE		
Terreno		24.000,00
Ganado Equino		120,00
Total de activos fijos no depreciable		24.120,00
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE		
Maquinaria	2.592,00	2.462,40
(-) Dep. Maquinaria	-129,60	
Muebles y enceres	276,00	248,40
(-) Dep. Muebles y enceres	-27,60	
Plancha de cemento 12*10	1.560,00	1.404,00
(-) Dep. Plancha de cemento	-156,00	
Equipo de Oficina	732,00	585,60
(-) Dep. Equipo de Oficina	-146,40	
Vehículo	10.000,00	8.000,00
(-) Dep. Vehículo	-2.000,00	
Total Activo Fijo depreciable		12.700,40
TOTAL DE ACTIVOS		<u>58.665,98</u>
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		
Cuentas x Pagar		4.603,50
Hipototeca x Pagar		1.016,29
Total Pasivo Corriente		5.619,79
PATRIMONIO		
Capital		42.596,01
Utilidad o Perdida del Ejercicio		10.450,18
TOTAL PATRIMONIO		53.046,19
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>58.665,98</u>

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

Nota: Para los cálculos ver cuadro de anexos 33, 47, 42, 44,

3.2.3.5 Flujo de Caja.

Finca del Sr. Zamora José		Flujo de Caja.							
		AÑOS							
CUENTAS		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos Operacionales									
Ingresos por Ventas	0	15.200,00	26.700,00	35.600,00	44.400,00	44.400,00	44.400,00	44.400,00	44.400,00
Egresos Operacionales									
Costo de Producción	6.245,10	1.734,38	1.907,82	2.098,60	2.308,46	2.308,46	2.308,46	2.308,46	2.308,46
Gastos Administrativos	2.483,04	2.473,04	2.720,34	2.992,38	3.291,62	3.291,62	3.291,62	3.291,62	3.291,62
Gastos de Ventas	590,00	460,00	506,00	556,60	612,26	612,26	612,26	612,26	612,26
Gastos Financieros	1.040,49	1.016,29	926,92	838,74					
Total de Egresos	10.358,63	5.683,71	6.061,08	5.647,58	6.212,34	6.212,34	6.212,34	6.212,34	6.212,34
FLUJO DE CAJA NETO	-10.358,63	9.516,29	20.638,92	29.952,42	38.187,66	38.187,66	38.187,66	38.187,66	38.187,66

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

NOTA: El flujo de caja se proyectó para 8 años, porque desde ese lapso de tiempo se procede a la replantación, que consiste en el cambio de plantas nuevas por viejas para que la producción no se deteriore en gran escala, tomando como referencia el 10% de incremento en gastos hasta el quinto año y luego se estabiliza la producción, para el ingreso en ventas se toma en cuenta los quintales que produce al año en la hectárea de terreno, Para el ingreso de ventas ver cuadro de anexos 36.

3.2.3.6 Comercialización del Productor Grande.

3.2.3.7 Canales de Comercialización

3.2.3.7.1 Canal Directo.

Realiza el intercambio directamente con el consumidor final o intermediarios.

3.2.3.7.2 Canal Indirecta.

También utiliza el canal indirecto por cuanto el productor grande vende su producto a la exportadora Manobanda de la Ciudad de Quevedo, por su volumen de producción y facilidad en la transportación.

GRÁFICO 41
CANAL INDIRECTO



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

3.2.3.8 Tarjetas de Presentación


**GRÁFICO 42
TARJETAS DE PRESENTACIÓN**



*Se vende cacao CCN. 51
Al por mayor y menor.*

**Sr. Zamora José.
PROPIETARIO**

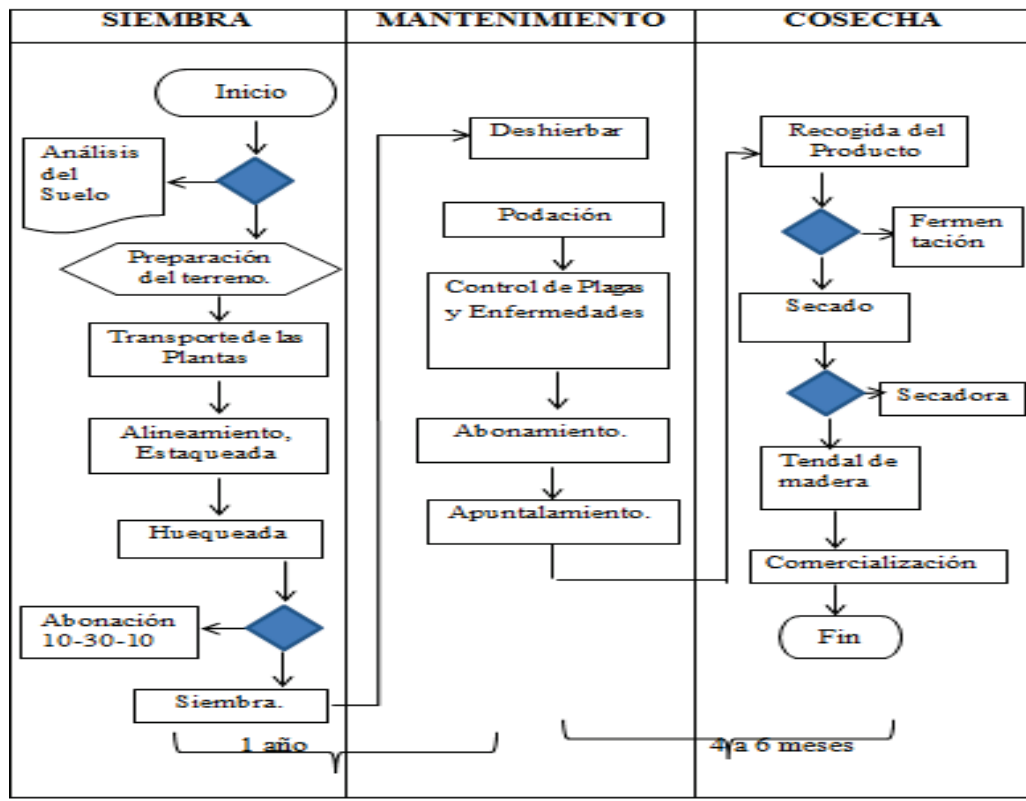
Dirección: Parroquia Guasaganda, Recinto La Juan Cobo.
Teléfono: 0992343462



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

3.2.3.9 Flujo de Producción.

**GRÁFICO 43
FLUJO DE OPERACIÓN**



Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Actividades del Flujograma.

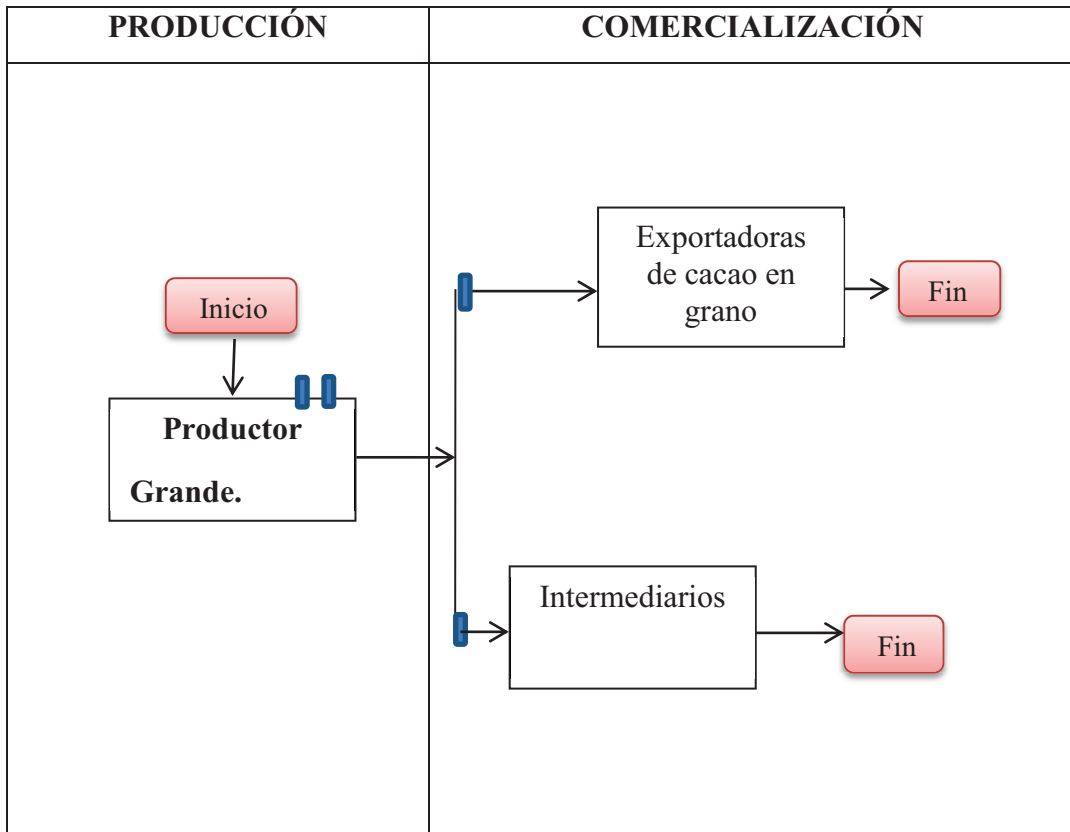
Para la siembra del cacao CCN 51 se realizan diversos procesos que se detallan a continuación: el productor selecciona el terreno mediante la realización de un análisis del suelo, luego procede a preparar el terreno, inmediatamente adquiere las plantas necesarias que deben tener de 4 a 6 meses de edad, de esta manera procede al Alineamiento con el sistema tresbolillo con estaquillas de madera o caña de acuerdo a la distancia que se va a sembrar, se procede a realizar los hoyos de 0.35*0.35*0.30m. de largo, ancho y profundidad para tener facilidad de abonar y que la planta quede bien injertada, por lo general se recomienda que la siembra se realice al inicio de la época lluviosa, Diciembre –Enero.

En el mantenimiento del cultivo se realiza los respectivos deshierbes, como también la Podación, control de plagas y enfermedades (escoba bruja, monilla, mazorcas negras y otras), que se presenten en la plantación, luego se procede a abonar las plantas y la flores para obtener una coagulación satisfecha del fruto, el exceso del cacao en las plantas exige el apuntalamiento para ayudar a soportar el peso.

Luego de un lapso de 4 o 6 meses se lleva a cabo la recogida del cacao maduro extrayendo el grano de la mazorca de preferencia debe realizarse dentro de la misma plantación, pero rotando los sitios ya que los cascarones sirven de refugio natural para los insectos polinizadores, luego se procede a la fermentación, es el proceso que se somete las almendras frescas, que mata al embrión y permite que la almendra adquiera su particular calidad, no debe ser mayor de tres días, inmediatamente se procede al secado (tendal de madera, plancha de cemento, secadoras a gas), es el proceso durante el cual las almendras terminan de perder el exceso de humedad que tienen y están listas para ser comercializadas.

3.2.3.12 Flujo de Comercialización.

GRÁFICO 44
FLUJO DE OPERACIÓN



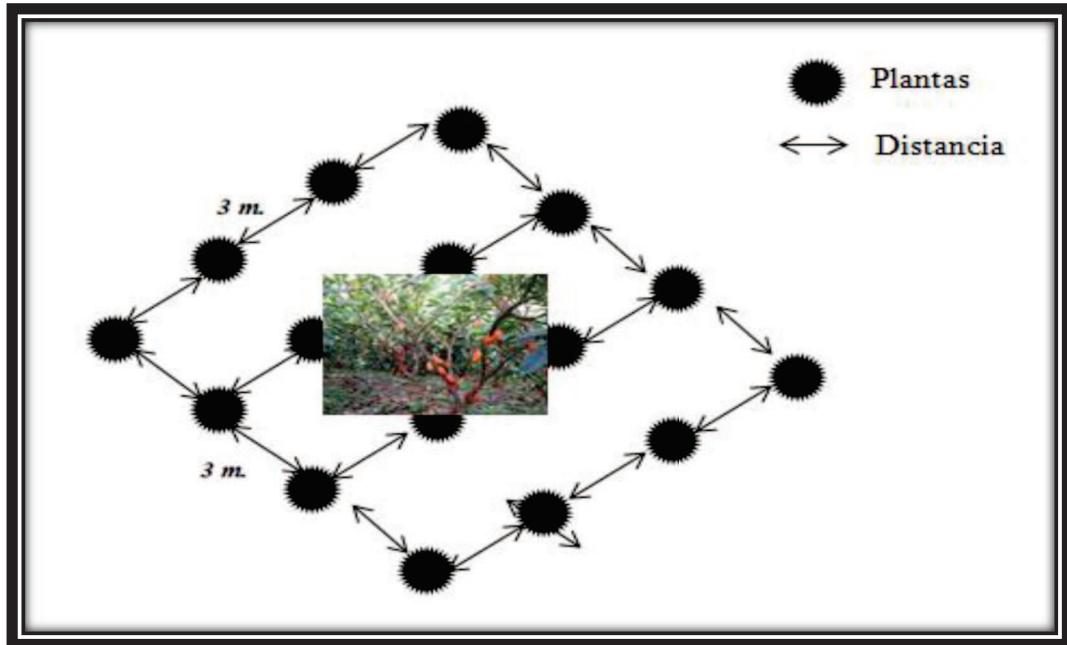
Actividades del Flujograma.

El flujo de comercialización que utilizan los productores de cacao del Cantón La Mana los distribuyen de la siguiente manera:

Los productores pequeños distribuyen su producto directamente a los intermediarios de la zona por la cercanía y poca producción, mientras que los productores medianos venden el cacao a los comerciantes pequeños del Cantón y en algunos casos ofrecen su producto a la exportadoras cercanas y por último los productores grandes utilizan los canales de comercialización directos e indirectos, por el volumen de producción.

3.2.3.11 Distribución del Terreno

GRÁFICO 45
DISTRIBUCIÓN DEL TERRENO.



Fuente: Productor

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

GRÁFICO 44
LUGAR EN ESTUDIO



Fuente: Lugar de Estudio de cacao.

3.2.3.12 Ubicación Geográfica.

La mana es una zona reconocida por su alta productividad de cacao, el Sr. Zamora José tiene 8 hectáreas de producción de cacao a dos kilómetros de la vía principal que conduce a la Parroquia Guasaganda, en el Recinto la Juan Cobo.

GRÁFICO 47
UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PLANTACIÓN DE CACAO.



Fuente: <http://www.paisdeleyenda.com/geografia/mapasigchos.htm>

3.3 Ratios Financieros de los Tres Productores.

3.3.1 Índice de Liquidez.

CUADRO 31
ÍNDICES DE LIQUIDEZ

LIQUIDEZ	Productor Pequeño		Productor Mediano		Productor Grande	
1.- Razón Corriente						
$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	$\frac{3239,97}{430}$	7,53	$\frac{8.546,97}{1709,40}$	5	$\frac{21845,58}{5619,79}$	3,89
2.- Capital de Trabajo						
Activo corriente - Pasivo corriente	3239,97- 430	2809,97	8546,97- 1.709,40	6837,57	20768,58 - 5619,79	16225,8
3.- Prueba Ácida						
$\frac{\text{Act. corriente - inv.}}{\text{Pasivo corriente}}$	$\frac{3239,97-154}{430}$	7,18	$\frac{8546,97-120,50}{1709,40}$	4,93	$\frac{21845,58-256,89}{5619,79}$	3,84

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis de los Índices de Liquidez.

1.- Razón Corriente.

Los productores en su razón corriente en el año 2012, demuestran que tienen capacidad para responder a pagos de sus deudas con sus activos circulantes. Lo que significa que por cada dólar adeudado por los productores de cacao CCN 51 disponen de la siguiente manera el productor pequeño 7,53; productor mediano con 5,00 y el productor grande con 3,89 número de veces para cubrir sus obligaciones, en relación al productor pequeño y mediano este posee menor liquidez debido a que cuenta con menos activos debido a la cantidad de producción en el primer año.

2.- Capital de Trabajo.

Este índice permite determinar que en este periodo los productores pueden cancelar todas sus obligaciones a corto plazo y disponen de una utilidad de \$2809,97 el productor pequeño; \$6837,57 el productor mediano y un valor de \$16.225,79 el productor grande para efectuar gastos corrientes o inversiones inmediatas que se generen durante el desarrollo de la plantación, se puede determinar que el capital de trabajo en los tres productores es positivo y está en función de la cantidad de inversión que ha realizado cada uno de ellos.

3.- Prueba Acida.

En la prueba acida los productores reflejan que por cada dólar que adeuda tienen para cubrir sus obligaciones más exigentes, el pequeño productor con 7,18; el mediano productor con 4,93 y por último el productor grande con 3,84, número de veces demostrando que no es necesario depender de la venta de sus inventarios para cubrir sus deudas, manifestando un óptimo desenvolvimiento del negocio ya que ninguno de los productores no necesitan vender sus inventarios para pagar las deudas.

3.3.2 Índice Productividad

CUADRO 32
ÍNDICE PRODUCTIVIDAD

Productividad	Productor Pequeño		Productor Mediano		Productor Grande	
1.- Margen de Utilidad Neta						
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$	$\frac{1.017,30}{1.805,00}$	56%	$\frac{5.006,67}{7.220,00}$	69%	$\frac{7.631,76}{15.200,00}$	50%
2.- Margen de Utilidad Bruta						
$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$	$\frac{1.165,60}{1.805,00}$	65%	$\frac{5.758,95}{7.220,00}$	80%	$\frac{12.428,62}{15.200,00}$	82%

3. Utilidad de Operación						
U. operacional	<u>1.105,77</u>	61%	<u>5.442,03</u>	75%	<u>8.479,29</u>	56%
Ventas netas	1.805,00		7.220,00		15.200,00	

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Análisis e Interpretación

1.- Margen de Utilidad Neta.

Los tres productores cuenta con un margen de utilidad del 56% en el productor grande; 69% al productor mediano y 50% el productor grande, que por cada \$100,00 que vende el productor, tiene una ganancia de \$575,00; determinando que los ingresos que se obtienen por la venta de la producción cubren el costo de producción y a la vez proporciona utilidad. . Los tres productores adquieren una utilidad superior al 50% de la cantidad de dinero invertido, lo que determina la factibilidad de este negocio.

2. Margen de Utilidad Bruta

Los productores de cacao obtiene una rentabilidad bruta de 65% el productor pequeño, el 80% el productor mediano y el 82% el productor grande, luego de disminuir el costo de producción que se ha invertido en el cultivo, señalando que por cada \$100,00 de producción vendida se tiene una ganancia bruta de \$65,00 - \$ 80,00 y \$82,00 cantidad satisfactoria para el productor. Los tres productores adquieren un porcentaje de utilidad mayor al 50% luego de deducir el costo de producción.

3. Utilidad de Operación

Los productores adquiere un margen de utilidad operacional igual a 61% el productor pequeño, el 75% el productor mediano y el 56% el productor grande, luego de pagar los gastos administrativos, de venta y en el productor grande los gastos financieros, significando que por cada \$100,00 que venda el productor se

adquiere \$61,00; \$75,00 y \$56,00 de ganancia. Los productores pequeño y mediano poseen un alto margen de utilidad operacional debido a que no destinan una cantidad alta de dinero para los gastos administrativos y de venta, mientras que el productor grande es un poco menor por que debe pagar un gasto financiero.

3.3.3 Índice Solvencia o Endeudamiento.

CUADRO 33
ÍNDICES DE SOLVENCIA

SOLVENCIA	Productor Pequeño		Productor Mediano		Productor Grande	
1. Razón de Pasivo a Activo						
$\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$	$\frac{430,00}{6622,07}$	0,06	$\frac{1.709,40}{23.304,27}$	0,07	$\frac{5619,79}{59365,38}$	0,10
2.- Razón de Patrimonio a Pasivo						
$\frac{\text{Total Patrimonio}}{\text{Total Pasivos}}$	$\frac{6192,07}{430,00}$	14,40	$\frac{21.594,87}{1709,40}$	12,63	$\frac{53026,20}{5619,79}$	9,44

Elaborado Por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Interpretación de los Índices de Solvencia.

1.- Razón de Pasivo a Activo.

Los pasivos en los productores de cacao CCN 51 tienen una incidencia del 0,06 el pequeño productor; 0,07 el productor mediano y el 0,10 el productor grande del total de los activos, significando este índice, que por cada \$100,00 de activo que le pertenece al productor, tiene \$6,00 el pequeño, \$7,00 el mediano y por último \$ 10 de obligaciones, lo que significa que no está en un alto nivel de riesgo.

2.- Razón de Patrimonio a Pasivo

El productor pequeño tiene comprometido el 14,40; mediano con 12,63 y el grande con 9,74 números de veces del total de su patrimonio en el pago de las

obligaciones, significando este índice, que por cada \$100,00 de activo que le pertenece al productor, tiene \$14,40: \$12,63 y \$ 9,74 de obligaciones, evidenciando el bajo nivel de endeudamiento de los productores. En relación del pequeño y mediano productor, el grande una cantidad menos por el pago de las obligaciones financieras.

3.3.4 Índice de Rentabilidad.

CUADRO 34
ÍNDICES DE RENTABILIDAD

RENTABILIDAD	Productor Pequeño		Productor Mediano		Productor Grande	
1.- Rendimiento sobre el Patrimonio						
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{1017,31}{6192,07}$	16%	$\frac{5006,67}{21.594,87}$	23%	$\frac{7631,76}{53046,19}$	14%
2.- Rendimiento sobre la Inversión de Activos						
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales.}}$	$\frac{1017,31}{6.622,07}$	16%	$\frac{5006,67}{23.304,27}$	21%	$\frac{7631,76}{58.665,98}$	13%

Elaborado por: Molina Mayorga Jenny Raquel.

Interpretación de los Índices de Rentabilidad.

1.- Rendimiento sobre el Patrimonio

Permite medir la rentabilidad sobre el patrimonio del 16% el productor pequeño; 23% el productor mediano y 14% el productor grande, lo que significa que por cada \$100,00 de capital que le pertenece al productor; obtiene una ganancia de \$ 16,00; \$23,00 y \$14,00 en lo que representa el primer año de producción. Los tres productores cuentan con terreno propio para el desarrollo de la plantación, por esa razón poseen una rentabilidad alta además no tienen gastos considerables para la comercialización del cacao.

2.- Rendimiento sobre la Inversión de Activos

El productor grande obtiene el 13% de utilidad sobre el total de dinero invertido en activos, mientras que el productor mediano posee el 21% a diferencia del pequeño productor quien adquiere el 16% de ganancia.

3.3.5 Valor Actual Neto (VAN).

CUADRO 33
VALOR ACTUAL NETO

	PRODUCTOR PEQUEÑO	PRODUCTOR MEDIANO	PRODUCTOR GRANDE
Costo o inversión	- 5.453,30	-17,944.89	-48,240.00
AÑO 1	-1046.73	-2,770.82	-10,358.63
AÑO 2	1005.25	4,947.30	8,651.17
AÑO 3	1955.25	8,825.81	17,056.96
AÑO 4	2504.83	11,088.40	22,503.70
AÑO 5	3387.51	12,788.42	26,082.69
AÑO 6	3079.56	11,625.83	23,711.53
AÑO 7	2799.6	10,568.94	21,555.94
AÑO 8	2545.09	9,608.13	19,596.31
VAN	10.777,06	48,737.11	80,559.66
Tasa de descuento	10%		

Análisis del VAN

El flujo de efectivo es dinero líquido que le resultara anualmente de los productores mediante lo cual recuperara la inversión en activos fijos reflejada en la diferencia de los ingresos menos los egresos, sin tomar en cuenta las depreciaciones.

Deducimos que el VAN de los productores es superior a cero, con una tasa de descuento del 10% para las tres presentando su VPN de la siguiente forma el

productor pequeño con un valor de \$10.777,06; superando a la inversión inicial que fue de \$5.453,30 la diferencia es un valor promedio pero no existe perdida; el productor mediano con el VAN de \$ 48,737.11 prevaleciendo al origen de la inversión que es de \$17.944,89 la diferencia es factible y el productor grande con un VAN de \$80,559.66 predominando al principio de la inversión que es de \$48.240,00 la diferencia del van con la inversión inicial se puede determinar que la producción del caco CCN 51 es factible.

El VAN del pequeño y mediano productor si supera a la inversión inicial; el productor grande no representa un valor económico representativo, de esta manera los productores podrán demostrar la recuperación del capital invertido en la producción de cacao CCN 51, con lo que se comprueba que el negocio ofrece una rentabilidad aceptable para los inversionistas.

3.8.6 Tasa Interna de Retorno (TIR).

CUADRO 36
TASA INTERNA DE RETORNO

	PRODUCTOR PEQUEÑO	PRODUCTOR MEDIANO	PRODUCTOR GRANDE
Costo o inversión	- 5.453,30	-17,944.89	-48,240.00
AÑO 1	-1046.73	-2,770.82	-10,358.63
AÑO 2	1005.25	4,947.30	8,651.17
AÑO 3	1955.25	8,825.81	17,056.96
AÑO 4	2504.83	11,088.40	22,503.70
AÑO 5	3387.51	12,788.42	26,082.69
AÑO 6	3079.56	11,625.83	23,711.53
AÑO 7	2799.6	10,568.94	21,555.94
AÑO 8	2545.09	9,608.13	19,596.31
TIR	22%	29%	19%
Tasa de descuento	10%		

Análisis del TIR

Es el indicador más usual del análisis financiero que refleja el nivel de rentabilidad del proyecto, también evalúa en tasa única de rendimiento por periodos con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual conociendo que la TIR para el productor pequeño es del 22% ; el mediano productor con un valor del 29% y por último el productor grande con un valor de 19 % fortaleciendo el criterio de factibilidad y conveniencia de la inversión para beneficio de los productores. Todos los porcentajes mencionados de la TIR son mayores a la tasa de descuento del 10% se concluye que esta actividad agrícola es razonable en el Cantón La Maná.

3.7 Influencia de la producción de Cacao CCN 51, con la Economía del Cantón La Maná.

La producción de cacao en el Ecuador ha constituido un importante renglón para la economía nacional, en especial por su significativa contribución a la generación de divisas por concepto de exportación y por la generación de fuentes de empleo de decenas de miles de familias campesinas del litoral y de la región sierra.

América Latina produce el 12% de cacao en grano del mundo, Por su parte Ecuador cuya producción alcanzo en el año 2009 fue de 150.000 Tm fue el séptimo productor a nivel mundial, segundo a nivel regional y primer productor de cacao fino y de aroma en el mundo. La producción anual de cacao representa, el 9% el PIB agropecuario.

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

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

La producción de cacao CCN 51 se encuentra ligado a la historia, económico, político y social del Cantón, este producto es actualmente uno de los más producidos en el mundo, ocupando tradicionalmente una buena parte de la superficie agrícola, logrando así obtener un mercado local satisfecho. Su impacto tiene un efecto positivo, de alta magnitud e importancia, con carácter temporal en la fase de producción como de comercialización, durante todas las actividades de producción, el mismo que requiere contar con personal de mano de obra calificada y no calificada, genera movimiento comercial en la zona de influencia promoviendo el desarrollo y la economía local.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

Del presente análisis de investigación se desprenden las siguientes conclusiones.

- Después de realizar el análisis de la producción, comercialización y rentabilidad a cada uno de los productores se ha identificado que el cultivo del cacao CCN 51 es rentable en el cantón La Mana.
- Una vez aplicado los indicadores financieros se determinó que los productores tiene capacidad de pago para cumplir sus obligaciones con instituciones financieras así incrementar la producción en el mercado.
- Luego de aplicar el instrumento investigativo se pudo apreciar que existe un mercado viable, que esta dispone a adquirir y comercializar el cacao CCN 51, los posibles consumidores potenciales están representados por los intermediarios del cantón.
- Luego de analizar los estados financieros de los tres productores, debido a que en la mayoría de los productores no llevan un registro de cuanto producen e invierten en la plantación, se ha determinado mediante los cálculos del VAN del productor pequeño con un valor de \$10.777,06; el productor mediano con \$ 48,737.11 y el productor grande con un VAN de \$80,559.66 prevaleciendo al origen de inversión. Y en el cálculo del TIR con 22%; 29% y 19% predominando una inversión positivos, lo cual indican que el proyecto es viable.

4.2 Recomendaciones.

En relación al análisis realizado se puede puntualizar las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere a los productores de cacao mejorar sus estándares de calidad con fertilizantes abonos naturales permitiendo mantener en el mercado así obtener un alto rendimiento económico.
- Se recomienda a los productores realizar un crédito en las instituciones financieras el cual permitirá incrementar su producción, comercialización en el mercado local y nacional así generando rentabilidad para el mismo y la economía del cantón.
- La producción agrícola de nuestro cantón se debe orientarse hacia mercados internacionales que le permitan obtener mejores ingresos y así poder superar las condiciones actuales de vida de cada uno de los productores.
- Se recomienda a los agricultores que se dediquen al cultivo de cacao CCN 51 que lleven un registro contable para poder identificar el costo de producción, el estado de resultado del producto cultivado y refleja los beneficios financieros que la producción por naturaleza brinda al agricultor siendo su propio esfuerzo.

5. REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍAS.

Libros.

AGUILAR Inmaculada. *Finanzas Corporativas en la Práctica*. Segunda Edición. Madrid. España. Editoria Copyright. 2009. 680 p. ISBN: 978-84-92453-91-7

AYALA Jorge. *Fundamentos de finanzas para el empresario moderno*. Primera Edición. Ecuador, Guayaquil; 2009. 827p. ISBN: 84-494-2756-1.

BESLEY Scott. *Fundamentos de Administración Financiera*. Catorceava Edición. Madrid, España. Esic Editorial 2008. 387 p. ISBN: 9708300144.

BRAVO Mercedes; TAPIA, Carmita. *Contabilidad de Costos*. 1ra ed. Ecuador – Quito: Editora Nuevo día: 2007. 345 p. ISBN: 978-9978-45-849-5.

CERDA José. *Microeconomía. Un enfoque latinoamericano*. Estados Unidos. Primera Edición. Editorial liberty drive 2011 ISBN: 978-1-4633-1447-7

CHIAVENATO Idalberto. *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Editores, S.A. de C.V: Quinta Edición. México: McGraw-Hill. Interamericana; 2008. 458 p. ISBN: 98-92-75-913-9.

CONE Jaw. *Comercialización*. Editorial Prentice Hall. Primera Edición. México; 2008. 530p. ISBN: 71-24-18-743-6.

GISPERT Carlos. *Océano Ilustrado de Ciencias y tecnologías Económicas*. Bogao, Verónica (Coord.). Primera Edición. España, Murcia: Milanesat; 2008. 735p. ISBN: 84-494-2866-1.

GONZÁLEZ Fernando y SÁNCHEZ Ricardo. *Lecciones de Economía*. Primera Edición. España. Gesbiblo, S.L. 2011 65 p. ISBN: 978-84-9745-042-3

GONZALEZ Isabel; MARTINEZ Ana. *Gestión del Comercio Exterior*. Cuarta Edición. Madrid, España. Esic Editorial. 2011. 680p. ISBN: 8473567781.

GUAMAN Consuelo. *Elementos de Economía*. Tercera Edición. España, Madrid; 2007. 560p. ISBN: 259-698-574-6

HOUNGREEN Charles. *Contabilidad de costos*. Octava Edición. Colombia, Bogotá; 2007. 490 p. ISBN: 968-880-502-5

JONES Charles. *Macroeconomía*. Barcelona España. Copyright W.W Norton Company: 2009, 253 p. IBSN: 978 8495348 357.

KATZ Michael. *Microeconomía*. Segunda Edición. España, Madrid: Editorial McGraw Hill; 2007. 298 p. ISBN: 978-84481-5659-6.

LEIVA Juan. *Los emprendedores y la creación de empresas*. Primera Edición. España, Madrid; 2008. 420 p. ISBN: 9977661944

LONGENECKER Justin; PETTY William. *Gestión Empresarial*. 14 Edición. México. Cengagelearning S.A, 2010,719p. IBSN. 10-970-830-065-9.

LÓPEZ Carlos. *Cálculo Financiero aplicado, un enfoque profesional*. Segunda Edición. Argentina. Buenos Aires: Editorial La Ley, 2007. 245 p. ISBN: 978 - 987-03-0877-5

LOPEZ Carlos. *Rentabilidad*. Primera Edición. España, Madrid; 2008. 420 p. ISBN: 128-840-368-4

MENDEZ David. *Proceso de Planeación Financiera*. Estados Unidos. Primera Edición. Editorial Copyright . 2010. 650 p. ISBN: 978-1-6176-4027-8

MÉNDEZ Silvestre. *Fundamentos de economía*. Tercera Edición. Colombia, Bogotá: Editorial Nomos S.A.; 2007. 260p. ISBN: 970-10-1020-5.

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

NEVADO Domingo. *Cómo gestionar el binomio rentabilidad productiva*. 1ra ed. España, Madrid: Edita especial directives, 2007. 296 p. ISBN 978-84-936028-0-2

ORIOI Amat. *Análisis del Estado Financiero*. Octava Edición. España. Editorial Prited in Spain. p. 340. ISBN. 978-84-96612-96-9.

PARKIN Michael. *Macroeconomía*. Séptima Edición. México. Editorial. Pearson Educación. 2007. 560 p. ISBN: 978-970-26-0717-5.

PASCHOAL José. *Introducción a la Economía*. Quinta edición. México: Alfa omega grupo editor S.A de C.V: 2008, 866p. IBSN: 978-970-1510582; IBSN: 970-15-1058-5.

PETTY Williams. *et al. Administración de Pequeñas Empresas*. Primera Edición. México. Editorial. Learning S.A. 2008. 388 p. ISBN: 798-0-324-58397-7.

RUBIO Ricardo. *Introducción al Marketing*. Primera Edición. España. Editorial Club Universitario. 2010. 530 p. ISBN: 978-84-9948-178-4.

RUIZ Carlos, GONZÁLEZ Jorge, *Gestión económica y de comercialización agropecuaria*. Primera edición. Chile Chillán: INÍA: 2009, 80, p. ISBN: 0717-4829.

SAINZ José. *El plan de marketing en la pyme*. 1ra ed. Madrid España: Esic editorial, 2009. 220p. ISBN: 978-84-7356-583-7

SANFUENTES Andrés, *Manual de Economía*. Cuarta Edición. Santiago de Chile. EDITORIAL ANDRES BELLO. 208. 489 p. ISBN: 956-13-0949-1

SINISTERRA Gonzalo. *Contabilidad Administrativa*. Segunda Edición. Bogotá. Editorial Ecoe. p. 620. ISBN. 978-958-648-515-9.

SORIANO Claudio. *El marketing Mix: Conceptos, Estrategias y Aplicaciones*. Primera Edición. Madrid. España. Editorial MAPCAL S.A. 2010. 165 p. ISBN: 84-87189-70-9.

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

VILLALBA Carlos. *Economía*. Primera Edición. México. Edi sur Editores. 2007. 72 p. ISBN: 9789942010292.

Tesis.

MENDOZA DAVILA, Gloria del Roció. MENDOZA ARREAGA, Martha Lourdes. *“Producción, Comercialización y Rentabilidad del Limón Tahiti (*litrus aurantifolia*) en la zona de la Provincia de los Ríos, Cotopaxi y Pichincha.”* Director: M.S.C. Ochoa Marín Carlos Alejandro. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. 2001.

GUAMAN PAREDES, Consuelo Maribel. *Estudio de Factibilidad para el Cultivo de “Cacao 51” en le Parroquia Cristóbal Colon de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados y su Comercialización*. Director: Ing. Pedro Buitrón Flores. MSc. Escuela Politécnica Nacional, Facultad de Ciencias Administrativas. Ecuador, 2007

URIBE RUIZ Maritza Guadalupe. “*Proyecto para la producción y exportación de platanitos snack al mercado mexicano*”. Director: VALLE Enrique. Escuela Politécnica del Ejército Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio. México, 2008.

Textos Electrónicos.

NIÑO Néstor. *Apoyo a pequeños productores ligados a la cadena productiva del cacao en la Provincia de Cotopaxi*”. FIE 06-29. [en línea]. [S.L.].Marzo; 2007, [ref. 22 de Mayo del 2011]. Disponible en web: nestor_ninos@yahoo.es

VARGAS Fabián. *Estudio de viabilidad económica del Centro de acopio de cacao*, [en línea]. Salinas de Guaranda, Ecuador. enero; 2011, [ref. 22 de Mayo del 2011]. Disponible en web: grupposalinas@salinerito.com

6. ANEXOS 1.

Siglas de Abreviaturas

CCN:	Colección Castro Naranjo
UTC:	Universidad Técnica de Cotopaxi.
MAGAP:	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
FIE:	Fondo Ítalo Ecuatoriano.
ECA's:	Escuelas de Campo.
SMTN:	Sun Mountain International
TIR	Tasa interna de Retorno
VAN	Valor Actual Neto
Qq	Quintales

ANEXOS 2.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51 (Theobroma Cacao L) y su relación con la Economía del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, Año 2012”.

Encuestas dirigida a los Intermediarios de cacao.

Datos Informativos.

Genero

Edad

N° de miembros de la Familia

Lugar

El objetivo del trabajo es recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre la producción, comercialización, rentabilidad del cacao CCN 51 y temáticas importantes que serán de gran utilidad para el análisis de mercado y diseño técnico comercial del estudio.

CUESTIONARIO.

1. ¿Cuál de estos productos comercializa con frecuencia?

Cacao.

Maíz.

Maracuyá.

2. ¿Cuántos años tiene en la actividad de comerciante?

1-5 Años

6-10 años

11-20 años

3. ¿Qué tipo de cacao compra en mayor volumen?

Nacional.

CCN 51

Ambos

4. ¿En qué estado compra el gran volumen de cacao?

Seco

Casi Seco.

Totalmente húmedo.

5. ¿Qué cantidad de Cacao compra anualmente?

50 - 100 qq.

101-500 qq.

501-1000 qq.

6. ¿Qué método utiliza para secar el grano de cacao en caso de estar húmedo?

Secadora de gas.

Tendal

7. ¿Cuál es el precio que paga por quintal de cacao al agricultor?

\$ 70-100

\$ 101-150

8. ¿La comercialización de cacao le genera rentabilidad?

Si

No

9. ¿A qué lugares comercializa el cacao?

Exportadoras.

Intermediarios.

Asociación.

10. ¿En qué periodo de tiempo existe mayor demanda de la producción de cacao?

Enero/Febrero/ Marzo/ Abril

Mayo/Junio/Julio

Agost/Sept/Oct/Nov/Dic

Se agrádesse la colaboración y por su información se garantiza absoluta reserva.

La Maná, diciembre del 2011.

ANEXOS 3.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51(Theobroma Cacao L) y su relación con la Economía del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, Año 2012”.

Encuestas dirigida a los Productores de cacao.

Datos Informativos.

Genero

Edad

Nº de miembros de la familia

Lugar

El objetivo del trabajo es recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre la producción, comercialización, rentabilidad del cacao CCN 51 y temáticas importantes que serán de gran utilidad para el análisis de mercado y diseño técnico comercial del estudio.

CUESTIONARIO.

1. ¿Cuál de estos productos comercializa con frecuencia?

Cacao

Naranja

Plátano

2. ¿Cuál es su decisión por cultivar el cacao?

Rentabilidad

Fácil manejo

Tradicición

3. ¿Qué tipo de cacao cosecha con más frecuencia?

Fono de Aroma.

CCN 51

4. ¿Tiene cultivos intercalados o asociados en el cacao?

Si

No

5. ¿Recibe asistencia técnica en el cultivo de cacao?

Si

No

6. ¿Qué tipo de químicos emplea en la siembra del cacao CCN 51?

Abonos Naturales

Fertilizantes

Herbicidas

7. ¿Qué cantidad de tierra tiene destinadas al cultivo de cacao en la actualidad?

1- 5 has.

6- 10 has.

11-20 has.

8. ¿Qué cantidad de cacao comercializa mensualmente?

1- 5 qq.

6-10 qq.

11-20 qq.

21 qq. En adelante.

9. ¿El capital invertido en la plantación de cacao es?

Recursos propios

Préstamo

10. ¿Cuál es el precio que usted vende por cada libra de Cacao?

\$0.70 - 1

\$1.10 - \$1.50

11. ¿El precio actual del producto cubre sus costos de producción?

Si

No

12. ¿A qué lugares comercializa el producto?

Acopiadores

Intermediarios

Exportadoras

13. ¿Conoce usted lo que es un Estudio de Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51.

Si

No

14. ¿Está de acuerdo que se realice un Estudio de Comercialización y Rentabilidad del Cacao CCN 51?

Si

No

Se agrádesse la colaboración y por su información se garantiza absoluta reserva.

La Maná, diciembre del 2011.

ANEXO. 4
CERTIFICACIONES

Finca los Laureles

Dirección: Cantón La Maná Parroquia Guasaganda a 8Km, el Recinto 21 de noviembre
calle principal s/n – Cel. 0981313223
RUC: 0503039570001



CERTIFICACIÓN

Víctor Gendry García Gómez Gerente propietario de la Finca los Laureles:

CERTIFICO que la Srta. Molina Mayorga Jenny Raquel con Cédula de Identidad N° 050330233-3 estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi Sede La Maná, recibió información necesaria de mi finca para el desarrollo de la tesis. **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”.**

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente documento en lo que estime conveniente.

La Maná, Diciembre del 2012

Atentamente,

Sr. Víctor Gendry García Gómez
PROPIETARIO
C.C.: 050303957-0

Finca Santa Clara

Dirección: Cantón La Maná Parroquia Guasaganda a 3Km, el Recinto Selva Alegre
calle s/n – Cel. 0991641327
RUC: 0501522098001



CERTIFICACIÓN

Carrillo Toapanta Nicolás Gerente propietario de la Finca Santa Clara:

CERTIFICO que la Srta. Molina Mayorga Jenny Raquel con Cédula de Identidad N° 050330233-3 estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi Sede La Maná, recibió información necesaria de mi finca para el desarrollo de la tesis. **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”.**

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente documento en lo que estime conveniente.

La Maná, Diciembre del 2012

Atentamente,

Sr. Carrillo Toapanta Nicolás
PROPIETARIO
C.C.: 050152209-8

Finca San José

Dirección: Cantón La Maná Parroquia Guasaganda a 2 Km, el Recinto Juan Cobo
calle Prncipal s/n – Cel. 0992343463
RUC: 180116600-8001



CERTIFICACIÓN

Zamora Barros José Emiliano Gerente propietario de la Finca San José:

CERTIFICO que la señora Molina Mayorga Jenny Raquel con Cédula de Identidad N° 050330233-3 estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi Sede La Maná, recibió información necesaria de mi finca para el desarrollo de la tesis. **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CACAO CCN 51 (THEOBROMA CACAO L.) Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”.**

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente documento en lo que estime conveniente.

La Maná, Diciembre del 2012

Atentamente,

Sr. Zamora Barros José Emiliano
PROPIETARIO
C.C.: 180116600-8

ANEXO. 5
PRODUCTOR PEQUEÑO.

Cuadro de Anexos 1. INVERSIÓN FIJA PARA LA PRODUCCIÓN DE 1 HA. DE CACAO.

CONCEPTO	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	TOTAL RUBRO
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES				
Terreno	1 ha.	3,000	3,000	
Tendal de madera	1	209.50	209.50	
Sub-total				3,209.50
EQUIPO DE OFICINA				
Calculadora	1	12	12	
Sub-total				12
MUEBLES Y ENCERES				
Mesa	1	25	25	
Sillas	3	12	36	
Sub-total				61
GANADO EQUINO				
Caballo	1	150	150	
Sub-total				150
TOTAL				3,432.50

Cuadro de Anexos 2. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

CONCEPTO	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUML	VALOR RESID.
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES							
Terreno	1 ha.	3,000	3,000	-	-	-	3,000
Tendal de madera	1	209.50	209.50	5	41.90	335.20	-125.70
Sub-total			3,209.5		41.90	218.20	2,874.3
EQUIPO DE OFICINA							
Calculadora	1	12	12	5	2.40	19.20	-7.20
Sub-total			12		2.40	19.20	-7.20
MUEBLES Y ENCERES							
Mesa	1	25	25	10	2.50	20.00	12.5
Sillas	3	12	36	10	3.60	28.80	18
Sub-total			61		6.10	48.80	30.5
GANADO EQUINO							
Caballo	1	150	150	-			150
TOTAL			3,423.5		50.40	403.20	3,029.3

Cuadro de Anexos 3. CONTRATACIÓN DE UN TENDAL DE MADERA DE 4 METROS DE LARGO Y 4,20 DE ANCHO.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (HA.)	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carpintero	1	100	100
Tablas	20	2	40
Plástico	8	4.3	34.4
Piola	1 Lb.	2.5	2.5
Tubo de hierro galvanizado	1	14.6	14.6
Estacas	4	0,25	1
Transversales	3	2.5	7.5
Bases	6	1	6
Puntales	2	1.75	3.5
TOTAL			209.5

Cuadro de Anexos 4. PRODUCCIÓN DE UNA HECTÁREA DE CACAO ANUAL

Año	# de masorcas x mata	# de matas x has.	# de mazorcas totales x has.	7 mazorcas equivale 1 lb.	# quintales x has
2	12	1111	13332	1905	19
3	21	1111	23331	3333	33
4	28	1111	31108	4444	44
5	35	1111	38885	5555	56
6	35	1111	38885	5555	56
7	35	1111	38885	5555	56
8	35	1111	38885	5555	56

Cuadro de Anexos 5. VENTAS NETAS ANUALES.

Descripción	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos por ventas	1.805	3.135	4.180	5.320	5.320	5.320	5.320
Producción x qq/has	19	33	44	56	56	56	56
Precio (qq)	95	95	95	95	95	95	95

Cuadro de Anexos 6. COSTOS DE LOS MATERIALES E INSUMOS.

CONCEPTO	Primer Año				Segundo Año	
	CANT	UNID.	PREC.	TOTAL	CANT.	TOTAL
MATERIALES E INSUMOS PARA LA PLANTACIÓN DEL CACAO						
Semilla CCN 51	1111	Plantas	0.4	444.4		
Sub-Total				444.4		
Herbidas						
Arrazador	2	Litro	4.75	9.5		
Insecticida						
Lanchero	2	Kg.	12,40	24.8	2	24.8
Magnifi	1	Litro	6	6		6
Sub-total				30.8		30.8
Fertilización						
Urea	1	Saco	25	25	2	50
Sub-total				25		50
Abono Orgánico						
Greenfaste	2	Litro	11		2	22
Sub-total						22
TOTAL				509.7		102.8

Cuadro de Anexos 7. COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.

CONCEPTO	Primer Año				Segundo Año	
	UNID	CANT	PREC	TOTAL	CANT	TOTAL
Desmante, repique, despalizada y limpieza	Jornal	6	10	60		
Templada de alambre	Jornal	4	10	40		
Alineada en tresbolillo, estaqueada, huequeada de cacao	Jornal	6	10	60		
Siembra de plantas	Jornal	3	10	30		
Fertilización del suelo	Jornal	4	10	40	3	30
Desyerbe	Jornal	4	10	40	5	50
Control enfermedades	Jornal	3	10	30	5	50
Fertilización foliar			10		3	30
Poda anual			15		8	120
Cosecha			10		10	100
TOTAL				300		380

Cuadro de Anexos 8. COSTOS INDIRECTOS

CONCEPTO	Primer Año			Segundo Año	
	CANT.	COST UNI.	TOTAL	CANT.	TOTAL
COSTOS INDIRECTOS					
Pomas	3	1.5	4.5		
Costales	6	0.5	3	2	1
Mascarilla Plástica	10	0.25	2.5		
Baldes		3.5		2	7
Sub-total			10		8
OTROS GASTOS					
Predios Rústicos	1 ha.	0.43	0.43		0.43
Transporte (Pasajes)	5 salidas	1	5	8 salidas	8
Sub-total			5.43		8.43
TOTAL			15.43		16.43

Cuadro de Anexos 9. INVENTARIOS PRIMER AÑO.

CONCEPTO	CANTID.	COSTO USD.	TOTAL
INVENTARIO INICIAL			170.8
Machetes	3	5.4	16.2
Bomba de mochila (Jacton)	1	85	85
Escabadora manual	2	15.8	31.6
Tijera de podar (felco 2)	1	38	38
COMPRA DE MATERIALES			149.4
Alambre de Púa	1,200	0.12	144
Machete	1	5.4	5.4
INVENTARIO FINAL			154.8
Machetes	2	5.4	10.8
Alambre de Púa	1,200	0.12	144
TOTAL DE INVENTARIO			475

Cuadro de Anexos 10. INVENTARIO SEGUNDO AÑO.

CONCEPTO	CANTID.	COSTO USD.	COSTO TOTAL
INVENTARIO INICIAL			154.8
Machetes	2	5.4	10.8
Alambre de Púa	1,200	0.12	144
COMPRA DE MATERIALES			69.8
Cuchara de extracción	2	0.5	1
Tijera de podar (felco 2)	1	38	38
SERRUCHO	1	20	20
Machete	2	5.4	10.8
INVENTARIO FINAL			75.2
Cuchara de extracción	2	0.5	1
Tijera de podar (felco 2)	1	38	38
Machete	3	5.4	16.2
SERRUCHO	1	20	20
TOTAL			299.8

Cuadro de Anexos 11. COMPORTAMIENTO DE CAJA DEL PEQUEÑO PRODUCTOR.

Primer Año.

ESTADO SITUACION INICIAL			1800.00
COSTO DE PRODUCCION			974.53
Costo Directo		809.70	
Materiales Directos	509.70		
Mano de Obra Directa	300.00		
Costo Indirecto		164.43	
Material Indirecto	10.00		
Compras de herramientas	149.00		
Otros Gastos	5.43		
SOBRANTE O FALTANTE		525.47	
INGRESO DE CAJA		0.00	
TOTAL NUEVO SALDO CAJA			825.47

Cuadro de Anexos 12. COMPORTAMIENTO DE CAJA, SEGUNDO AÑO.

CAJA DEL PEQUEÑO PRODUCTOR			
ESTADO SITUACION INICIAL			1800.00
COSTO DE PRODUCCION			569.03
Costo Directo		482.80	
Materiales Directos	102.80		
Mano de Obra Directa	380.00		
Costo Indirecto		86.23	
Material Indirecto	8.00		
Compras de herramientas	69.80		
Otros Gastos	8.43		
SOBRANTE O FALTANTE		1230.97	
INGRESO DE CAJA		1805.00	
TOTAL NUEVO SALDO CAJA			3035.97

Cuadro de Anexos 13. INVERSIÓN FIJA DEL VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = -I_n + FN_1 + \frac{FN_2}{(1+i)^n} + \frac{FN_3}{(1+i)^n} + \frac{FN_4}{(1+i)^n} + \frac{FN_5}{(1+i)^n} + \frac{FN_6}{(1+i)^n} + \frac{FN_7}{(1+i)^n} + \frac{FN_8}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -5453,30 - 1046,73 + \frac{1105,77}{(1+0,10)^1} + \frac{2365,85}{(1+0,10)^2} + \frac{3333,93}{(1+0,10)^3} + \frac{4459,66}{(1+0,10)^4} + \frac{4459,66}{(1+0,10)^5} + \frac{4459,66}{(1+0,10)^6} + \frac{4459,66}{(1+0,10)^7}$$

$$VAN = 10.777,06$$

Cuadro de Anexos 14. CÁLCULO DEL TIR

	Flujo operacionales
Inversion Inicial	-5453.3
Año 1	-1046.73
Año 2	1005.25
Año 3	1955.25
Año 4	2504.83
Año 5	3387.51
Año 6	3079.56
Año 7	2799.6
Año 8	2545.09
TIR	22%

Cuadro de Anexos 15. CUADRO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN.

AÑO	FLUJO DE INVERSIONES	FLUJO OPERACIONAL	F. C ACTUALIZADO	F.C A ACUMULADO
0	-5,453.30			
1		-1,046.73	-1046.73	-931.75
2		1,105.77	1005.25	73.50
3		2,365.85	1955.25	2,028.75
4		3,333.93	2504.83	4,533.58
5		4,459.66	3387.51	7,921.09
6		4,459.66	3079.56	11,000.65
7		4,459.66	2799.6	13,800.25
8		4,459.66	2545.09	16,345.34
		23,597.46	16,230.36	54,771.41

ANEXO. 6
PRODUCTOR MEDIANO.

Cuadro de Anexos 16. INVERSIÓN FIJA. PRODUCCIÓN DE 4 HAS.

CONCEPTO	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES			
Terreno	4	3,000.00	12,000
Plancha de cemento 12*10	1	1,340	1,340
Sub-total			13,340.00
MAQUINARIA			
Moto rosadora	1	716	716
Bomba a Motor	1	580	580
Sub-total			1296
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	100	100
Calculadora	1	12,30	12,30
Sillas	4	26,80	107,20
Sub-total			219,50
TOTAL			14,855,50

Cuadro de Anexos 17. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

CONCEPTO	CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUM.	VALOR RESID.
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES							
Terreno	4	3,000	12,000		-	-	12,000
Plancha de cemento	1	1,340	1,340	20	67	536	804
Sub-total			13,340		67	536	12,804
MAQUINARIA							
Moto rosadora	1	716	716	10	71.6	572.8	143.2
Bomba a Motor	1	580	580	10	58	464	116
Sub-total			1296		129.6	1036.8	259.2
MUEBLES Y ENSERES							
Escritorio	1	100	100	10	10	80	20
Calculadora	1	12	12,30	10	1.23	9.84	2.46
Sillas	4	26	107,20	10	10.72	85,76	21,44
Sub-total			219,50		21.95	175,60	43.90
TOTAL			14,852		218,55	1.748,4	13.107,1

Cuadro de Anexos 18. PLANCHA DE CEMENTO DE 12*10.

CONCEPTO	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Volqueadas de Piedra	3	80	240
Volqueadas de Ripio	5	100	500
Cemento (qq.)	60	7.5	450
Mano de Obra	5	12	60
Imprevistos			90
Sub-total.			1340

Cuadro de Anexos 19. PRODUCCIÓN DE 4 HECTÁREAS DE CACAO.

Año	# de mazorcas x mata	# de matas por has.	# de mazorcas totales x has.	7 mazorcas equivale 1 lb.	# quintales x has/ año
2	12	4,444	53328	7618.29	76
3	21	4,444	93324	13332.00	133
4	28	4,444	124432	17776.00	178
5	35	4,444	155540	22220.00	222
6	35	4,444	155540	22220.00	222
7	35	4,444	155540	22220.00	222
8	35	4,444	155540	22220.00	222

Cuadro de Anexos 20. VENTAS NETAS ANUALES.

Descripción	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos por ventas	7.220	12.635	16.910	21.090	21.090	21.090	21.090
Producción x qq/has	76	133	178	222	222	222	222
Precio (qq)	95	95	95	95	95	95	95

Cuadro de Anexos 21. COSTOS DE LOS MATERIALES E INSUMOS.

CONCEPTO	Primer Año				Segundo Año	
	CANT.	UNID.	PREC	TOTAL	CANT	TOTAL
MATERIALES E INSUMOS PARA LA PLANTACIÓN DEL CACAO						
<u>Semilla CCN 51</u>	4,444	Plantas	0.35	1,555.40		
Herbicidas						
Killer	4	Litro	6	24		
Steroc	4	Litro	4.5	18		
Sub-total				42		
Insecticida						
Magnifi	2	Litro	6	12	3	18
Pyricol		Litro	10.8		2	21.6
Sub-total				12		39.6
Fertilización						
Urea	4	Saco	25	100	4	100
Stimufol		Libra	7,50		4	30
Sub-total				100		130
Abono Orgánico.						
Greenfaste		Litro	11		4	44
TOTAL				1,709.40		213.6

Cuadro de Anexos 22. COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.

CONCEPTO	Primer Año				Segundo Año	
	UNID.	CANT	PREC	TOTAL	CANT	TOTAL
Desmonte, repique, despalizada y limpieza	Jornal	10	10	100		
Templada de alambre	Jornal	6	10	60		
Alineada en tresbolillo, estaqueada, huequeada de cacao	Jornal	10	10	100		
Siembra de plantas	Jornal	6	10	60		
Fertilización del suelo	Jornal	6	10	60	8	80
Desyerbe	Jornal	6	10	60	8	80
Control enfermedades	Jornal	9	10	90	8	80
Fertilización foliar	Jornal		10		8	80
Poda anual	Jornal		15		14	210
Apuntalamiento	Jornal		10		5	50
Cosecha	Jornal		10		20	200
TOTAL				530		780

Cuadro de Anexos 23. COSTOS INDIRECTOS

CONCEPTO	Primer Año			Segundo Año	
	CANT.	COSTO	TOTAL	CANT.	TOTAL
COSTOS INDIRECTOS					
Tanques	1	7.5	7.5		
Costales	5	0.5	2.5	10	5
Mascarilla Plástica	5	0.25	1.25		
Gasolina	10	0.5	5	5	2.5
Aceite	1lt.	5.4	5.4	1	5.4
Plástico		4.3		12	51.6
Piola		2.5			2.5
Sub-total			21.65		67
OTROS GASTOS					
Predios Rústicos	4 ha.	0.43	1.72		1.72
Transporte (Pasajes)	8 salidas	1.5	12	8 salidas	12
Cujes		0.15		500	75
Sub-total			13.72		88.72
TOTAL			35.37		155.72

Cuadro de Anexos 24. INVENTARIOS PRIMER AÑO.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
INVENTARIO INICIAL			283.45
Alambre de Púa	2,400	0.09	216
Bomba de mochila (Jacton)	1	67.45	67.45
COMPRA DE MATERIALES			142.2
Escabadora manual	2	14.35	28.7
Tijera de podar	2	35	70
Machetes	3	4.5	13.5
Carretilla	1	30	30
INVENTARIO FINAL			190.8
Escabadora manual	1	14.35	14.35
Tijera de podar	2	35	70
Bomba de mochila (Jacton)	1	67.45	67.45
Machetes	2	4.5	9
Carretilla	1	30	30
TOTAL DE INVENTARIO			616.45

Cuadro de Anexos 25. INVENTARIOS SEGUNDO AÑO.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
INVENTARIO INICIAL			190.8
Escabadora manual	1	14.35	14.35
Tijera de podar	2	35	70
Bomba de mochila (Jacton)	1	67.45	67.45
Machetes	2	4.5	9
Carretilla	1	30	30
COMPRA DE MATERIALES			250.15
SERRUCHO destrancador	2	25.07	50.15
Tijera de podar	2	35	70
Machetes	8	4.5	36
Cuchara de extracción	8	0.5	4
Carretilla	3	30	90
INVENTARIO FINAL			120.50
SERRUCHO destrancador	1	25.07	25.05
Tijera de podar	1	35	35
Cuchara de extracción	7	0.5	3.5
Machetes	6	4.5	27
Carretilla	1	30	30
TOTAL DE INVENTARIO			561.45

Cuadro de Anexos 26. MANO DE OBRA INDIRECTA.

DETALLE	Primer Año			Segundo Año	
	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
Asistencia Técnica	2	10	20	4	40
Mantenimiento			15		40
Sub-total			35		80

Cuadro de Anexos 27. COMPORTAMIENTO DE CAJA PRIMER AÑO.

ESTADO SITUACION INICIAL			2500.00
COSTO DE PRODUCCION			2,451.97
Costo Directo		2,239.40	
Materiales Directos	1,709.40		
Mano de Obra Directa	530		
Costo Indirecto		212.57	
Material Indirecto	21.65		
Compras de Materiales	142.20		
Mano de Obra Indirecta	35.00		
Otros Gastos	13.72		
SOBRANTE O FALTANTE		48.03	
TOTAL NUEVO SALDO CAJA			48.03

Cuadro de Anexos 28. COMPORTAMIENTO DE CAJA, SEGUNDO AÑO.

ESTADO SITUACION INICIAL			2500.00
COSTO DE PRODUCCION			1,479.47
Costo Directo		993.60	
Materiales Directos	213.60		
Mano de Obra Directa	780.00		
Costo Indirecto		485.87	
Material Indirecto	67.00		
Compras de Materiales	250.15		
Mano de Obra Indirecta	80.00		
Otros Gastos	88.72		
SOBRANTE O FALTANTE		1020.53	
INGRESO DE CAJA		7220.00	
TOTAL NUEVO SALDO CAJA			8240.53

Cuadro de Anexos 29. INVERSIÓN FIJA DEL VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = -I_n + \frac{FN1}{(1+i)^n} + \frac{FN2}{(1+i)^n} + \frac{FN3}{(1+i)^n} + \frac{FN4}{(1+i)^n} + \frac{FN5}{(1+i)^n} + \frac{FN6}{(1+i)^n} + \frac{FN7}{(1+i)^n} + \frac{FN8}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -17758.95 - 2.770,82 + \frac{5.442,03}{(1+0,10)^1} + \frac{10.679,23}{(1+0,10)^2} + \frac{14.758,66}{(1+0,10)^3} + \frac{18.723,52}{(1+0,10)^4} + \frac{18.723,52}{(1+0,10)^5} + \frac{18.723,52}{(1+0,10)^6} + \frac{18.723,52}{(1+0,10)^7}$$

VAN = 48.737,11

Cuadro de Anexos 30. CÁLCULO DEL TIR

	Flujo Operacionales
Inversion Inicial	-17,944.89
Año 1	-2,770.82
Año 2	4,947.30
Año 3	8,825.81
Año 4	11,088.40
Año 5	12,788.42
Año 6	11,625.83
Año 7	10,568.94
Año 8	9,608.13
TIR	29%

Cuadro de Anexos 31. CUADRO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN.

AÑO	FLUJO DE INVERSIONES	FLUJO OPERACIONALES	F. C ACTUALIZADO	F.C A ACUMULADO
0	-17,759.00			
1		-2,770.82	-2,770.82	-2,395.61
2		5,442.03	4,947.30	2,551.69
3		10,679.23	8,825.81	11,377.50
4		14,758.66	11,088.40	22,465.90
5		18,723.52	12,788.42	35,254.32
6		18,723.52	11,625.83	46,880.15
7		18,723.52	10,568.94	57,449.09
8		18,723.52	9,608.13	67,057.21
		103,003.18	66,682.00	240,640.25

ANEXOS. 7

PRODUCTOR GRANDE.

Cuadro de Anexos 32. INVERSIÓN FIJA PARA LA PRODUCCIÓN DE 8 HAS. DE CACAO CCN 51.

CONCEPTO	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES			
Terreno	8	3,000	24,000.00
Plancha de cemento 12*10	1	1,560	1,560.00
Sub-total			25,560.00
MAQUINARIA			
Moto rosadora	1	716	716.00
Bomba a Motor	1	580	580.00
Sub-total			1,296.00
EQUIPO DE OFICINA			
Computadora (latón)	1	600	600.00
Impresora HP	1	120	120.00
Calculadora	1	12	12.00
Sub-total			732.00
MUEBLES Y ENCERES			
Sillas de oficina	3	52	156.00
Escritorio	1	120	120.00
Sub-total			276.00
VEHICULO			
Vehículo	1	10000	10,000.00
Sub-total			10,000
TOTAL			37,864.00

Cuadro de Anexos 33. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

CONCEPTO	CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	VID A UTIL	DEP. ANUAL.	DEP. ACUMUL	VALOR RESIDUAL
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES							
Terreno	8	3,000	24,000				24,000
Plancha de cemento 12*10	1	1,560	1,560	10	156	1248	310
Sub-total			25,560		156	1248	24,310
MAQUINARIA							
Moto rosadora	1	716	716.00	10	71.6	572.8	143.2
Bomba a Motor	1	580	580	10	58	464	116
Sub-total			1,296.		129.6	1,037	1,296
EQUIPO DE OFICINA							
Computadora (latón)	1	600	600	5	120	960	-360
Impresora HP	1	120	120	5	24	192	-72
Calculadora	1	12	12	5	2.4	19.2	-7.2
Sub-total			732		146.4	1171.2	-439.2
MUEBLES Y ENCERES							
Sillas de oficina	3	52	156	10	15.6	124.8	31.2
Escritorio	1	120	120	10	12	96	24
Sub-total			276		27.6	220.8	55.2
VEHICULO							
Vehiculo	1	10000	10,000	5	2,000	16,000	-6000
Sub-total			10,000		2,000	16,000	-6000
TOTAL			37,864		2,459.60	19,677	19,222

Cuadro de Anexos 34. PLANCHA DE CEMENTO DE 12*10.

CONCEPTO	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Volqueadas de Piedra	3	50	150
Volqueadas de Ripio	5	70	350
Cemento (qq.)	60	7.5	450
Mano de Obra	5	10	50
Hojas de cinc	50	8.5	425
Otros			135
Sub-total.			1560

Cuadro de Anexos 35. PRODUCCIÓN DE 8 HECTÁREAS DE CACAO

Año	# de mazorcas x matas	# de matas por has.	# de mazorcas totales x has.	7 mazorcas equivale 1 lb.	# quintales x has/ año
2	12	8,888	106656	15236.57	152
3	21	8,888	186648	26664.00	267
4	28	8,888	248864	35552.00	356
5	35	8,888	311080	44440.00	444
6	35	8,888	311080	44440.00	444
7	35	8,888	311080	44440.00	444
8	35	8,888	311080	44440.00	444

Cuadro de Anexos 36. VENTAS NETAS ANUALES.

Descripción	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ingresos por ventas	15200	26700	35600	44400	44400	44400	44400
Producción x qq/has	152	267	356	444	444	444	444
Precio (qq)	100	100	100	100	100	100	100

Cuadro de Anexos 37. COSTOS DE LOS MATERIALES E INSUMOS.

CONCEPTO	Primer Año				Segundo Año	
	CANT.	UNID.	PREC.	TOTAL	CANT.	TOTAL
MATERIALES E INSUMOS PARA LA PLANTACIÓN DEL CACAO						
Semilla de cacao	8,888	Plantas	0.45	3,999.60		
Herbicidas						
Gramoxone	3	Galón	21	63		
Paraquat			6		5	30
Transpore			2,5		5	12,50
Sub-total				163		42,50
Insecticida						
Magnifi	5	Litro	6	30	3	18
Pyricol	5	Litro	10.8	86,40	3	32.4
Sub-total				134.4		50.4
Fertilización						
Urea	8	Saco	25	200	4	100
Stimufol	3	Libra	7,50	22,50	4	30
Abono natural		Saco	10		4	40
Sub-total				222.50		170
Abono Orgánico.						
Greenfaste	5	Litro	11	55	2	22
TOTAL				4456.50		284,90

Cuadro de Anexos 38. COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.

CONCEPTO	Primer Año				Segundo Año	
	UNID	CANT	PREC. UNIT.	TOTAL	CANT	TOTAL
Desmante, repique, despalizada y limpieza	Jornal	1	10	10		
Templada de alambre	Jornal	8	10	80		
Alineada en tresbolillo, estaqueada, huequeada de cacao	Jornal	1	10	18		
Siembra de plantas	Jornal	1	10	10		
Fertilización del suelo	Jornal	9	10	90	5	50
Desyerbe	Jornal	6	10	60	5	50
Control enfermedades	Jornal	8	10	80	6	60
Fertilización foliar	Jornal		10		10	100
Poda anual	Jornal		12		8	96
Apuntalamiento	Jornal		10			40
Cosecha	Jornal		10		25	250
TOTAL				690		646

Cuadro de Anexos 39. COSTOS INDIRECTOS

CONCEPTO	Primer Año			Segundo Año	
	CANT.	COST UNI.	TOTAL	CANT.	TOTAL
COSTOS INDIRECTOS					
Tanques	2	7.5	15		
Costales		0.5		20	10
Baldes		3		10	30
Llantas		180		4	720
Gasolina	20	0.5			
Aceite	2lt.	5.4	10.8	12	64,8
Sub-total			35.8		104,80
OTROS GASTOS					
Predios Rústicos	8 ha.	0.43	3.44		3,44
Mantenimiento			20		30
Cujes	1500	0.1	150	500	50
Sub-total			173.44		83,44
TOTAL			209.24		843,44

Cuadro de Anexos 40. MANO DE OBRA INDIRECTOS

DETALLE	Primer Año			Segundo Año	
	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
Asistencia Técnica	2	20	40	2	40
Ing. Agrónomo	2	20	40	2	40
Sub-total			80		80

Cuadro de Anexos 41. INVENTARIOS PRIMER AÑO.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO USD.	TOTAL
IINVENTARIO INICIAL			960
Alambre de Púa	9600	0.10	960.00
COMPRA DE MATERIALES			514.2
Bomba de mochila (Jacton)	2	85	170
Escabadora manual	4	15,8	63.2
Pala	3	7	21
Machetes	8	5	40
Tijera de podar	2	35	70
Carretilla	5	30	150
INVENTARIO FINAL			491.4
Tijera de podar (felco 2)	2	38	190
Machetes	7	5	35
Pala	2	7	14
Carretilla	4	30	120
Bomba de mochila (Jacton)	1	85	85
Escabadora manual	3	15.8	47.4
TOTAL			1965.6

Cuadro de Anexos 42. INVENTARIOS SEGUNDO AÑO.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO USD.	COSTO TOTAL
IINVENTARIO INICIAL			491.4
Tijera de podar (felco 2)	2	38	190
Machetes	7	5	35
Pala	2	7	14
Carretilla	4	30	120
Bomba de mochila (Jacton)	1	85	85
Escabadora manual	3	15.8	47.4
COMPRA DE MATERIALES			384.17
Cuchara de extracción	10	0.5	5
Carretilla	3	30	90
Machetes	10	5	50
Taburete	1	9.17	9.17
Tijera de podar	4	35	140
Carretilla	3	30	90
INVENTARIO FINAL			256.6
Tijera de podar (felco 2)	2	38	76
Machetes	4	5	20
Pala	2	7	14
Carretilla	1	30	30
Bomba de mochila (Jacton)	1	85	85
Escabadora manual	2	15.8	31.6
TOTAL			1132.17

Cuadro de Anexos 43. COMPORTAMIENTO DE CAJA PRIMER AÑO.

ESTADO SITUACION INICIAL			6500.00
COSTO DE PRODUCCION			5,949.94
Costo Directo		5,146.50	
Materiales Directos	4,456.50		
Mano de Obra Directa	690		
Costo Indirecto		803.44	
Material Indirecto	35.8		
Compras de materiales	514.20		
Mano de Obra Indirecta	80.00		
Otros Gastos	173.44		
SOBRANTE O FALTANTE		550.06	
INGRESO DE CAJA		0.00	
TOTAL NUEVO SALDO CAJA			550.06

Cuadro de Anexos 44. COMPORTAMIENTO DE CAJA, SEGUNDO AÑO.

ESTADO SITUACION INICIAL			6500.00
COSTO DE PRODUCCION			1,611.31
Costo Directo		930.90	
Materiales Directos	284.90		
Mano de Obra Directa	646		
Costo Indirecto		680.41	
Material Indirecto	104.8		
Compras de Materiales	384.17		
Mano de Obra Indirecta	80.00		
Otros Gastos	111.44		
SOBRANTE O FALTANTE		4888.69	
INGRESO DE CAJA		15200.00	
<i>Pago de Cuentas pendientes</i>	0.00		
TOTAL NUEVO SALDO CAJA			20088.69

Cuadro de Anexos 45. INVERSIÓN FIJA DEL VALOR ACTUAL NETO.

$$VAN = -I_n + \frac{FN1}{(1+i)^n} + \frac{FN2}{(1+i)^n} + \frac{FN3}{(1+i)^n} + \frac{FN4}{(1+i)^n} + \frac{FN5}{(1+i)^n} + \frac{FN6}{(1+i)^n} + \frac{FN7}{(1+i)^n} + \frac{FN8}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -48.240,00 - 10.358,63 + \frac{9.516,29}{(1+0,10)^1} + \frac{20.638,92}{(1+0,10)^2} + \frac{29.952,42}{(1+0,10)^3} + \frac{38.187,66}{(1+0,10)^4} + \frac{38.187,66}{(1+0,10)^5} + \frac{38.187,66}{(1+0,10)^6} + \frac{38.187,66}{(1+0,10)^7}$$

VAN = 80.559,66

Cuadro de Anexos 46. CÁLCULO DEL TIR

	Flujo Operacionales
Inversion Inicial	-48,240.00
Año 1	-10,358.63
Año 2	8,651.17
Año 3	17,056.96
Año 4	22,503.70
Año 5	26,082.69
Año 6	23,711.53
Año 7	21,555.94
Año 8	19,596.31
TIR	19%

Cuadro de Anexos 47. TABLA DE AMORTIZACIÓN.

Div.	Fecha de Pago	Saldo Capital	Capital	Interés	Abono	Cuota	Estado
1	9/4/2011	3,000	750	290.49	1,040.49		Cancelado
2	3/4/2012	2,250	750	266.29	1016.29		Cancelado
3	29/03/2013	1,500	750	176.92	0	926.92	Vigente
4	24/03/2014	750	750	88.74	0	838.74	Vigente
	TOTALES		3,000	822.44	0	1,765.66	

Cuadro de Anexos 48. CUADRO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN DEL PRODUCTOR GRANDE.

AÑO	FLUJO DE INVERSIONES	FLUJO OPERACIONALES	F. C ACTUALIZADO	F.C A ACUMULADO
0	-53,580.00			
1		-10,358.63	-10,358.63	-8,418.31
2		8,651.17	8,651.17	232.86
3		17,056.96	17,056.96	17,289.82
4		22,503.70	22,503.70	39,793.52
5		26,082.69	26,082.69	65,876.20
6		23,711.53	23,711.53	89,587.74
7		21,555.94	21,555.94	111,143.67
8		19,596.31	19,596.31	130,739.98
		128,799.66	128,799.66	446,245.49

ANEXO 8

ALCANZAR MAYORES NIVELES DE COMPETITIVIDAD



MANEJO INTEGRADO DEL CULTIVO.

