

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS.

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE LÁCTEOS 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:

Rubio Chinga Narcisa Elizabeth.

Directora de Tesis:

MSc. Albarrasin Reinoso Marilyn Vanessa.

La Maná – Ecuador

Diciembre, 2015.

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación. **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE LÁCTEOS 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.

.....
Rubio Chinga Narcisa Elizabeth.

C.I. 050304544-5

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directora del trabajo de investigación sobre el tema: **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE LÁCTEOS Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”**. De Rubio Chinga Narcisa Elizabeth, postulante 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 del 2015

La Directora.

.....
MSc. Albarrasin Reinoso Marilyn Vanessa.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

La Maná – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, la postulante Rubio Chinga Narcisca Elizabeth, con el Título de Tesis. **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE LÁCTEOS 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 2015.

Para constancia firman:

.....
MSc. Ángel Villarroel
PRESIDENTE

.....
Ing. Enry Medina
MIEMBRO

.....
MSc. Carmen Ulloa
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecer por su amistad, consejos, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí y por todo lo que me han brindado. Así mismo a mis maestros y de manera especial a mi Directora de Tesis por su comprensión y dedicación paciente de su preciado tiempo.

Elizabeth

DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo y sacrificio a Dios, a mi querida hija, a mis padres, y hermanos 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.

Elizabeth

ÍNDICE GENERAL

Nº	Contenido	Pág.
	PORTADA -----	I
	AUTORÍA -----	II
	AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS -----	III
	APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO -----	IV
	AGRADECIMIENTO -----	V
	DEDICATORIA -----	VI
	ÍNDICE GENERAL -----	VII
	ÍNDICE DE CUADROS -----	XI
	RESUMEN -----	XIV
	SUMMARY -----	VII
	CERTIFICACIÓN DE INGLES -----	XVI
	INTRODUCCIÓN -----	1
	CAPITULO I -----	3
	1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS -----	3
	1.1 ANTECEDENTES -----	3
	1.1.1 PROYECTO 1 -----	3
	1.1.2 PROYECTO 2 -----	5
	1.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES -----	6
	1.3 MARCO TEÓRICO -----	6
	1.3.1 GESTIÓN MICROEMPRESARIAL -----	6
	1.3.1.1 Funciones de la Gestión Microempresarial -----	7
	1.3.1.1.1 Planeación -----	7
	1.3.1.1.2 Organización -----	7
	1.3.1.1.3 Dirección -----	8
	1.3.1.1.4 Control -----	9
	1.3.1.2 Importancia de la Gestión Microempresarial -----	10
	1.3.2 INDUSTRIAS LÁCTEAS -----	10
	1.3.2.1 Industrias Lácteas en el Ecuador -----	11
	1.3.2.1.1 Clasificación de las Industrias Lácteas según el tipo de Producción -----	13

1.3.3 PRODUCCIÓN	-----15
1.3.3.1 Elementos de la Producción	-----15
1.3.3.1.1 Tierra	-----16
1.3.3.1.2 Capital	-----16
1.3.3.1.3 Trabajo	-----17
1.3.3.2 Procesos de la Producción Láctea	-----18
1.3.3.2.1 Actividades que se desarrolla en la Producción de Yogurt	-----20
1.3.3.2.2 Actividades que se desarrolla en la Producción de Queso	-----22
1.3.4 COMERCIALIZACIÓN	-----24
1.3.4.1 Tipos de Comercialización	-----24
1.3.4.1.1 Macro Comercialización	-----24
1.3.4.1.2 Micro Comercialización	-----25
1.3.4.2 Tipos de Canales de Comercialización	-----25
1.3.4.2.1 Canal Directo	-----25
1.3.4.2.2 Canal Indirecto	-----26
1.3.4.3 Variables del Marketing Mix	-----27
1.3.4.3.1 Producto	-----27
1.3.4.3.2 Precio	-----28
1.3.4.3.3 Promoción	-----29
1.3.4.3.4 Plaza	-----29
1.3.4.3.5 Servicio	-----30
1.3.4.4 Mercado	-----30
1.3.4.4.1 Tipos de Mercados	-----31
1.3.4.4.2 Elementos del Mercado	-----32
1.3.5 RENTABILIDAD	-----35
1.3.5.1 Inversión Inicial	-----36
1.3.5.2 Estado de Pérdidas y Ganancias	-----36
1.3.5.3 Evaluación Financiera	-----37
1.3.5.4 Indicadores de Rentabilidad	-----37
1.3.5.4.1 VAN	-----38
1.3.5.4.2 TIR	-----39
1.3.5.5 Índices Financieros	-----40
1.3.5.5.1 Índice de Liquidez	-----40
1.3.5.5.2 Índice de Solvencia	-----42
1.3.5.5.3 Índice de Rentabilidad	-----42
1.3.5.5.4 Índice de Productividad	-----44
1.3.5.6 Costos	-----45
1.3.5.6.1 Elementos del Costo	-----45
1.3.5.6.2 Clasificación del Costo	-----47

1.3.6 ECONOMÍA	49
1.3.6.1 Objetivos de la Economía	49
1.3.6.2 Ramas de la Economía	50
1.3.6.2.1 Marco Economía	50
1.3.6.2.2 Micro Economía	52
1.3.6.2.3 Indicadores Económicos	54
1.3.6.2.4 Actividad Económica	56
CAPITULO II	56
2 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	56
2.1 BREVE CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE LÁCTEOS DEL CANTÓN LA MANÁ Y SUS ZONAS DE INFLUENCIA.	56
2.2 METODOLOGÍA EMPLEADA	59
2.2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	59
2.2.2 METODOLOGÍA	60
2.2.3 UNIDAD DE ESTUDIO	60
2.2.3.1 Población Universo	60
2.2.3.2 Tamaño de la muestra	61
2.2.3.3 Criterio de selección de la muestra	61
2.2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS A SER EMPLEADAS	61
2.2.4.1 Métodos	61
2.2.4.2 Técnicas	62
2.3 ENCUESTAS APLICADAS A LOS PRODUCTORES, CONSUMIDORES E INTERMEDIARIOS DE LÁCTEOS DEL CANTÓN LA MANÁ	63
2.3.1 ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE LÁCTEOS DEL CANTÓN LA MANÁ	63
2.3.2 ENCUESTAS APLICADAS A LOS INTERMEDIARIOS	72
2.3.3 ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES DE LÁCTEOS	75
2.4 CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS	80
2.5 DISEÑO DE LA PROPUESTA	81
2.5.1 DATOS INFORMATIVOS	81
2.6 JUSTIFICACIÓN	82
2.7 OBJETIVOS	83
2.7.1 OBJETIVO GENERAL	83
2.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	83
2.8 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	84

CAPÍTULO III -----	87
3 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA -----	87
3.1 PRODUCTOR GRANDE DE LÁCTEOS-----	87
3.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO DEL GRANDE PRODUCTOR--	87
3.1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO DEL MEDIANO PRODUCTOR	89
3.1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO DEL PEQUEÑO PRODUCTOR	91
3.2 FLUJO DE PRODUCCIÓN -----	93
3.2.1 FLUJO DE PRODUCCIÓN DE LOS TRES PRODUCTORES-----	93
Actividades de Producción de Yogurt -----	94
3.2.2 FLUJO DE PRODUCCIÓN DE QUESO -----	95
3.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA -----	96
3.3.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCTOR GRANDE-----	96
3.3.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCTOR MEDIANO -----	97
3.3.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCTOR PEQUEÑO -----	98
3.4 ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA DE LAS TRES EMPRESAS PRODUCTORAS DE LÁCTEOS-----	99
3.5 COMERCIALIZACIÓN-----	99
3.5.1 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTOR GRANDE -----	99
3.5.2 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTOR MEDIANO-----	101
3.5.3 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTOR PEQUEÑO -----	102
3.6 TARJETA DE PRESENTACIÓN -----	104
3.7 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD-----	106
3.7.1 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR GRANDE -----	106
3.7.2 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR MEDIANO-----	118
3.7.3 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR PEQUEÑO -----	128
3.7.4 INTERPRETACIÓN DE CUADRO COMPARATIVO DE COSTO UNITARIO Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS TRES PRODUCTORES DE LÁCTEOS.-----	138
3.7.5 INTERPRETACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LOS TRES PRODUCTORES.-----	139
3.8 IMPACTO DE LA ECONOMÍA EN EL CANTÓN LA MANÁ -----	140
4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES -----	142
4.1 CONCLUSIONES-----	142
4.2 RECOMENDACIONES-----	143
5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	144
6 ANEXOS-----	150

ÍNDICE DE CUADROS

Nº	Contenido	Pág.
CUADRO 1:	REPRESENTACIÓN DEL VAN -----	37
CUADRO 2:	REPRESENTACIÓN DEL TIR -----	38
CUADRO 3:	UBICACION DE LAS EMPRESAS LÁCTEAS DEL CANTÓN LA MANÁ	57
CUADRO 4:	PRODUCTOS QUE EXPENDEN LAS EMPRESAS DE LÁCTEOS --	58
CUADRO 5:	DATOS POBLACIONALES-----	60
CUADRO 6:	UBICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN -----	63
CUADRO 7:	LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA ----	63
CUADRO 8:	CARGO QUE OCUPA EN LA MICROEMPRESA -----	64
CUADRO 9:	DECISIÓN DE PRODUCIR LÁCTEOS -----	64
CUADRO 10:	TIPO DE EMPRESA-----	65
CUADRO 11:	TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO -----	65
CUADRO 12:	CAPITAL INVERTIDO-----	66
CUADRO 13:	CONTABILIZACIÓN DE LOS INGRESOS DE LA EMPRESA ----	66
CUADRO 14:	INGRESOS MENSUALES -----	67
CUADRO 15:	NIVEL DE PRODUCCIÓN -----	67
CUADRO 16:	NÚMERO DE EMPLEADOS-----	68
CUADRO 17:	CAPACITACIÓN AL PERSONAL -----	69
CUADRO 18:	SERVICIO PUBLICITARIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LÁCTEOS --	69
CUADRO 19:	LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN -----	70
CUADRO 20:	CONOCIMIENTO SOBRE ESTUDIO -----	70
CUADRO 21:	REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO -----	71
CUADRO 22:	TIPOS DE PRODUCTOS-----	72
CUADRO 23:	TIPOS DE MERCADOS-----	72
CUADRO 24:	LUGAR DE COMPRA -----	73
CUADRO 25:	TIEMPO DE PERMANENCIA-----	73
CUADRO 26:	SATISFACCIÓN DE LOS PRECIOS -----	74
CUADRO 27:	FRECUENCIA DEL CONSUMO DE PRODUCTOS LÁCTEOS ----	75

CUADRO 28: CONSUMO DE DERIVADOS LACTEOS -----	75
CUADRO 29: ASPECTOS IMPORTANTES AL MOMENTO DE ADQUIRIR LÁCTEOS	76
CUADRO 30: PRECIOS QUE ADQUIERE EL LITRO YOGURT -----	76
CUADRO 31: PRECIO QUE ADQUIERE LA LIBRA DE QUESO -----	77
CUADRO 32: IMPORTANCIA DE LOS LÁCTEOS PARA LA ALIMENTACIÓN DIARIA --	78
CUADRO 33: LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO -----	78
CUADRO 34: PROMOCIONES RECIBIDAS -----	79
CUADRO 35: PREFERENCIAS DE COMPRA -----	79
CUADRO 36: ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTOR GRANDE-----	88
CUADRO 37: ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTOR MEDIANO -----	89
CUADRO 38: ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTOR PEQUEÑO -----	91
CUADRO 39: CÁLCULO DEL VAN DEL PRODUCTOR GRANDE-----	116
CUADRO 40: PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL GRANDE PRODUCTOR--	116
CUADRO 41: CALCULO DE LA TIR DEL PRODUCTOR GRANDE-----	117
CUADRO 42: CÁLCULO DEL VAN MEDIANO PRODUCTOR -----	126
CUADRO 43: PERIODO DE RECUPERACIÓN MEDIANO PRODUCTOR	126
CUADRO 44: CALCULO DE LA TIR MEDIANO PRODUCTOR-----	127
CUADRO 45: CÁLCULO DEL VAN DEL PRODUCTOR PEQUEÑO -----	136
CUADRO 46: PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL PRODUCTOR PEQUEÑO	137
CUADRO 47: CALCULO DE LA TIR DEL PRODUCTOR PEQUEÑO -----	137
CUADRO 48: CUADRO COMPARATIVO DE COSTOS -----	138
CUADRO 49: RENTABILIDAD DE LOS 3 PRODUCTORES -----	138

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	Contenido	Pág.
	GRÁFICO 1: CATEGORÍAS FUNDAMENTALES -----	6
	GRÁFICO 2: CARACTERÍSTICAS DEL CAPITAL -----	17
	GRÁFICO 3: PROCESO DE PRODUCCIÓN DE YOGURT -----	19
	GRÁFICO 4: PROCESO DE PRODUCCIÓN DE QUESO -----	21
	GRÁFICO 5: TIPOS DE OFERTA -----	32
	GRÁFICO 6: TIPOS DE DEMANDA -----	33
	GRÁFICO 7: MAPA DEL CANTÓN LA MANÁ -----	56
	GRÁFICO 8: FLUJO DE PRODUCCIÓN DE YOGURT -----	93
	GRÁFICO 9: FLUJO DE PRODUCCIÓN DE QUESO -----	95
	GRÁFICO 10: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA PRODUCTOR GRANDE -----	96
	GRÁFICO 11: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA PRODUCTOR MEDIANO -----	97
	GRÁFICO 12: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA PRODUCTOR PEQUEÑO -----	98
	GRÁFICO 13: COMERCIALIZACIÓN INTERNA PRODUCTOR GRANDE -----	100
	GRÁFICO 14: COMERCIALIZACIÓN EXTERNA PRODUCTOR GRANDE -----	101
	GRÁFICO 15: COMERCIALIZACIÓN DEL MEDIANO PRODUCTOR -----	102
	GRÁFICO 16: COMERCIALIZACIÓN DEL PEQUEÑO PRODUCTOR -----	103
	GRÁFICO 17: TARJETA DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTOR GRANDE -	104
	GRÁFICO 18: TARJETA DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTOR MEDIANO	104
	GRÁFICO 19: TARJETA DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTOR PEQUEÑO	105



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI. EXTENSIÓN LA MANÁ

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

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

Autora: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se basa en la producción, comercialización y rentabilidad que realizan las grandes, medianas y pequeñas empresas de lácteos del cantón La Maná, periodo 2011. 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 de las parroquias Pucayacu y Guasaganda, intermediarios y consumidores de lácteos del cantón La Maná, de acuerdo a los resultados obtenidos se considera que la administración efectuada por los productores de lácteos es débil, considerando que no cuentan con conocimientos técnicos que faciliten un eficiente manejo del negocio, lo que ha influenciado un limitado crecimiento empresarial. Para poder determinar la rentabilidad se escogió tres empresas más relevantes: Lácteos “La Finca” (Empresa Grande), “La Queserita” (Mediana) y “Lácteos “San Luis” (Pequeña) y se procedió a analizar los Estados Financieros, teniendo como resultado y de acuerdo al orden de las empresas en mención lo siguiente: Empresa Grande: VAN 31.837, 91 TIR 22,3% Empresa Mediana: VAN 5.334,70 TIR 13,8% Empresa Pequeña: VAN 2.168,32 Y TIR 13,2. Analizando estos datos 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 Lácteos es rentable e influye significativamente en la economía del cantón La Maná.

Palabras claves: Producción, Comercialización, Rentabilidad y Lácteos.



**THE TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
EXTENSION OF MANÁ**

**ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE AND
HUMANISTIC SCIENCES**

**"PRODUCTION, SALES AND PROFITABILITY OF DAIRY PRODUCTS
ENTERPRISES AND THE RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF
CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, YEAR 2011"**

By: Rubio Chinga Narcisca Elizabeth

ABSTRACT

This research work is based on production, marketing and profitability that perform large, medium and small dairy industries in Canton La Mana, period 2011. It began with a description of the main categories which enabled to know the theory from which the research starts off. For information gathering, the technique of surveying to producers in parishes Guasaganda, and Pucayacu, as well to middlemen and consumers of dairy products around Canton La Mana was applied; and according to the results it may be considered that the administration made by dairy producers is weak; also, taking in consideration the lack of technical expertise to facilitate efficient management of the business, which has influenced a limited business growth. To determine the profitability, three leading companies were chosen: Dairy products "La Finca" (Large Company), "La Queserita" (Medium company) and Milk products "San Luis" (small company) to which financial statements were analyzed, obtaining the results in accordance to the companies above mentioned, with the following references: Large Company: VAN 31 837 91 22.3% TIR Medium Company: VAN 5334.70 TIR 13.8% Small Company: VAN Y TIR 2168.32 13.2. After analyzing these data, it could be determined that the gain obtained is satisfactory in relation to investment. The result of the research showed that dairy production is profitable and significantly influences the economy of Canton La Mana.

Keywords: Production, Marketing, Profitability and Dairy.



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: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth cuyo título versa “Producción, Comercialización y Rentabilidad de las Empresas de Lácteos 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 a la peticionaria hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná, Diciembre del 2015

Atentamente:

.....
Lcdo. Luis Bravo Minda, Mg.
DOCENTE

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo surge de la necesidad de contar con información actualizada sobre las condiciones de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de las Empresas de Lácteos en las Parroquias Pucayacu y Guasaganda del cantón La Maná, que proporcione datos exactos referente a la cantidad de producción, los gastos que genera la producción y comercialización de la misma, establecer medidas que permitan alcanzar mayores beneficios en esta importante actividad alimenticia, mejorando las características técnicas y económicas que se emplean en la elaboración de los lácteos para contribuir a mejorar la calidad del producto y con esto satisfacer las necesidades de los consumidores buscando tener mayor competitividad frente a otros productores.

Con base a lo anterior, la Universidad Técnica de Cotopaxi, impulsó la realización de este trabajo contando con el apoyo de los Productores, Intermediarios y Consumidores de Lácteos del cantón La Maná, se observó que uno de los problemas fundamentales que enfrenta dicho sector es que no cuentan con la suficiente publicidad y promoción para que los consumidores puedan conocer sobre los lácteos que se producen en el cantón La Maná.

El trabajo se halla técnicamente expuesto en tres capítulos que permiten el correcto desarrollo cronológico del tema objeto de estudio.

CAPÍTULO I, contiene el marco teórico con el aporte de varios autores detallando antecedentes sobre el tema, aspectos relacionados a la gestión microempresarial; industrias lácteas: tipos de industrias lácteas; producción: procesos de producción de yogurt y queso, elementos de producción, materia prima, mano de obra; comercialización; rentabilidad; economía: macroeconomía, microeconomía e indicadores económicos.

CAPÍTULO II, se realizó un caracterización sobre la Producción y Comercialización de lácteos en La Maná, la metodología se fundamenta en el diseño no experimental, también se desarrolla la interpretación y análisis de la

información obtenida durante la investigación de campo mediante la realización de encuestas aplicadas a los 7 productores de lácteos distribuidos en las parroquias Pucayacu y Guasaganda, 30 intermediarios y una muestra de 382 consumidores del cantón La Maná. Finalmente se desarrollan las conclusiones de la información obtenida.

CAPÍTULO III, se da a conocer el desarrollo y la aplicación de la propuesta, empezando con un análisis FODA de tres empresas más relevantes como son: Lácteos la Finca, La Queserita y Lácteos San Luis, este capítulo también se centra en los Estados Financieros de las empresas antes mencionadas, las mismas que permiten conocer los resultados de rentabilidad; se describen los flujos de operación y comercialización, la distribución de la planta y finalmente el análisis del Impacto a la Economía del cantón La Maná.

Finalmente se exponen las conclusiones del estudio, y como contribución a las empresas antes mencionadas se emiten las respectivas recomendaciones que sirven de aporte ya que estas empresas no han venido utilizando técnicas apropiadas para una correcta ejecución de una empresa.

CAPITULO I

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

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

Creación de una Empresa para la Producción y Comercialización de Lácteos en el Valle de los Chillos, provincia de Pichincha.

La Producción de lácteos nace junto con la inmigración principalmente de origen vasco que se asienta en la Pradera Pampeana, tiene en un principio el carácter de pequeña explotación familiar con bajo grado de tecnificación. Los cambios en la producción de alimentos en el mundo van induciendo un lento avance en las formas de producir y comercializar hasta que en las dos últimas décadas se produce el salto tecnológico. Con inversiones importantes se modernizó tanto la producción primaria como la industrial, con cambios tendientes a respetar tanto el ahorro de las diversas formas de energía como la preservación del medio ambiente. Argentina es uno de los países con alto consumo aparente (230 litros de equivalente leche por habitante y por año) y en este momento se autoabastece de alimentos elaborados a partir de la leche vacuna como leche fluida común, de larga vida, en polvo, saborizada, yogur, quesos, manteca, postres y dulce de leche.

El progreso tecnológico es tal que se están iniciando exportaciones de genética y conocimientos de la producción primaria, así como maquinarias para los “tambos-fábrica”.

Durante el estudio se encontró que es factible realizar la empresa productora de Lácteos para comercializar en el Valle de los Chillos, provincia de Pichincha. Esto es sustentable a partir de los siguientes aspectos:

A partir del análisis de mercado se encontró que la comercialización de estos productos cuenta con las mejores perspectivas para la implementación de la empresa.

En el análisis de mercado se determinó que a pesar de que los productos lácteos en el mercado no son muy apreciados, existe una tendencia a el consumo de comida sana con lo que se tiene un mercado creciente de estos productos. Se definió los productos lácteos que mejor se acomodan a las tendencias de consumo y producción en el mercado.

El análisis técnico estableció que el proceso productivo definido para el proyecto, permite la producción y se ajustan a los niveles de demanda proyectados.

Teniendo en cuenta el tamaño del proyecto, se determinó el recurso humano necesario para la producción y consolidar la estructura administrativa y organizacional de la empresa; además se definió los perfiles profesionales y habilidades técnicas requeridas por el personal.

La inversión requerida para la puesta en funcionamiento de la empresa no es muy alta, sin embargo la rentabilidad obtenida es aceptable y puede aumentar debido al bajo costo de producción y al gran potencial del mercado poco explorado.

La empresa es financieramente viable, pues indicadores como la TIR y el VAN, ponen en manifiesto que al invertir capital en esta empresa se podrá obtener, una rentabilidad más alta que la ofrecida por entidades financieras, lo que sería llamativo para los inversionistas.

Al realizar el estudio financiero, la tasa interna de retorno y el valor actual neto muestran al proyecto como atractivo. La tasa interna de retorno de la inversión es de 57,72% mientras que la TMAR es de 13,96%. El valor actual neto por su parte es de 77159,49. (GUANOTUÑA Jenny, 2009, p. 20).

1.1.2 Proyecto 2

“Análisis del consumo Mundial de Lácteos”. Director: José Manuel Sarango Villamil. Universidad Central del Ecuador. 2011”.

Antes de la Revolución Industrial, la leche era muy difícil de conservar por esta razón se consumía fresca o procesada en forma de quesos. Durante años se fueron añadiendo diferentes productos lácteos. La posibilidad de transportar la leche fresca de las zonas rurales a las grandes ciudades se dió gracias a las mejoras en los transportes.

El presente trabajo procura determinar la factibilidad para la producción y comercialización de derivados de leche en el cantón Pedro Vicente Maldonado, enfocado a determinar una alternativa que generará plazas de trabajo e ingresos para la población del cantón. En el estudio de mercado se identificó que si existe demanda en el cantón Quito para la comercialización de la producción de lácteos de la asociación artesanal de producción de bienes agrícolas y pecuarios de San Vicente de Andoas. Para llevar a efecto este trabajo de investigación se estableció localizar la planta procesadora en el mismo cantón, creada como una Sociedad Anónima; finalmente a través del estudio de evaluación financiera se determinó que se requerirá una inversión de \$49.166,12 los mismos que serán financiados en un 39,68% recursos propios y 60,32% recursos de terceros, con una TIR del 48,84%, y su período de recuperación al cuarto año; esta inversión producirá una utilidad de 2.343,94 en el primer año. (DE LA ROSA Nicolás, 2011, p. 25).

GRÁFICO 1

1.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1 Gestión Microempresarial

El concepto de gestión posee preliminares básicos correspondientes a la organización, lo que implica que éste aplicado en una empresa o en un negocio examina algunos de los objetivos principales correspondientes a la misma. (LONGENECKER Justin; PETTY William, 2010, p. 65).

La Gestión Empresarial, trata sobre planificación y organización empresarial, a partir de la vital importancia que estos elementos tienen en relación con el buen funcionamiento de una empresa, quiere mostrar los correctos procedimientos que nos permitan desarrollar una buena gestión empresarial, ésta que, sin duda, será una de las claves para el éxito de una empresa. (MARTÍNEZ Zury: Web, 2011).

Es la actividad que busca mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas, haciendo las cosas correctas para el éxito o mejor resultado de la gestión.

1.3.1.1 Funciones de la Gestión Microempresarial

1.3.1.1.1 Planeación

La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización, comprende:

- a. Establecer los objetivos de la empresa.
- b. Desarrollar premisas acerca del medio ambiente en el cual han de cumplirse.
- c. Elegir un curso de acción para alcanzar los objetivos.
- d. Iniciar las actividades necesarias para traducir los planes en acciones.
- e. Replantear sobre la marcha para corregir deficiencias existentes (VILLACIS Pepe, 2007, p. 15).

Planeación es la acción y efecto de planear o planificar. También se utilizan conceptos similares como planeamiento o planificación. Es el proceso y resultado de planificar una tarea simple o compleja teniendo en cuenta factores internos y externos orientados a la obtención uno o varios objetivos. (MARTINEZ María del Carmen, 2012, p. 66)

La Planeación es la actividad o los pasos a seguir que las empresas establecen durante un tiempo determinado y asignando los costos establecidos para lograr los objetivos o metas que la empresa se plantea a corto, mediano o largo plazo.

1.3.1.1.2 Organización

Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse de este medio que permite a una

empresa alcanzar sus determinados objetivos. (MARTINEZ María del Carmen, 2012, p. 68)

Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. (MONLLOR Jorge, 2009, p. 88)

La organización es aquella actividad mediante el cual la alta dirección coordina y ejecuta las funciones de todos los miembros de la empresa, con el fin de alcanzar un propósito común.

1.3.1.1.3 Dirección

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas. (DUBRIN Andrew, 2010, p. 156)

Es otra de las funciones administrativas, mediante la cual se plasman las actividades que constan en la planificación y la organización empresarial, la cual si se ejecuta con liderazgo motivador y eficacia, puede lograr el máximo cumplimiento de las metas fijadas en la planeación.

La ejecución o dirección es trascendental porque:

- Pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización.
- A través de ella se logran las formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional.
- La dirección eficiente es determinante en la moral de los empleados y consecuentemente, en la productividad.

- Su calidad se refleja en el logro de los objetivos, la implementación de métodos de organización y en la eficacia de los sistemas de central.
- A través de ella se establece la comunicación necesaria para que la organización funcione (VELÁSQUEZ Gustavo, 2008, p. 21).

La Dirección es una etapa del proceso administrativo que pone en práctica las actividades establecidas en la planificación y organización, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados con el fin de alcanzar mayor eficiencia.

1.3.1.1.4 Control

Es el proceso de asegurar el desempeño eficiente para alcanzar los objetivos de la empresa, implica:

- a. Establecer metas y normas.
- b. Comparar el desempeño medio contra las metas y normas establecidas.
- c. Reforzar los aciertos y corregir las fallas, cuantificar el progreso realizado por el personal en cuanto a los objetivos marcados (LONGENECKER, Justin, 2010, p. 36).

El control se realiza a nivel estratégico, nivel táctico y a nivel operativo; la organización entera es evaluada mediante un sistema de control de gestión; por otro lado también se contratan auditorías externas, donde se analizan y controlan las diferentes áreas funcionales de la organización (VELÁSQUEZ Gustavo, 2008, p. 18).

Es una etapa del proceso administrativo en la que se evalúa el desempeño de la empresa, es decir se analiza mediante auditorías internas y externas si lo planificado se ha ejecutado.

1.3.1.2 Importancia de la Gestión Microempresarial

Es importante saber que ninguna empresa puede subsistir si no posee algún tipo de beneficio, por lo que debe exigir cierto nivel de competencia, puesto que la gestión se mueve en un ambiente en el cual los recursos escasean y por eso la persona encargada de la gestión debe aplicarse de diferentes manera para persuadir a las fuentes de capital (LONGENECKER Justin, 2010, p.113).

La globalización y los cambios tecnológicos que se han producido en la sociedad han ampliado el campo de la gestión. En las primeras etapas del desarrollo económico, las empresas se definían porque realizaban tareas repetitivas, fáciles de definir. En el taller o en la oficina el personal sabía exactamente cuál era y seguiría siendo su misión. (DUBRIN Andrew, 2010, p. 126)

La gestión microempresarial es de vital importancia para que los directivos de las empresas puedan tomar las mejores y más acertadas decisiones, en tiempo oportuno y así lograr de los objetivos planeados, ya que si no existe un adecuado control la empresa tiende a fracasar.

1.3.2 Industrias Lácteas

La industria láctea es un sector de la industria que tiene como materia prima la leche procedente de animales (por regla general vacas). La leche es uno de los alimentos más básicos de la humanidad. Los sub-productos que genera esta industria se categorizan como lácteos e incluyen una amplia gama que van desde los productos fermentados, como el yogur y el queso, hasta los no fermentados: como mantequilla, helados, etc. (ROUCO, Antonio y MARTINEZ, Antonio, 2009, p.183).

La industria láctea tiene como materia prima la leche procedente de las diferentes razas vacunas, el progreso de esta industria ha mejorado en la actualidad a la alimentación cotidiana, aumentando el número de posibles alimentos disponibles en la dieta diaria de los niños y ancianos, entre los cuales los de mayor consumo son los quesos, yogurt, crema, mantequilla, dulce de leche, postres, entre otros. El aumento de la producción ha ido unido con un esfuerzo progresivo en la vigilancia de la higiene y de las leyes alimentarias de los países intentando regular y unificar los procesos y los productos.

La industria láctea tiene como materia prima la leche procedente de los animales de abasto, se trata de uno de los alimentos más básicos de la humanidad y se utiliza en la elaboración de quesos, mantequillas, margarinas, yogur, bebidas lácteas, así como postres saborizados, helados, entre otros.

1.3.2.1 Industrias Lácteas en el Ecuador

Ecuador es un país ubicado al noroeste de América del Sur, cuenta con aproximadamente 13 millones 700 mil habitantes, además posee un gran desarrollo cultural, biodiversidad y abundancia de recursos naturales, por lo que pertenece al grupo de los 17 países considerados mega biodiversos a nivel mundial.

Es considerado un importante país exportador de bananas y el octavo productor mundial de cacao. Asimismo, es significativa su producción de camarón, caña de azúcar, arroz, algodón, maíz y café y diariamente produce cuatro millones de litros de leche.

En cuanto a la producción láctea, en Ecuador el consumo de leche fluida manifiesta diferencias. Las cifras oficiales hablan de un consumo anual de 100 litros per cápita; sin embargo, según cifras aproximadas de diversas empresas lácteas, menos del 50% de la población consume productos lácteos, situación considerada como un problema cultural y adquisitivo.

Al igual que en la mayoría de los países sudamericanos, la industria láctea actualmente está influenciada por la tendencia de consumo de la leche UHT en funda de polietileno multicapas de larga vida “Tipo Sachet”, que no requiere cadena de frío.

Son alrededor de seis empresas las que se pueden considerar grandes. La mayor e ellas es Nestlé DPA con una producción de 300 mil litros de leche diaria. Otras empresas grandes son: Andina, con una producción de 110 mil litros de leche diarios; Nutrileche, empresa del Sur de Ecuador, con una producción de 140 a 160 mil litros de leche diaria; Reyleche y Pasteurizadora Quito que producen de 160 a 180 mil 18 litros de leche diaria cada una; y Tony Yogurt ubicada en Guayaquil y especializada en la elaboración de yogurt y bebidas.

Entre las empresas medianas se encuentran: El Ranchito con una producción de 80 a 100 mil litros diario y Lácteos Tanicuchi, con unos 50 mil litros de leche diarios procesados en yogurt, quesos y leche fluida pasteurizada en funda de polietileno; Ecuilac, con una producción de 30 a 40 mil litros de leche diarios; La Finca con unos 15 mil litros. También se encuentra un sin número de plantas artesanales dedicadas a la producciones de quesos frescos con una producción diaria de hasta 10 mil litros diarios.

En los últimos años, se ha presentado una bonanza para las fábricas de productos alimenticios, por ejemplo, las empresas que no tienen elevados gastos financieros, en un litro de leche pasteurizada obtienen, en promedio, una ganancia aproximada de cinco a ocho centavos de dólar.

Las posibilidades de crecimiento para el mercado se colocan, según diferentes empresas, en la producción en general de bebidas lácteas abarcando todos los sectores económicos del país. Por lo cual, la industria de productos lácteos debe dar mayor énfasis al procesamiento, la calidad y el precio del producto para tener la capacidad de exportar cuando existan sobrantes de materia prima, evitando vencimientos en la producción. (SALAZAR Nelly Lourdes, 2010, p. 36).

Ecuador posee un gran desarrollo cultural, biodiversidad y abundancia de recursos naturales, por lo que pertenece al grupo de países considerados mega diversos.

En Ecuador diariamente se producen cuatro millones de litros de leche; existen grandes empresas como Nestle dedicadas a la producción de 300 mil litros de leche diaria, seguido por otras empresas como: Andina, Nutrileche, empresa del Sur de Ecuador, Reyleche y Pasteurizadora Quito en una producción menor pero de igual manera muy significativa y la empresa Tony Yogurt ubicada en Guayaquil y especializada en la elaboración de yogurt y bebidas.

Existen otras empresas consideradas de mediana producción como: El Ranchito, Lácteos Tanicuchi, Ecuallac, La Finca, entre otras, También se encuentra un sinnúmero de plantas artesanales dedicadas a la producción de quesos frescos con una producción diaria de hasta 10 mil litros diarios.

Todas estas empresas elaboran productos varios como: leche pasteurizada, yogurt, leche saborizada, queso, colocándose en un sitio muy importante en la producción en general de bebidas lácteas en todos los sectores económicos del país. Razón por la cual la industria de productos lácteos debe enfocarse en el procesamiento, la calidad y el precio del producto para tener la capacidad de exportar cuando existan sobrantes de materia prima, evitando vencimientos en la producción y por ende pérdidas económicas.

1.3.2.1.1 Clasificación de las Industrias Lácteas según el tipo de Producción

Las empresas de Lácteos según el tipo de producción se clasifican en:

- Producción artesanal.
- Producción Industrial

1.3.2.1.1.1 Producción Artesanal

Desde que se tiene nociones históricas, siempre han existido trabajadores independientes que desempeñaban sus labores a pequeña escala, empleando sus manos y exhibiendo sus habilidades particulares en la industria artesanal.

Características:

- Se usan técnicas que se han ocupado desde la antigüedad.
- Son oficios que van de una generación a otra.
- En esta no se ocupa tecnología sofisticada y es casi en su totalidad manual.
- Los productos hechos de esta forma no siempre son iguales, son mas laboriosos de hacer y llevan más tiempo.
- El artesano realiza cada una de las etapas del trabajo.

(SALAZAR Nelly Lourdes, 2010, p. 36)

El proceso productivo artesanal ha existido desde tiempos remotos, se caracteriza porque los productos son elaborados a mano es decir "uno por uno" de principio a fin, por lo general se produce en pequeñas cantidades. Cuando se compra un producto artesanal el costo en ocasiones se siente elevado, pero hay que considerar el tiempo invertido en la elaboración de cada producto.

1.3.2.1.1.2 Producción Industrial

La producción industrial es una importante fuente de riqueza de un país, ya que se logra impulsar la economía a través del fortalecimiento y crecimiento de empresas manufactureras de manera que estas sean capaces de exportar productos competitivos y reinvertir en su propia expansión y generar empleos.

Características:

- Es la producción en serie de artículos.
- Todos los productos que se crean con este método tienen las mismas características.
- La producción con este método hace más fácil y rápida la producción de artículos y es menos laboriosa. (SALAZAR Nelly Lourdes, 2010, p. 36)

En la producción industrial los productos son elaborados por medio de máquinas, se producen en gran número y de manera sistematizada y automatizada. Este tipo de producción permite fortalecer la economía de un país y generar empleo.

1.3.3 Producción

La producción es el estudio de las técnicas de gestión y el procesamiento de bienes empleadas para conseguir la mayor diferencia de los procesos económicos a través del cual el trabajo humano genera riqueza entre el valor agregado y el costo incorporado de los productos finales. Aunque generalmente se asocia a la producción con el hecho de producir bienes materiales como alimentos, vestidos o automóviles, la función de producción está presente en cualquier ente socio-económico sea que este ofrezca bienes materiales o servicios intangibles (PASCHOAL José, 2009, p.62).

La Producción es el proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado precisamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades humanas. (LACLAU Ernesto, 2007, p. 14).

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.

1.3.3.1 Elementos de la Producción

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

1.3.3.1.1 Tierra

El factor Tierra, en economía, es el concepto que abarca a todos los recursos naturales cuyo suministro está inherentemente fijado. No cambia respondiendo a las variaciones de sus precios en el mercado. (PASCHOAL José, 2009, p.68).

El primer factor de la producción es la tierra o elementos naturales y está representada por todos los recursos, la tierra es la fuente de toda materia prima gracias a ella un país puede satisfacer sus necesidades económicas en forma más o menos satisfactoria. Según las condiciones de este recurso y las posibilidades para explotarlo (ZORRILLA Santiago, 2009, p. 87).

La tierra es uno de los principales factores de la producción, ya que son todos los recursos naturales que se extraen y una vez que son procesados se transforman en productos que sirven para que un país pueda crecer económicamente y satisfacer las necesidades de las personas.

1.3.3.1.2 Capital

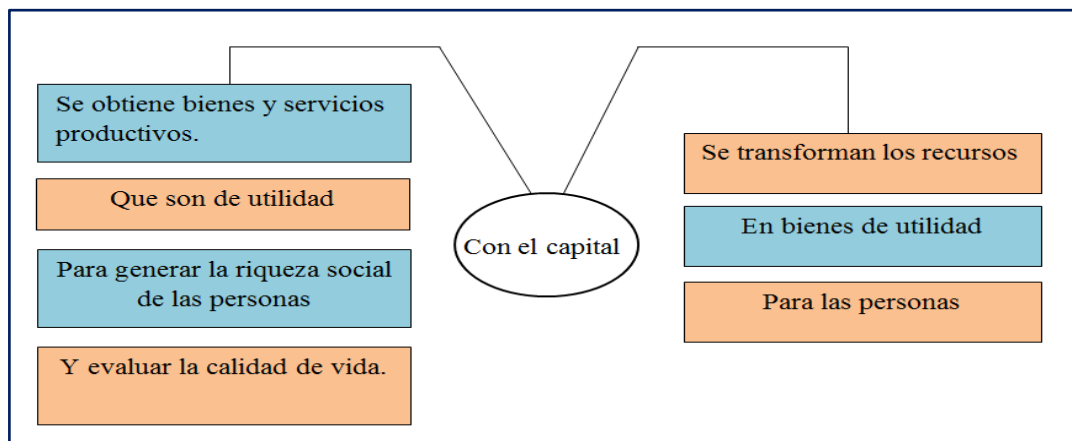
El capital en teoría económica, es uno de los factores de la producción que, habiendo sido creados por las personas, son utilizados para producir otros bienes o servicios. Dos características importantes del capital son que su creación involucra un costo, porque es necesario utilizar recursos que podrían destinarse al consumo; y que su aplicación al proceso de producción incrementa la productividad de los otros factores productivos, tales como el trabajo y la tierra (VILLALBA Carlos, 2007, p. 65).

Este es fundamental, con el se funda una empresa y es posible comenzar el proceso de producción, este por su participación recibe beneficios. Cabe aclarar

que para una fundación de empresa el capital es considerado como un módulo o masa de capital igual a la unidad. (PASCHOAL José, 2009, p.68).

El capital es el resultado de la acumulación de la producción humana, es factor fundamental del crecimiento económico. A través del capital es posible obtener bienes y servicios productivos que servirán para generar la riqueza social de las personas y elevar la calidad de vida.

GRÁFICO 2
CARACTERÍSTICAS DEL CAPITAL



Fuente: Libro de Economía

Elaborado por: Carlos Villalba

1.3.3.1.3 Trabajo

El factor trabajo se compone del esfuerzo o las capacidades humanas (del trabajador), que pueden ser tanto físicas como intelectuales; en ambos casos, aplicadas a la materia prima. El factor trabajo beneficia tanto a los grandes y pequeños productores, como al trabajador en sí mismo, pues al vender su esfuerzo, recibe un salario que le sirve para mantenerse económicamente. De esta manera, el beneficio es recíproco, entre los empresarios y los empleados de éstos (no obstante los empresarios reciben por lo general mayores ganancias). (PASCHOAL José, 2009, p.69).

El trabajo es el factor productivo que consiste en el esfuerzo humano aplicado a la producción de la riqueza. Es el factor productivo básico, pues sin él no es posible subsistir ni satisfacer las necesidades humanas. Por ello el trabajo es un concepto genérico, que engloba aptitudes y esfuerzos de muy diversa índole la remuneración de este factor es el salario, el cual se determina en el mercado de trabajo (VILLALBA Carlos, 2007, p. 70).

El factor trabajo se considera como el esfuerzo de las personas, tiene un beneficio recíproco, es decir tanto el empresario como el trabajador se benefician de él. El empresario recibe el esfuerzo del trabajador, mientras que el trabajador se beneficia con el salario que gana.

1.3.3.2 Procesos de la Producción Láctea

La industria debe efectuar un estricto control de calidad de la leche cruda que es recogida de los sitios de producción. A través de una serie de pruebas fisicoquímicas se evalúa su acidez, el porcentaje de grasa y concentración de sólidos no grasos, mediante fracción de la luz para retirar la sospecha de aguado o adulteración con sustancias extrañas, entre otros. Todos estos procedimientos garantizan la estandarización y homogenización del líquido. (CIVITARES Martín, 2011, p.19).

Para producir productos lácteos de alta calidad manteniendo bajo los costes de producción, es esencial que los procesos de la central lechera funcionen de forma eficiente utilizando el calor disponible en el vapor. Para conseguirlo es necesario considerar el diseño y funcionamiento del sistema completo de vapor y condensado, teniendo en los diferentes requisitos de cada proceso, el medio ambiente local y la variedad de productos lácteos elaborados. Deben tenerse en cuenta los futuros planes de expansión así como los planes de mejora de las máquinas existentes. (CIVITARESI Martín, 2011, p.20).

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 3
PROCESO DE PRODUCCIÓN DE YOGURT



Fuente: Introducción a la Economía Agraria

Elaborado por: Rouco Antonio y Martínez Antonio.

1.3.3.2.1 Actividades que se desarrolla en la Producción de Yogurt

Recepción.- En primer lugar se realiza la recolección de la leche a través de terceras personas las mismas que se encargan de entregar la materia prima en la hacienda a un precio de acuerdo al mercado. Este proceso se hace en tanques de 40 litros cada uno aproximadamente se recolecta 100 a 350 litros diarios. Luego se traslada la leche a la planta de producción.

Estandarización.- En este paso se realiza la estandarización de los materiales que se van a utilizar para la producción, también se procede a cernir la leche, medir la acidez con el acidímetro y a pesar la leche con el pesaleche.

Pasteurización.- Se procede a calentar el caldero, luego pasa la leche a una tina para poder pasteurizar a una temperatura que este aproximadamente a los 82 ° por un tiempo de 15 minutos.

Cultivo Láctico.- Se baja la temperatura a 43°, se procede a mezclar el cultivo láctico en una cantidad de 250 gramos por cada 100 litros de leche.

Incubación.- Se procede a poner en unos tachos los cuales son colocados en el agua a 35 y 37°, luego para la incubación es trasladado a la cámara fría a un tiempo de 3 a 4 horas a una temperatura de 37°.

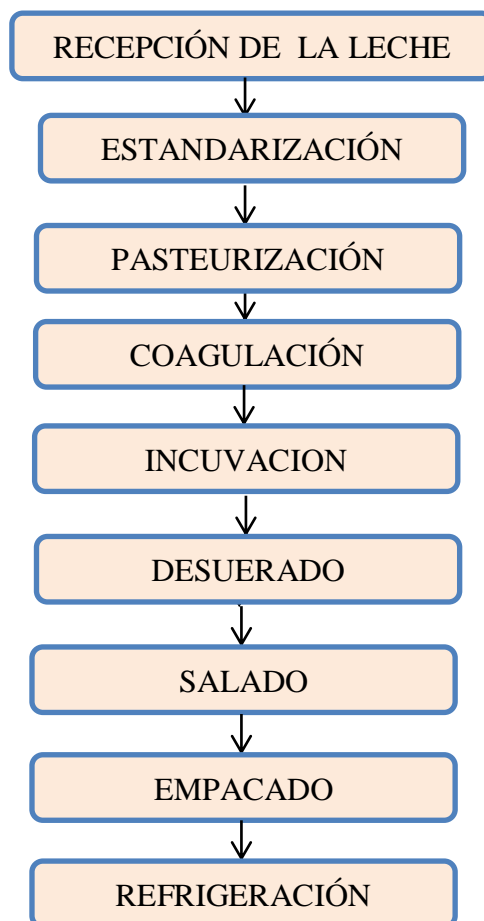
Marmita.- Al otro día se mide los litros y se procede a colocar en la marmita el yogurt natural con los colorizantes, saborizantes (durazno - frutilla - mora - guanábana) 2cc por cada 10 litros, azúcar 1 kilo por 10 litros, pulpa de fruta (durazno - frutilla – mora), media libra para cada 10 litros, preservarte natural 2cc por 10 litros se mezcla con la batidora.

Fermento.- Para colocar el fermento láctico se debe poner en una temperatura aproximada a los 39° y se mezcla 0.2 gramos de fermento láctico preparado por cada 100 litros de leche.

Empacado.- Luego que ya está el producto terminado se procede a embazar el yogurt en los diferentes envases de 1,2 y 4 litros con su respectiva marca.

Refrigeración.- El producto terminado se procede a trasladar por medio de cubetas al cuarto frío y se coloca en unas estanterías hasta el día siguiente para la venta.

GRÁFICO 4
PROCESO DE PRODUCCIÓN DE QUESO



Fuente: Introducción a la Economía Agraria.

Elaborado por: Rouco Antonio y Martínez Antonio.

1.3.3.2.2 Actividades que se desarrolla en la Producción de Queso

Recepción.- En primer lugar se realiza la recolección de la leche a través de terceras personas las mismas que se encargan de entregar la materia prima en la hacienda a un precio de acuerdo al mercado. Este proceso se hace en tanques de 40 litros cada uno aproximadamente se recolecta 100 a 350 litros diarios. Luego se traslada la leche a la planta de producción.

Estandarización.- En este paso se realiza la estandarización de los materiales que se van a utilizar para la producción, también se procede a cernir la leche, medir la acidez con el acidímetro y a pesar la leche con el pesaleche.

Pasteurización.- Se procede a calentar el caldero, luego pasa la leche a una tina para poder pasteurizar a una temperatura que este aproximadamente a los 56 ° por un tiempo de 2 minutos hasta que alcance una temperatura de 60° por el lapso de una media hora.

Coagulación.- Para proceder a coagular la leche se baja la temperatura del caldero a 37° y se mide con el termómetro quesero para luego mezclar el cuajo con la leche, se procede a colocar una cucharada de una onza de cuajo preparado por cada 100 litros y se espera de 10 a 12 minutos para que este coagulada toda la leche que se va a producir. Luego de esto proceden a cortar la cuajada con la lira y baten con la batidora la cuajada.

Desuerado.- Luego de haber cumplido con los cuatro pasos se procede a desuerar en un 25% el suero se le saca en unas cubetas. Después se coloca en los moldes de acuerdo a la medida de los quesos que se vaya a producir y cada 30 minutos se debe virar el molde por cuatro ocasiones

Salado.- Después de haber sacado del molde al queso se procede a colocar por medio de unas palas en la tina con sal en grano, por un lapso de 30 minutos.

Empacado.- Ya cumplidos estos pasos se procede a empacar el producto ya terminado en fundas herméticas y se procede a sellar con la marca.

Refrigeración.- El producto terminado se procede a trasladar por medio de cubetas al cuarto frío y se coloca en unas estanterías hasta el día siguiente para la venta.

1.3.4 Comercialización

Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas 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. (RODRIGUEZ Ricardo, 2009, p. 42).

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (ROUCO, Antonio y MARTINEZ, Antonio, 2009, p. 86).

La comercialización son todas las actividades encaminadas a poner en venta un bien o servicio, es decir la comercialización se ocupa de satisfacer las necesidades de las personas.

1.3.4.1 Tipos de Comercialización

1.3.4.1.1 Macro Comercialización

La macro comercialización es el 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. (VILLALBA Carlos, 2011, p. 56)

Se refiere a la venta al mayoreo, es decir se puede entender como el proceso mediante el cual se lleva a cabo la venta de bienes y servicios del productor al consumidor y en donde exista un equilibrio que permitan que se cumplan tanto los objetivos de los productores como de los consumidores logrando un beneficio común para la sociedad. (ZORRILLA Santiago, 2009, p. 58)

La macro comercialización es un proceso mediante el cual se lleva a cabo la venta de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una

manera que compara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

1.3.4.1.2 Micro Comercialización

Es la ejecución de 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 (GONZALES María, 2009, p. 144).

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 productos que satisfacen necesidades del producto al cliente. (ZORRILLA Santiago, 2009, p. 58)

La Micro Comercialización es el conjunto de actividades que se ejecutan para cumplir con los objetivos establecidos en una determinada organización, y para lograrlo hay que tener en cuenta los gustos y preferencias de las personas que compran el bien o servicio.

1.3.4.2 Tipos de Canales de Comercialización

1.3.4.2.1 Canal Directo

También conocido como circuitos cortos de comercialización, consiste en que el productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada, pero no es tan corriente en productos de consumo. Por ejemplo, un peluquero presta el servicio y lo vende sin intermediarios; lo mismo ocurre con los bancos (CONE Carlos, 2009, p.18).

Un canal directo de distribución describe una situación en la que el productor vende un producto directamente a un consumidor sin la ayuda de intermediarios. Una cadena de distribución directa puede implicar una venta cara a cara, ventas por computadora o por correspondencia, pero no implica ningún tipo de distribuidor que no sea el productor original. Las cadenas de distribución que implican minoristas no afiliados o mayoristas no pueden ser descritos como canales directos de distribución y, en cambio, se clasifican como cadenas indirectas de distribución. (GONZALES María, 2009, p. 146).

El canal de comercialización directo es el tipo de canal que no tiene intermediarios, por tanto, el productor realiza las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

1.3.4.2 Canal Indirecto

El canal Indirecto recibe esta denominación debido a que entre el productor del bien o servicio y el consumidor se presenta un intermediario. El tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio. (GONZALES María, 2009, p. 146).

Consiste en vender un determinado producto a intermediarios, quienes posteriormente los venderán al consumidor final o en todo caso a otros intermediarios para que estos continúen con la venta hasta llegar a los consumidores finales, el canal indirecto se define como la venta a través de intermediarios, dentro del canal indirecto se puede identificar dos tipos de canales:

Canal Detallista, este consiste en la rotación del producto desde el productor o fabricante a los detallistas y de éstos a los consumidores; este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas. En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que

se encarga de hacer contacto con los minoristas o detallistas que venden los productos al público y hacen los pedidos.

Canal Mayorista, este en cambio se realiza del productor a los mayoristas, de éstos a los detallistas y de éstos a los consumidores; este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: los mayoristas, y los intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos (NAVAS Gonzalo, 2009, p. 239).

Se denomina canal indirecto porque existe uno o varios intermediarios entre el productor y el consumidor final, este tipo de canales se los puede encontrar en supermercados, almacenes, tiendas de abasto, donde pueden existir personas que compran y venden el producto de forma mayoristas y minoristas para luego venderlo al consumidor final.

1.3.4.3 Variables del Marketing Mix

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatro variables básicas de su actividad:

- ❖ Producto
- ❖ Precio
- ❖ Plaza
- ❖ Promoción
- ❖ Servicio

1.3.4.3.1 Producto

"El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el

producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. (MOLLA Alejandro, 2008, p.42).

Un producto es un bien o servicio que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 Ps. (SORIANO Claudio, 2010, p. 10).

Los productos son bienes o servicios que los fabricantes o empresas realizan con el fin de satisfacer las necesidades de las personas o consumidores y así cubrir sus necesidades.

1.3.4.3.2 Precio

El precio es el regulador básico del sistema económico puesto que colabora en el reparto de los recursos. De él derivan los salarios de los trabajadores es, asimismo un regulador de la demanda, dado que influye directamente en el nivel de la misma y determina el nivel de actividad. En este sentido, la elasticidad de la demanda respecto al precio es un dato especial. (SORIANO Claudio, 2010, p. 45).

Es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación. (MOLLA Alejandro, 2008, p.43).

Es el valor monetario que permite regular de la oferta y la demanda, porque con el podemos determinar si la capacidad económica nos permite adquirir o vender más productos.

1.3.4.3 Promoción

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas. (NAVAS Gonzalo, 2009, p. 96).

La promoción es el mensaje promocional, mediante la cual se busca que el consumidor se entere de la existencia del producto, crea imagen positiva del producto, estimula la compra inmediata y promociona un esfuerzo después de la compra (ARMSTRONG Gary et al, 2009, p. 234).

Es el impulso que se hace para que los consumidores conozcan sobre las cualidades y características que tiene un producto con el fin que se sienta motivado a adquirirlo.

1.3.4.4 Plaza

Se entiende como plaza el lugar físico o área geográfica en donde se va a distribuir, promocionar y vender cierto producto o servicio, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor, es decir, del fabricante a los distintos tipos de establecimientos en donde pueden ser adquiridos. (SAINZ José, 2009, p. 45).

También conocida como distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean. (KOTLER Philip, 2009, p 86).

La plaza es el lugar físico o virtual donde se ponen a disposición de los consumidores los bienes o servicios, con el fin de que los consumidores tengan más conocimiento de la existencia y puedan adquirirlos con mayor facilidad.

1.3.4.3.5 Servicio

Un proyecto que este destinado a ofrecer un servicio deberá estar orientado a brindar a los consumidores la satisfacción en sus gustos y preferencias, dentro del cual se involucra el aporte humano e intelectual para generar ideas, proponiendo alternativas de cambio e innovación que estén relacionadas con la inclusión de valores agregados (ARMSTRONG Gary et al, 2009, p. 236).

Son actividades identificables e intangibles que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen desempeño y esfuerzo, que implica generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, siendo este el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes (SORIANO Claudio, 2010, p. 169).

Es la atención que se le proporciona al consumidor al momento de ofrecer un bien o servicio. Es de vital importancia ya que de la atención que se le brinde al consumidor depende las ventas posteriores.

1.3.4.4 Mercado

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambas, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado. (SORIANO Claudio, 2010, p. 170).

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado (ÁGUEDA Esteban, MADARIAGA Jesús, 2009, 45, p.)

El mercado es un lugar físico o virtual donde se realizan el intercambio entre la oferta y la demanda, es decir compradores y vendedores, en el cual juega un papel importante el dinero como unidad de cambio.

1.3.4.4.1 Tipos de Mercados

El mercado está constituido por dos grandes grupos: mercado mayorista y mercado minorista

Mercado Mayorista, Se designa mayorista al comerciante o al comercio que vende al por mayor. El mayorista es uno de los componentes de la llamada cadena de distribución, en este caso, la empresa no tomará contacto con el usuario final o consumidor final sino que le delegará esta tarea a un especialista. El mayorista es de alguna manera el intermediario entre el que fabrica un producto y el consumidor final de ese producto. Es decir, el mayorista o distribuidor mayorista, como también se lo llama, le compra al productor, fabricante o a otro mayorista y luego le venderá a un fabricante, otro mayorista, un minorista, pero nunca al consumidor final. (SORIANO Claudio, 2010, p. 176).

El comercio mayorista o venta al por mayor es la actividad de compra-venta cuyo comprador no es el consumidor final, sino que tiene el objetivo de vender la mercancía nuevamente a otro comerciante o a una empresa manufacturera que utilice la materia prima para su transformación, es decir es la venta de mercancías

por parte del mayorista a los minoristas o detallistas en cantidades importantes (KOTLER Philip et al, 2009, p. 53).

El mercado mayorista es aquel donde se venden las mercaderías al por mayor o en grandes cantidades, es aquí donde acuden los intermediarios a comprar los productos para luego revenderlos a otros comerciantes o directamente al consumidor final.

Mercado Minorista, Consiste en la venta de productos o servicios en pequeñas cantidades directamente a los consumidores, radica principalmente en la compra de un surtido satisfactorio de artículos para ciertos segmentos de mercado, poniendo esos artículos a disposición del público a precios razonables, (ÁGUEDA Esteban, MADARIAGA Jesús, 2009, p. 47).

El concepto de minorista dispone de un uso extendido en el ámbito del comercio dado que con él se denomina a aquellos comercios o empresas que venden sus productos a los consumidores finales, es decir, no media antes ningún otro tipo de actor vinculado a la actividad comercial, como podría ser el fabricante o un proveedor mayorista, sino que es el público consumidor directamente con el cual interactúa el minorista vendiéndole sus productos. (KOTLER Philip et al, 2009, p. 54).

Son aquellos mercados que venden directamente al consumidor final y en pocas cantidades, es decir no tienen intermediarios, son llamados también mercados de abastos.

1.3.4.4.2 Elementos del Mercado

Tanto la oferta como la demanda son fases que se correlacionan en el mercado para determinar la cantidad comercializada de cada bien o servicio, de su constante interacción resulta el sistema de precios existentes en una economía.

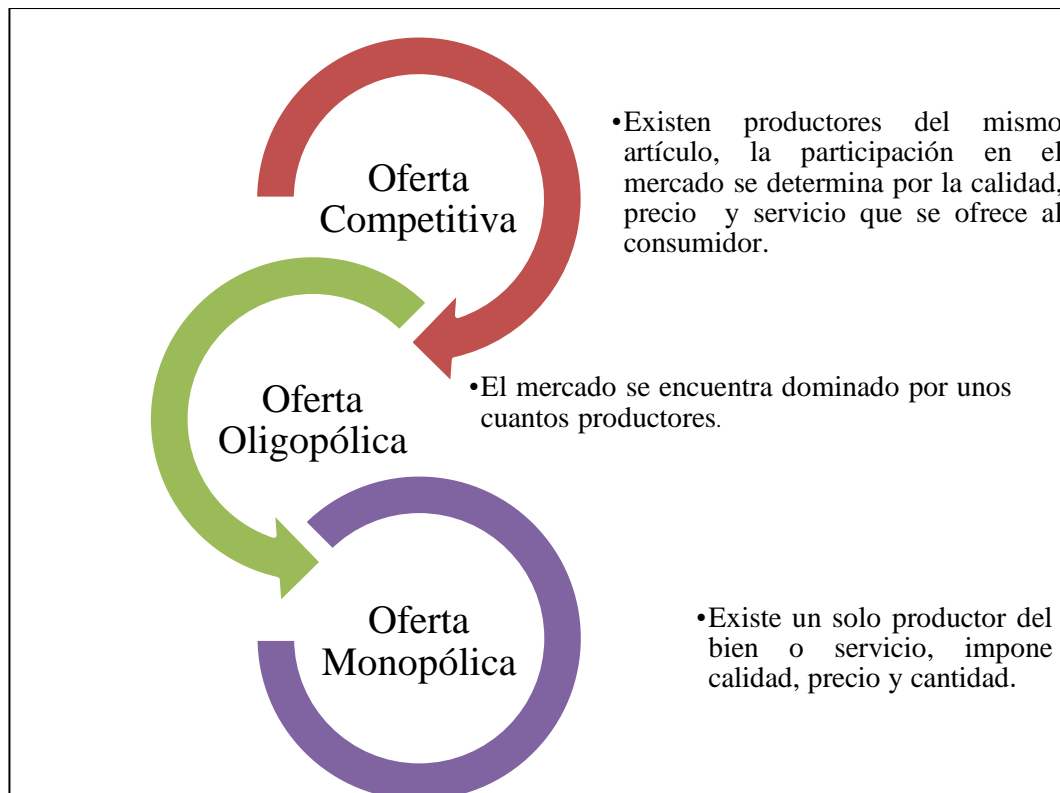
Oferta, La oferta es un diagrama que muestra las diversas cantidades de un producto que un productor puede y está dispuesto a producir y a ofrecer en venta a cada uno de los precios posibles, durante un periodo específico, cuando el precio aumenta, la cantidad ofrecida aumenta; cuando el precio disminuye, la cantidad ofrecida también disminuye (JONES Charles, 2009, p. 253).

Se entiende como oferta, el número o cantidad de un bien o servicio que un cierto número de vendedores ofrecen al mercado, tomando en cuenta el nivel del precio, se puede identificar variables que condicionan la oferta como la tecnología, precio del bien y precio de los factores (VILLALBA Carlos, 2011, p. 95).

Se denomina oferta aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado, tomando en cuenta el precio.

GRÁFICO 5

TIPOS DE OFERTA



Fuente: Libro de Economía

Elaborado por: Carlos Villalba.

Es la cantidad de un bien o servicio que un cierto número de vendedores ofrecen al mercado, tomando en cuenta el precio, es decir ofrecer bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio de acuerdo al costo de producción que tiene el producto.

Demanda, es la cantidad y calidad de servicios o bienes que los consumidores requieren comprar, en determinados momentos, la demanda determina cuanto requerirán los consumidores de un producto determinado para cada uno de los precios que aquel producto puede tener (VILLALBA Carlos, 2009, p. 99).

GRÁFICO 6
TIPOS DE DEMANDA



Fuente: Libro de Economía

Elaborado por: Carlos Villalba.

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado a medida que el precio de un bien aumenta la cantidad de dicho bien disminuye, se puede identificar una demanda individual, que es la realizada por un sujeto económico, y

una demanda social obtenida como suma de las demandas individuales (JONES Charles, 2009, p. 253).

Es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

1.3.5 Rentabilidad

La rentabilidad es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos. En la economía, la rentabilidad financiera es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio. En otras palabras, puede entenderse a la rentabilidad o “return on equity” en inglés (ROE), como el retorno que recibe un accionista en una empresa por participar económicamente de la misma. (SAPAG Nassir, 2010, p. 187).

La rentabilidad es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado. El concepto de rentabilidad puede hacer referencia a:

Rentabilidad económica, beneficio comparado con el total de recursos empleados para obtener esos beneficios.

Rentabilidad financiera, beneficio comparado con los recursos propios invertidos para obtener esos beneficios.

Rentabilidad social objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas y ONGs. (SINISTERRA Gonzalo; POLANCO, Enrique, 2011, p. 126).

La rentabilidad es el rendimiento promedio obtenido (ROE) por todas las inversiones de la empresa. También se puede definir como la rentabilidad del activo, o el beneficio que éstos han generado por cada dólar invertido en la empresa.

1.3.5.1 Inversión Inicial

Conocido como capital de trabajo 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 (SAPAG Nassir, 2006, p.144).

Debemos entender por inversión 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 (GUAJARDO Gerardo, ANDRADE Nora, 2008, p.142).

Inversión inicial también llamado capital de trabajo, es la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio. Es de vital importancia para que un negocio pueda empezar su actividad.

1.3.5.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener. (ZAPATA Pedro, 2007, p.186).

El Estado de Resultados es uno de los estados financieros básicos, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un periodo determinado por actividades

ordinarias o extraordinarias. Se habla de un periodo determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo. Desde el punto de vista financiero, reviste una importancia fundamental el determinar la correspondencia de ingresos, costos y gastos en diferentes periodos. (AYALA Jorge, 2009, p.46).

El estado de pérdidas y ganancias también se lo conoce como estado de resultados y como su nombre lo indica es un estado financiero que resume los resultados de las operaciones de la empresa referente a las cuentas de ingreso y gastos de un determinado periodo, con el fin de que el empresario, luego de un periodo de funcionamiento de su empresa, pueda determinar si obtuvo utilidad o pérdida.

1.3.5.3 Evaluación Financiera

La evaluación financiera determina de manera cuantitativa y monetaria al costo de la operación del negocio, adquisición de activo fijo y gastos pre-operativos hasta obtener indicadores financieros de los estados financieros, la evaluación financiera permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión (SERRANO Arturo, 2009, p. 218).

La identificación de costos y beneficios resulta de contrastar los efectos generados por un proyecto con los objetivos que se pretenden alcanzar con su ejecución y puesta en marcha. (SÁNCHEZ Alfonso, 2008, p. 176).

La evaluación financiera contempla en su análisis, a todos los flujos financieros de un proyecto, para de esta manera conocer el porcentaje específico de recuperación de la inversión inicial, así como el nivel de crecimiento y endeudamiento de la empresa y así conocer el índice de solvencia.

1.3.5.4 Indicadores de Rentabilidad

1.3.5.4.1 VAN

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (LEIVA Juan, 2008, p.124).

CUADRO 1
REPRESENTACIÓN DEL VAN

VAN	PROYECTO
> 0	Aceptado
< 0	Rechazado
= 0	Rechazado

Fuente: Los emprendedores y la creación de empresas.

Elaborado por: Leiva Juan.

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:

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

Dónde:

A = Capital invertido o coste inicial.

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

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

$n =$ Horizonte temporal de la inversión o vida útil estimada para la inversión (MASCAREÑAS Juan., 2010, p. 194)

El valor actual neto, (VAN) es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

1.3.5.4.2 TIR

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje. (LEIVA Juan, 2008, p.125).

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: Leiva Juan.

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) es aquella tasa de interés con la cual se igualan el valor presente descontado de todos los flujos de efectivo o ingresos que genera el proyecto durante su vida útil y el monto total de la inversión realizada (ABRIL Tanya, ALCIVAR Grace, 2009 p.147).

$$TIR = -A + \frac{FNC_1}{(1 + R)^1} + \frac{FNC_2}{(1 + R)^2} \dots \dots + \frac{FNC_n}{(1 + +R)^n} = 0$$

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es uno de los parámetros más usados a la hora de calcular la viabilidad de un proyecto, permite medir la rentabilidad o factibilidad que ha generado el negocio sobre la inversión realizada, dicha tasa hace que el valor actual de entrada den fondos sea igual al valor actual de las salidas, es decir, que el valor actualizado neto del flujo de fondos sea cero.

1.3.5.5 Índices Financieros

Según el Autor (Cesar Aching Guzmán: WEB, 2005, p.1).

Un indicador financiero es una relación de las cifras extractadas de los estados financieros y se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso.

1.3.5.5.1 Índice de Liquidez

Los índices de liquidez son las razones financieras que 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 (MÉNDEZ David, 2010, p. 238).

Los índices de liquidez miden de forma aproximada la capacidad global de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo, si la empresa tiene buenos índices de liquidez, entonces estará en condiciones de afrontar sus obligaciones de manera ordenada, sin problema alguno (ENRIQUE Franklin, 2010, p. 319).

Razón Corriente

Es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar el índice de liquidez de una empresa. Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo.

Para determinar la razón corriente se toma el activo corriente y se divide por el pasivo corriente

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \text{veces}$$

Prueba Ácida

Es aquel indicador que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo, los inventarios son excluidos del análisis porque son los activos menos líquidos y los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}} = \text{veces}$$

Capital de Trabajo

El capital de trabajo, (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo.

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

El índice de liquidez es uno de los elementos más importantes en las finanzas de una empresa, por cuando indica la disponibilidad de liquidez de que dispone la

empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, con los proveedores, empleados, para ampliar su capacidad industrial, para adquirir materia prima, etc.

1.3.5.5.2 Índice de Solvencia

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

Sirve para medir las disponibilidades de la empresa, a corto plazo, para pagar sus deudas.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \%$$

Estructura del capital (deuda patrimonio)

Es el cociente que muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio. Este ratio evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio. Los cálculos dividiendo el total del pasivo por el valor del patrimonio.

$$\text{Estructura del capital} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} = \%$$

1.3.5.5.3 Índice de Rentabilidad

Es un método de valoración de inversiones que mide el valor actualizado de los cobros generados, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto de inversión. Analíticamente se calcula dividiendo el valor actualizado de los flujos de caja de la inversión por el desembolso inicial. (HORNGREN Charles; FOSTER George, 2010, p. 66).

Los índices 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 (VELÁSQUEZ Gustavo, 2009, p. 58).

Rendimiento sobre el patrimonio:

Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

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

Este indicador señala, como su nombre lo indica, la tasa de rendimiento que obtienen los propietarios de la empresa, respecto a su inversión representada en el patrimonio

Rendimiento sobre activos totales:

Lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de la rentabilidad del negocio como proyecto indispensable de los accionistas.

$$\text{Rendimiento sobre activos totales} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos totales}} = \%$$

El rendimiento del Activo total determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con los activos totales que disponga la organización, por lo tanto entre mas altos sean los rendimientos sobre la inversión, significa que esta bien la organización.

1.3.5.5.4 Índice de Productividad

Es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción, también se la define como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema, en realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de producto utilizado con la cantidad de producción obtenida (HOUNGREEN Charles, 2009, p. 227).

El índice de gestión es un índice económico que relaciona la producción con los recursos empleados para obtener dicha producción, expresado matemáticamente como: $P = \text{producción/recursos}$ (VELÁSQUEZ Gustavo, 2009, p. 58).

Margen de Utilidad:

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

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

Margen de Utilidad Bruta:

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

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

Utilidad de Operación:

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

$$\text{Márgen de Utilidad Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas netas}} = \%$$

La productividad es un indicador que manifiesta la eficiencia de la empresa, se obtiene como resultado de dividir el producto de las actividades empresariales y los recursos que se utilizaron para la obtención de un determinado producto.

1.3.5.6 Costos

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). (FLORES Luis, 2009, p. 96).

El costo de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios. (BELLENE Ricardo, 2010, p. 236).

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

1.3.5.6.1 Elementos del Costo

1.3.5.6.1.1 *Materia Prima*

Representa el punto de la actividad manufacturera por constituirse los bienes sujetos a transformación que se identifican y cuantifican con el producto terminado, los materiales previamente adquiridos y almacenados, se convierten en costos en el momento que salen del almacén hacia la fábrica para utilizarse en la producción (FLORES Luis, 2009, p. 24).

Las materias primas son los recursos naturales que utiliza la industria en su proceso productivo para ser transformados en producto semielaborado, en bienes de equipo o de consumo. (BELLENE Ricardo, 2010, p. 234).

La materia prima o primera es aquella sustancia que brinda la naturaleza y a partir de la cual, gracias al ingenio humano, pueden elaborarse otros productos o manufacturas. Son por ejemplo, materias primas, la madera con la cual podemos hacer muebles, o el cuero con los que podemos fabricar zapatos.

1.3.5.6.1.2 *Mano de Obra*

Representa el talento humano que interviene en la producción, sin el cual por mecanizada que pudiese estar una industria, sería imposible realizar la transformación. La mano de obra directa también se puede conceptualizar, como el jornal y los beneficios sociales que perciben los trabajadores, salarios devengados por operarios que llevan a cabo la transformación de productos y que su actividad se identifica o cuantifica con la producción (FLORES Luis, 2009, p. 26).

Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo, es decir, el precio que se le paga. (BOLAND Lucrecia, 2008 p. 92).

La Mano de obra está constituida por el factor humano, sin cuya intervención no podría realizarse la actividad manufacturera y por ende no se podría elaborar un

producto, independientemente del grado de desarrollo mecánico o automático las empresas.

1.3.5.6.1.3 Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos que se requieren para producir y lo integran el material indirecto, la mano de obra indirecta y también costos que no están estrictamente relacionados con el producto terminado, pero son indispensables para que la producción se desarrolle normalmente (HORNGREN Charles, FOSTER George, 2007, p. 28).

Son todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa. Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de fabricación (CIF son distintos a los Gastos de venta, administración y financiero) y además son costos que no se puede asociar o costear con facilidad a un producto producido. (SAPAG Nassir, 2006, p.86).

Los costos indirectos de fabricación (C.I.F) son aquellos costos que se utilizan en la elaboración de un producto pero de una forma adicional, estos costos son muy útiles al momento de transformar la materia prima en un producto terminado.

1.3.5.6.2 Clasificación del Costo

1.3.5.6.2.1 Costo Fijo

En economía, los costos fijos son gastos de la actividad que no dependen del nivel de bienes y servicios producidos por la empresa. Con frecuencia se hace referencia a ellos con el término gastos generales. costos variables Los costos fijos no están fijados de manera permanente, cambiarán con el tiempo, pero no varía con la cantidad de producción para el período en cuestión. Por ejemplo, una

empresa puede tener gastos inesperados e imprevisibles ajenos a la producción y los costos de almacenaje. (HORNGREN Charles, FOSTER George, 2007, p. 36).

Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción, no cambian durante un periodo específico. Por lo tanto, a diferencia de los variables, no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el mismo periodo (SAPAG Nassir, 2007, p.48).

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.

1.3.5.6.2.2 Costo Variable

Son aquellos que están en función del volumen de la producción y de las ventas, varían en forma proporcional a las fluctuaciones de la producción de un período, entre estos tenemos: Materiales directos y/o materia prima consumida, fuerza motriz, depreciaciones de bienes de uso por rendimientos, impuesto a las transacciones, comisiones sobre ventas (SAPAG Nassir, 2007, p.48).

Costos Variables o directos: Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa. (HORNGREN Charles, FOSTER George, 2007, p. 30).

Este tipo de costo es aquel que se modifica de acuerdo a la cantidad de la producción que se vaya a realizar en el transcurso de un periodo, esto depende de los materiales que se utilizan para producir.

1.3.6 Economía

La economía es una ciencia social que estudia los procesos de extracción, producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios. En sentido figurado, economía significa regla y moderación de los gastos; ahorro. (ZORRILLA Santiago, 2009, p. 96).

La economía es una ciencia social que estudia las relaciones que tienen que ver con los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacción de necesidades humanas y resultado individual y colectivo de la sociedad. (CERDA José, 2011, p. 22).

La economía puede enmarcarse dentro del grupo de ciencias sociales ya que se dedica al estudio de los procedimientos productivos y de intercambio, y al análisis del consumo de bienes (productos) y servicios.

1.3.6.1 Objetivos de la Economía

Analizar los hechos y fenómenos económicos tal como ocurren en la realidad, sin que intervengan sus gustos cuando los objetivos son opuestos la sociedad debe establecer un orden de prioridad para los que persigue, si una mayor libertad económica va acompañada de una menor seguridad económica admite menor libertad económica, la sociedad debe valorar las ventajas, desventajas y decidir cuál es el equilibrio óptimo (PARKIN Michael, 2010, p. 23).

El objeto de la economía, es la correcta distribución de los bienes y servicios disponibles en un mercado, cómo es que estos se producen, cómo se distribuyen y finalmente cómo se consumen. A diferencia de otras ramas del estudio, en la economía existe un gran peso social lo cual hace que no solo se trate de matemáticas, sino que haya un gran trasfondo social y psicológico. (GÓMEZ Roberto, 2009, p.126)

El objetivo principal de la economía es estudiar la relación que existe entre los recursos disponibles y las necesidades de las personas, analizar la correcta distribución de los recursos indispensables para la satisfacción de las necesidades humanas.

1.3.6.2 Ramas de la Economía

1.3.6.2.1 Marco Economía

La macroeconómica es la disciplina que examina en profundidad la economía agregada, busca una visión general de la economía, que no se vea empatada por excesivos detalles de sectores particulares o empresas individuales, la macroeconomía trata de obtener una visión o síntesis general de la estructura de la economía y de las relaciones entre sus principales agregados (GISPERT Carlos, 2011, p. 262).

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. La macroeconomía puede ser utilizada para analizar cuál es la mejor manera de influenciar objetivos políticos como por ejemplo hacer crecer la economía, estabilidad de precios, trabajo y la obtención de una sustentable balanza de pagos. (GÓMEZ Roberto, 2009, p.127).

La Macroeconomía es aquella ciencia económica que observa a la economía como un todo. Es decir cómo interactúan los mercados a nivel nacional.

- ***Indicadores Macro.***

Los indicadores macroeconómicos son estadísticas que indican el estado actual de la economía de un estado según un área particular (industria, mercado de trabajo, comercio, etc.). Las instituciones gubernamentales y empresas del sector privado los publican regularmente en una fecha determinada. (GÓMEZ Roberto, 2009, p.128).

La Macroeconomía habla de indicadores, tales como el producto total, el empleo total, el ingreso total, los gastos agregados, y el nivel general de precios, cuando analiza los diversos problemas económicos, no presta atención o les presta poca a las unidades específicas que conforman esos agregados (GISPERT Carlos, 2009, p. 264).

Los indicadores Macro son indicadores económicos que se representan en valores estadísticos con el objeto de indicarnos como se encuentra la economía de un país, entre los principales tenemos el Producto Interno Bruto (PIB), el Ingreso Nacional, etc.

- ***Balanza Comercial***

La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales. (KATZ Michael, 2009, p. 157).

Se denomina balanza comercial a la diferencia monetaria entre exportaciones e importaciones por parte de un país en un determinado período de tiempo. Puede tenerse un saldo negativo, cuando las importaciones superan número a las exportaciones, o un saldo positivo, cuando se da la situación contraria. En algunas ocasiones se suele dividir la balanza comercial en balanza de bienes y balanza de servicios. La balanza comercial es parte constitutiva de la denominada cuenta corriente, que incluye otras transacciones como ingresos por inversiones como si también ayudas internacionales. (GISPERT Carlos, 2009, p. 271).

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país cualquiera durante un período y es uno de los componentes de la balanza de pagos.

1.3.6.2.2 *Micro Economía*

Llamada así por ser la disciplina de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes individuales, como son los consumidores, las empresas, los trabajadores e inversores; así como de los mercados. Considera las decisiones que toma cada uno para cumplir ciertos objetivos propios. (MANKIWI Gregory, 2008, p. 135).

La microeconomía es el análisis de la actividad económica a partir del comportamiento individual. Se trata de un concepto desarrollado en contraposición a la noción de macroeconomía, que estudia la economía de un país como una unidad o una totalidad en la que interactúan múltiples factores. ((GISPERT Carlos, 2009, p. 278).

La microeconomía centra su objeto de análisis en los bienes, los precios, los mercados y los agentes económicos, y estudia, analiza y explica cómo y por qué cada individuo toma decisiones económicas para satisfacer sus propias necesidades e intereses.

- ***Indicadores Micro***

Los indicadores son herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos son medidas verificables de cambio o resultado diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, facilitan el reparto de insumos, produciendo productos y alcanzando objetivos (MANKIWI Gregory, 2009, p. 52).

Los indicadores micro son específicos, es decir, están vinculados con los fenómenos económicos, sociales, culturales o de otra naturaleza sobre los que se

pretende actuar; por lo anterior, se debe contar con objetivos y metas claros, para poder evaluar qué tan cerca o lejos nos encontramos de los mismos y proceder a la toma de decisiones pertinentes (GISPERT Carlos, 2009, p. 268).

Reflejan resultados y ponen de manifiesto la situación, en este caso de un determinado sector productivo, en un determinado tiempo, permitiendo la evaluación, estimación y seguimiento del progreso obtenido para facilitar la toma de decisiones específicas al lugar o situación estudiada.

- ***Ingreso Per Cápita***

El ingreso per cápita o renta per cápita, como también se lo denomina, es el concepto que denomina a aquella variable económica que indica la relación que existe entre el Producto Bruto Interno (PBI) y la cantidad de habitantes de una nación. A instancias de la macroeconomía, el PIB es una medida que expresa el valor monetario de la demanda final en lo que respecta a la producción de bienes y de servicios, en una región o país, durante un lapso de tiempo determinado, que normalmente es de un año. Cabe destacarse que al PIB se lo utiliza para tener una noción de la medida del bienestar material presente en una sociedad y que mide siempre la producción final. (PASCHOAL José, 2008, p. 356).

El ingreso per cápita es un cálculo que se realiza para determinar el ingreso que recibe, en promedio, cada uno de los habitantes de un país; es decir, en promedio, cuánto es el ingreso que recibe una persona para subsistir. Este cálculo se obtiene dividiendo el ingreso nacional entre la población total de un país. (GISPERT Carlos, 2009, p. 272).

El ingreso per cápita es el resultado de dividir el ingreso de un país, por el número de habitantes. El ingreso total de la economía es igual al Producto Interno Bruto (PIB). Usualmente, el ingreso per cápita se utiliza como una medida de la riqueza y es comparable entre países.

1.3.6.2.3 Indicadores Económicos

1.3.6.2.3.1 Inflación

La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. Para su cuantificación se usa el "índice de precios al consumo". (PASCHOAL José, 2008, p. 359).

La inflación, en economía, es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo. (MANKIWI Gregory, 2009, p. 63).

Se conoce como inflación al crecimiento generalizado de los precios de los bienes o servicios a través del tiempo y la disminución del poder adquisitivo (dinero).

1.3.6.2.3.2 Desempleo

El desempleo es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo. Una persona se encuentra en situación de desempleo cuando cumple con cuatro condiciones: (1) está en edad de trabajar, (2) no tiene trabajo, (3) está buscando trabajo y (4) está disponible para trabajar. (ZORRILLA Santiago, 2009, p. 131).

Desempleo, desocupación, cesantía o paro, en el mercado de trabajo, hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y, por lo tanto, de salario. Por extensión es la parte de la población que estando en edad, condiciones

y disposición de trabajar -población activa- carece de un puesto de trabajo. (PASCHOAL José, 2008, p. 359).

El Desempleo es la situación de la persona que está en condiciones de trabajar pero no tiene empleo o lo ha perdido.

1.3.6.2.3.3 Producto Interno Bruto (PIB)

EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (ZORRILLA Santiago, 2009, p. 136).

El producto interno bruto (PIB), conocido también como producto interior bruto o producto bruto interno (PBI), es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país (o una región) durante un período determinado de tiempo (normalmente un año). (VILLALBA Carlos, 2011, p. 96).

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. Su cálculo se incluye dentro de la contabilidad nacional.

1.3.6.2.3.4 Producto Nacional

El Producto Nacional Bruto se puede definir como la cantidad de bienes y servicios producidos por los residentes de un país, aunque estos bienes se produzcan en un país extranjero. El PNB, conocido también como Ingreso Nacional Bruto, sí tiene en cuenta el concepto o término de nacionalidad. (GARCIA Ronald, 2010, p. 163).

El PNB es la medida del Flujo total de Bienes y servicios generados por una economía mediante la utilización de Factores Productivos de Propiedad de

residentes en el país, aunque dichos factores estén fuera del territorio nacional. (VILLALBA Carlos, 2011, p. 101).

El Producto Nacional Bruto es el conjunto de los bienes y servicios generados por los factores productivos de un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año, en el propio país o fuera de él, deduciéndole la parte que se debe a los servicios prestados por factores productivos extranjeros.

1.3.6.2.4 Actividad Económica

Se llama actividad económica a cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las personas. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio. (GARCIA Ronald, 2010, p. 199).

Se denomina actividad económica a la suma de transacciones de bienes y servicios que se realiza en una determinada comunidad a través de dinero. La actividad económica puede verse afectada como consecuencia de los ciclos económicos, situación que conlleva a conflictos sociales de diversa índole. Es por ello, que la ciencia económica se ha visto inclinada frecuentemente a buscar soluciones que logren paliar las consecuencias de los ciclos económicos agudos. (PASCHOAL José, 2008, p. 246).

Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular

CAPITULO II

2 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Breve caracterización de los Productores de Lácteos del cantón La Maná y sus zonas de influencia.

La Maná es el sexto cantón de la provincia de Cotopaxi. Yace al pie de las estribaciones occidentales de la cordillera, precisamente en la zona noroccidental de esta provincia. Su privilegiada ubicación, en un punto de transición entre la sierra y la costa, le han conferido características especiales en cuanto a su clima, biodiversidad, hidrografía y relieve.

Está situada a unos 150 Km de Latacunga, capital de la provincia, siendo una zona importantísima del país en producción agrícola, ganadera, turística y cultural.

GRAFICO 7

MAPA DEL CANTON LA MANÁ



Fuente: INEC 2010

Límites

- **Norte:** con la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo
- **Sur:** el río Calope es el accidente geográfico que la separa de la parroquia Moraspungo, cantón Pangua
- **Este:** la parroquia La Esperanza del cantón Pujilí y Sigchos
- **Oeste:** el cantón Valencia y Quinsaloma de la provincia de Los Ríos

CUADRO 3

UBICACION DE LAS EMPRESAS LÁCTEAS DEL CANTÓN LA MANÁ

Nº	EMPRESAS	PARROQUIA	RECINTO
01	Lácteos Zamora	Guasaganda	La Josefina
02	Productos San Luis	Guasaganda	Copal
03	Productos La Excelencia	Pucayacu	San Ramón
04	La Queserita	Guasaganda	Coop. Guasaganda
05	La Finca	Guasaganda	La Playa
06	Empresa Láctea Los Rosales	Pucayacu	Guadual
07	Lácteos Cotopaxi	Guasaganda	La Josefina

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Mediante el estudio realizado se pudo observar que las empresas de lácteos se encuentran ubicadas en las parroquias rurales del cantón La Maná como son Pucayacu y Guasaganda.

En el Anexo 5. Se detalla la división de las tres parroquias del cantón La Maná por Recintos.

CUADRO 4

PRODUCTOS QUE EXPENDEN LAS EMPRESAS DE LÁCTEOS DEL CANTON LA MANÁ

Nº	EMPRESAS (MARCAS)	Productos
01	Lácteos Zamora	Yogur.
02	Productos San Luis	Queso, yogur.
03	Productos La Excelencia	Queso de hoja.
04	La Queserita	Queso, yogur.
05	La Finca	Queso, yogur.
06	Empresa Láctea Los Rosales	Queso, yogur, leche pasteurizada.
07	Lácteos Cotopaxi	Queso de hoja.

Fuente: Investigación de mercado.

Realizado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Los productores de lácteos de estas parroquias se caracterizan por ser pequeños y medianos, la comercialización de los derivados de leche la realizan tanto en el mercado interno a tiendas y comisariatos de la localidad y externo a las ciudades de Valencia, Quevedo, Babahoyo, Guayaquil y Quito, siendo estas las principales ciudades donde se comercializan la mayor cantidad de sus productos. La producción de lácteos es una actividad que genera fuente de ingreso para las familias.

Cabe resaltar que todas las marcas de productos que comercializan dentro del mercado laminence no cuentan con normas de calidad ISO 9001-2008, pero todas estas poseen las normas INEN, dentro de la investigación se toma como referencia la normativa INEN que deben cumplir los diferentes productos lácteos para poder ofertarlos libremente.

Las conocidas normas INEN emitidas por el Instituto Nacional de Normalización (INEN), son reglas y requisitos que deben cumplir las entidades dedicadas a la elaboración industrial de productos de diferentes tipos, entre lo que se apuntan los de carácter alimenticio.

2.2 Metodología Empleada

2.2.1 Tipos de Investigación

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

Exploratoria: porque ayudó a familiarizarnos con el problema y la posible solución a plantear mediante un “Análisis de Producción, Comercialización y Rentabilidad de las Empresas de Lácteos y su relación con la Economía del cantón La Maná”, por medio de la búsqueda de datos referenciales para conseguir información necesaria y suficiente, antecedentes de resultados anteriores, estadísticas de ventas, ingresos y utilidad de los productores para preparar el terreno de estudios futuros.

Descriptiva: por haber permitido conocer en forma detallada las características de los productores y consumidores de las empresas de lácteos del cantón La Maná, de la misma manera facilitó la descripción de procesos inmersos, además permitió evaluar variables importantes relacionadas con el mercado, comercialización y rentabilidad que se argumentan en la recolección de datos.

Adicionalmente, la investigación utilizó estudios correlacionales, y explicativos:

Correlacionales: por cuanto se ha establecido varias relaciones de variables de manera simple, tales como:

- Producción – Comercialización – Rentabilidad – Economía.
- Cadena Productiva – Canales de distribución y Ventas.
- Costo de comercialización y Volumen de ventas.

Explicativo: porque permitió desarrollar el planteamiento del problema estudiando problemática principal, causas, síntomas, efectos, que explican aspectos relevantes en el fenómeno de estudio, los mismos que serán ampliados en el desarrollo pleno de la tesis.

2.2.2 Metodología

En el diagnóstico se utilizó el diseño no experimental porque está orientado al mejoramiento de los productores y así poder plantear sugerencias, la propuesta se fundamentó en estrategias para la transformación de las debilidades en fortalezas.

Además se utilizó el método transeccional porque el levantamiento de los datos se lo ejecutó en una sola instancia a lo largo de la población o tamaño de muestra establecida.

A más de la metodología a utilizarse en la investigación, se basó en aspectos técnicos orientados a procedimientos y métodos relacionados con: recolección de información de la producción, comercialización y rentabilidad del producto; recopilación de información técnica y económica a nivel local mediante una encuesta a los productores e intermediarios; analizar la información del diagnóstico en su fase preliminar.

2.2.3 Unidad de Estudio

2.2.3.1 Población Universo

La población universo inmersa en la investigación es de 8.496 familias, 7 productores y 30 intermediarios del cantón La Maná. A los productores e intermediarios se les realizará una encuesta y por ser una cantidad mínima, no se los toma en cuenta en el cálculo de la muestra.

CUADRO 5
DATOS POBLACIONALES

ESTRATO	POBLACION
Productores	7
Intermediarios	30
N° de Familias	8.496

Fuente: MAGAP/ INEC 2011

Realizado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

2.2.3.2 *Tamaño de la muestra*

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

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

Dónde:

N = Población universo

n = Tamaño de la muestra

E= Error admisible de la investigación.

$$n = \frac{8.496}{(0,05)^2 (8.496 - 1) + 1}$$

$$n = 382$$

2.2.3.3 *Criterio de selección de la muestra*

El método para la selección de la muestra es el aleatorio simple, es decir se cumplirá las 382 encuestas al azar a los consumidores. A los siete productores y 30 intermediarios por separado. Tomando en cuenta para el análisis financiero a las tres productoras de lácteos más relevantes.

2.2.4 *Métodos y Técnicas a ser empleadas*

2.2.4.1 *Métodos*

En la investigación se aplicó los siguientes métodos:

Inducción, por cuanto los resultados de las encuestas aplicadas a la muestra fueron generalizados para todos los consumidores de lácteos del cantón La Maná.

Deducción, se utilizó el método de deducción en base a los siguientes razonamientos:

- Todos los negocios necesitan de canales de distribución, promoción y publicidad para mejorar las ventas; por tanto se recomienda a los productores de lácteos que apliquen estos parámetros cuando desarrollen su actividad comercial, para que logren cumplir sus objetivos.
- La rentabilidad permitió conocer de manera específica la ganancia o pérdida que obtienen los productores en la producción y comercialización de lácteos

Análisis, para identificar los elementos y las relaciones existentes entre ellos: Producción, Comercialización y Rentabilidad de los productos señalados, siendo una relación relevante de dichos elementos, la generación de estadísticas de los productores de lácteos de las parroquias Pucayacu y Guasaganda.

Finalmente, la **síntesis**, se estudió los elementos establecidos en el proyecto, con el fin de verificar cada uno de ellos y obtener información necesaria para lograr un resultado final, de esta manera alcanzar los objetivos que se persigue.

2.2.4.2 Técnicas

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

2.3 Encuestas Aplicadas a los Productores, Consumidores e Intermediarios de Lácteos del cantón la Maná

2.3.1 Encuesta aplicada a los productores de lácteos del cantón La Maná

1. ¿En qué Parroquia está ubicada su producción de lácteos?

CUADRO N° 6
UBICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Descripción	Frecuencia	%
El Carmen	0	0
El Triunfo	0	0
Pucayacu	2	28,57
Guasaganda	5	71,43
Total	7	100

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Mediante las encuestas realizadas se ha llegado a la conclusión que el 71% de las empresas de lácteos se encuentran ubicadas en la Parroquia Guasaganda, el 28% en la parroquia Pucayacu. Mientras que el 0% en el Carmen y el Triunfo. Esto indica que las parroquias rurales del cantón la Maná son zonas ganaderas y aptas para la ejecución de este negocio.

2. ¿El lugar donde realiza la actividad económica es: Propia o Arrendada?

CUADRO 7
LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Propia	7	100 %
Arrendada	0	0 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 100% de los encuestados cuentan con infraestructura propia para realizar sus actividades económicas. Los productores no realizan inversiones por arrendamiento del local, por lo que se reducen los costos e incrementan las ganancias.

3. ¿Qué cargo ocupa en la microempresa?

CUADRO 8
CARGO QUE OCUPA

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Propietario	7	100 %
Administrador	0	0 %
Empleado	0	0 %
Otro	0	0 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 100% son propietarios de las microempresas. Se puede conocer que los inversionistas se encuentren al frente de su negocio, y esto es muy importante porque son ellos quienes toman las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de la empresa, asumen responsabilidades tanto comercial como legal.

4. ¿Por qué decidió dedicarse a la producción de lácteos?

CUADRO 9
DECISIÓN DE PRODUCIR LÁCTEOS

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Rentabilidad	5	71%
Facilidad en la Producción	2	29 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El cuadro 9, muestra que el 71% correspondiente a 5 productores se dedican a la producción de lácteos porque es rentable, mientras que el 29% correspondiente a 2 productores producen por la facilidad de esta actividad. Se puede apreciar que la producción de lácteos genera rentabilidad puesto que son productos de consumo masivo, deliciosos y buenos para la salud.

5. ¿De qué manera cataloga su empresa?

CUADRO 10
TIPO DE EMPRESA

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Industrial	4	57%
Artesanal	3	43 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 57% correspondiente a 4 productores manifestaron que su empresa es de tipo industrial, debido a que utilizan máquinas y sistemas técnicos diversos para desarrollar sus actividades productivas, consumen energía y establecen diferentes procedimientos de fabricación, mientras que el 43% correspondiente a 3 productores manifestaron que su empresa es artesanal.

6. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su empresa?

CUADRO 11
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1- 5 años	1	14 %
6 – 10 años	3	43 %
11 – 15 años	1	14 %
Mayor de 16 años	2	29 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 43% correspondiente a 3 productores manifestaron que la empresa que ellos representan tiene entre 6 y 10 años de funcionamiento, mientras que tan solo 14 % que corresponde a 1 productor manifestó que la actividad funciona desde hace 1 – 5 años. Lo que indica que esta actividad se viene desarrollando desde hace varios años atrás y en la actualidad se ha incrementado el número de personas que se dedican a esta actividad.

7. ¿Cómo financia la producción de lácteos?

CUADRO 12
CAPITAL INVERTIDO

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Recursos propios	4	57%
Prestamos	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Productores de lácteos.

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth.

El 57% que corresponden 4 personas encuestadas utilizan sus recursos propios para obtener la producción de lácteos, mientras que el 43% que corresponde a 3 encuestados manifestaron que realizan préstamos en los bancos. La mayoría de productores tienen una solidez estable y no tienen endeudamientos con entidades bancarias para cubrir sus necesidades respecto a la producción de lácteos.

8. ¿Cada que tiempo controla los ingresos y egresos de la empresa?

CUADRO 13
CONTABILIZACIÓN DE LOS INGRESOS DE LA EMPRESA

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Quincenal	1	14 %
Mensual	3	44 %
Nunca	2	28 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 44 % correspondiente a 3 encuestados manifiestan que controlan los ingresos de su empresa de forma mensual, porque pueden conocer la cantidad de productos con que cuenta la empresa, además conocer las ganancias que han obtenido. El 28% nunca contabilizan sus ingresos, este tipo de empresarios trabajan de forma empírica.

9. ¿Cuántos son sus ingresos mensuales por la producción de lácteos?

CUADRO 14
INGRESOS MENSUALES

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1000 - 2000	2	28 %
2000 – 3000	2	28 %
3000 en adelante	3	44%
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 44 % correspondiente a 3 encuestados manifiestan que los ingresos mensuales por producción de lácteos es de 3000 dólares en adelante. Se puede apreciar que la producción de lácteos es rentable, además genera empleo.

10. ¿Cuánto produce mensualmente?

CUADRO 15
NIVEL DE PRODUCCIÓN

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
140 litros de leche	0	0%
200 litros de leche	2	29%
260 litros de leche	1	57%
300 litros en adelante	4	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 57% correspondiente a 4 productores manifiestan que utilizan 300 litros de leche en adelante para la producción de lácteos, mientras que el 14% que corresponden a 1 productor manifestaron que usa 260 litros de leche mensuales. Los productores cuentan con la producción necesaria para hacer la entrega de los productos a tiendas, comisariatos y el consumidor en general.

11. ¿Cuántos empleados tiene la microempresa?

CUADRO 16
NÚMERO DE EMPLEADOS

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1-3 personas	4	57 %
6 – 10 personas	3	43 %
11 – 15 años	0	0 %
Mayor de 16 personas	0	0 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 57% que corresponden a 4 empleados manifestaron que tienen entre 1 y 3 empleados, mientras que tan solo 43 % que corresponde a 3 productores manifestaron que en su empresa tienen entre 6 y 10 trabajadores. Para la producción de lácteos no se utiliza un mayor número de personas, por cuanto los gastos de mano de obra son elevados.

12. ¿Que tipo de asistencia técnica recibe el personal para la elaboración de los productos lácteos?

**CUADRO 17
CAPACITACIÓN AL PERSONAL**

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Seminarios	0	0 %
Talleres Prácticos	1	25%
Ninguno	6	75 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 75% que corresponde a 6 productores manifestaron que no utilizan capacitaciones para los empleados, mientras que el 25% correspondiente a 1 productor utiliza talleres prácticos. Los propietarios con los años de experiencia que tienen en el negocio aplican y transmiten sus conocimientos a los empleados, por cuanto no emplean seminarios o talleres prácticos para capacitar al personal.

13. ¿Que tipo de publicidad utiliza la empresa para ofrecer los productos al público?

**CUADRO 18
SERVICIO PUBLICITARIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Radio de la Localidad	0	0 %
Hojas Volantes	4	57 %
Televisión	0	0%
Ninguna	3	43 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 57% que corresponde a 4 productores manifiestan que como medio de publicidad utilizan las hojas volantes, mientras que el 43% correspondiente a 3 productores no tienen publicidad. La mayoría de los productores no invierten en publicidad debido a que piensan que es dinero perdido.

14. ¿A qué mercados comercializa los productos lácteos?

CUADRO 19
LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	5	71 %
Regional	2	29 %
Nacional	0	0 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 71% que corresponde a 5 productores manifiestan que comercializan sus productos en el cantón La Maná y sus zonas de influencia, mientras que el 29% que corresponden a 2 productores manifiestan que comercializan a otras ciudades como Quito, Guayaquil, Quevedo, Valencia. Esto se debe a que algunas empresas no cuentan con los requisitos que establece la ley para exportar.

15. ¿Conoce usted que es un estudio de producción, comercialización y rentabilidad de lácteos?

CUADRO 20
CONOCIMIENTO SOBRE ESTUDIOS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LÁCTEOS?

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	1	14%
No	6	86 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 86% correspondiente a 6 productores desconocen sobre los proyectos de producción, comercialización y rentabilidad, mientras que el 14% manifiestan q si conocen sobre el tema. Esto se debe a que nunca se ha realizado un diagnostico en el cantón, también por la carencia de sus estudios, unos si tienen conocimiento porque tienen un grado de estudio más avanzado.

16. ¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de lácteos?

CUADRO 21
REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE PRODUCCIÓN,
COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LÁCTEOS

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	5	71 %
No	2	29 %
TOTAL	7	100 %

Fuente: Productores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 100% de los encuestados están de acuerdo que se realice un análisis de producción, comercialización y rentabilidad de lácteos en el cantón La Maná, por lo que manifiestan que mediante este estudio podrán conocer sobre su negocio, expandirse en el mercado y mejorar su rentabilidad.

2.3.2 Encuestas aplicadas a los Intermediarios

1. ¿Que tipo de productos lácteos comercializa?

CUADRO 22
TIPOS DE PRODUCTOS

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Queso	12	40 %
Yogurt	10	33 %
Mantequilla	5	17 %
Manjar	3	10 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Intermediarios de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 40 % de los encuestados manifiestan que los productos que ellos comercializan es el queso ya que es un producto muy apetecido en el mercado para la alimentación, además está al alcance de las posibilidades económicas, satisfaciendo así parte de las necesidades alimenticias en la vida diaria de los consumidores, mientras que el 33% comercializa yogurt.

2. ¿Cuáles son los mercados a los que comercializa los productos lácteos?

CUADRO 23
TIPOS DE MERCADOS

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Mayorista	0	0 %
Minorista	18	60 %
Consumidor Final	12	40 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Intermediarios de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Mediante las encuestas realizadas se puede observar que el 60% de los intermediarios encuestados comercializan los lácteos al mercado minorista, mientras que el 12% directamente al consumidor final, la mayor parte del producto se vende a los minoristas para ellos revenderlos a tiendas del sector.

3. ¿Cómo usted accede a los productos lácteos?

CUADRO 24
LUGAR DE COMPRA

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
El productor le entrega en su negocio	18	60 %
Compra directamente en la empresa	12	40 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Intermediarios de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Mediante el análisis se observa que el 60% manifiesta que el productor le entrega los lácteos en el negocio del intermediario, mientras que el 40% mencionó que compran directamente en la empresa, la razón es porque las empresas se encuentran en las zonas rurales del cantón La Maná.

4. ¿Qué tiempo lleva dedicándose a la comercialización de productos lácteos?

CUADRO 25
TIEMPO DE PERMANENCIA

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
1-4 años	7	23 %
4-8 años	9	30 %
8 años en adelante	14	47 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Intermediarios de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 47% de los intermediarios manifestaron que se dedican a comercializar estos productos de 8 años en adelante y el 23% entre 1 – 4 años, se puede observar que este negocio es muy rentable ya que estos productos forman parte de la canasta básica familiar y además son importantes en la alimentación diaria de las personas.

5. ¿Los clientes están de acuerdo con el precio que pagan por la compra de los productos lácteos?

CUADRO 26
SATISFACCIÓN DE LOS PRECIOS

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	22	73%
No	8	27 %
TOTAL	30	100 %

Fuente: Intermediarios de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 73% manifiestan que los clientes están de acuerdo con los precios de los lácteos, ya que son precios fijos establecidos por los productores de la localidad, mientras que el 27% manifiestan que los precios que ellos pagan son elevados y no están de acuerdo, esto se debe a que existen diferentes marcas de lácteos.

2.3.3 Encuesta aplicada a los consumidores de lácteos

1. ¿Con qué frecuencia consume productos lácteos para su alimentación?

CUADRO 27
FRECUENCIA DEL CONSUMO DE PRODUCTOS LÁCTEOS

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	159	42 %
Semanal	150	39 %
Mensual	73	19 %
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

En la encuesta realizada, sobre el consumo frecuente de los derivados lácteos, las cifras reflejan los siguientes resultados, el 42% de la población consumen diariamente ya que para ellos es una manera de mejorar su nutrición alimenticia y destinar parte de sus recursos económicos para aquello que vale la pena, mientras que el 39 % corresponde a la opción del consumo por semana en diversas combinaciones ya sea en recetas para postres, comidas, etc.

2. De los siguientes lácteos ¿Cuáles consume con frecuencia?

CUADRO 28
CONSUMO DE DERIVADOS LACTEOS

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Queso	156	41 %
Yogurt	136	36 %
Mantequilla	90	23 %
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Según los datos recolectados los consumidores adquieren con mayor frecuencia el queso, destacándolo como casero, por lo que contiene todas las propiedades naturales y está al alcance de las posibilidades económicas, satisfaciendo así parte de las necesidades alimenticias en la vida diaria de los consumidores.

3. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de adquirir lácteos?

CUADRO 29
ASPECTOS IMPORTANTES AL MOMENTO DE ADQUIRIR LOS
LÁCTEOS

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	156	41%
Cantidad	85	22 %
Variedad	62	16 %
Calidad	79	21 %
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisca Elizabeth

El 41% que corresponden a 156 encuestados manifiestan que al momento de adquirir productos lácteos se fijan en el precio del producto, mientras que el 21% que corresponden a 79 encuestados manifiestan que ellos se fijan en la calidad. Se puede observar que el precio es un elemento importante al momento de adquirir los productos lácteos.

4. ¿Cuál es el precio al que adquiere el yogurt de 1 litro?

CUADRO 30
PRECIOS QUE ADQUIERE EL LITRO YOGURT

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,50 – \$2,50	162	42 %
\$ 2,60 – \$3,50	220	58%
\$ 3,50 - \$4,50	0	0 %
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisca Elizabeth

El 58% que corresponde a 220 encuestados manifestaron que adquieren el yogurt de 1 litro a \$2,60 y \$3,50, mientras que el 42 % que corresponde a 162 personas manifestaron que adquieren el litro de yogurt a 1,50 -- 2,50. Esto se debe a que no existe un precio fijo por que los productores no llevan un control de los ingresos y gastos ya que realizan la contabilidad de manera empírica y le incrementan una pequeña utilidad.

5. ¿Cuál es el precio al que adquiere la libra de queso?

CUADRO 31
PRECIO QUE ADQUIERE LA LIBRA DE QUESO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,00 – \$2,00	225	59 %
\$ 2,00 – \$3,00	157	41 %
\$ 3,00 - \$4,00	0	0 %
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisca Elizabeth

El 59% que corresponde a 225 encuestados manifiestan que adquieren la libra de queso entre 1,00 y 2,00 dólares, y el 41% que corresponden a 157 encuestados lo adquieren entre 2 - 3 dólares la libra. Como en la pregunta anterior, los productores no tienen un precio fijo debido a que no llevan un control de los ingresos y gastos ya que realizan la contabilidad de manera empírica y le incrementan una pequeña utilidad.

6. Considera que es importante el consumo de productos lácteos para la alimentación diaria?

CUADRO 32
IMPORTANCIA DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS PARA LA ALIMENTACIÓN DIARIA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	328	86 %
No	54	14 %
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 86% que corresponde a 328 personas manifiestan que los productos lácteos son importantes para una buena alimentación diaria, mientras que el 14% que corresponde a 54 consumidores manifiestan que este tipo de productos no son muy relevantes para la alimentación.

7. ¿En qué lugares adquiere normalmente los productos lácteos?

CUADRO 33
LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Súper Comisariato Fortaleza	230	60 %
Súper TIA	50	13%
Tiendas cercanas a su vivienda	82	22 %
Directamente del Productor	20	5 %
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 60% que corresponde a 230 encuestados manifiestan que adquieren los productos lácteos en Súper Mercado Fortaleza, tan solo el 5% correspondiente a 20 encuestados adquieren los productos lácteos directamente del productor, esto

se debe a que las empresas productoras de lácteos se encuentran en sectores lejanos, lo que dificulta el acceso del consumidor final al productor.

8. ¿Qué tipo de promociones ha recibido al momento de adquirir productos lácteos?

**CUADRO 34
PROMOCIONES RECIBIDAS**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	18	5 %
Producto adicional	50	13%
Ninguno	314	82%
TOTAL	382	100 %

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 82% que corresponde a 314 encuestados manifiestan que no reciben promociones al momento de adquirir los productos lácteos, tan solo el 5% correspondiente a 18 encuestados reciben descuentos por parte de los intermediarios cuando adquieren los lácteos en grandes cantidades.

9. De los siguientes tipos de productos lácteos. ¿Cuál consume con más frecuencia?

**CUADRO 35
PREFERENCIAS DE COMPRA**

Yogurt				
Alternativa	½ Litro	1 Litro	2 Litros	Total
Cantidad	126	106	150	382
Porcentaje	33%	28%	39%	100%
Queso				
Alternativa	Q. fresco	Q. Mozzarella	Q. Tilsit	Total
Cantidad	236	96	50	382
Porcentaje	62%	25%	13%	100%

Fuente: Consumidores de lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El 39% que corresponde a 150 encuestados manifiestan que prefieren adquirir el yogurt en la presentación de 2 litros, el 62% correspondiente a 236 encuestados manifiestan que adquieren queso fresco, esto se debe a que el precio esta al alcance de todos y al momento de consumirlo se lo puede realizar en diferentes combinaciones.

2.4 Conclusiones de las encuestas

Luego de haber realizado las encuestas tanto a los productores, intermediarios y consumidores de Lácteos del cantón La Maná, se procedió analizar cada una de las preguntas que contiene el cuestionario, información que permitió establecer parámetros para realizar un correcto estudio de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de lácteos, que posteriormente será de mucha ayuda para el mejoramiento de la economía de todos los involucrados en este proceso.

- La mayor parte de los productores de lácteos no conocen lo que es un estudio de producción, comercialización y rentabilidad de lácteos, lo cual hace factible que se ejecute con éxito el trabajo investigativo de campo.
- Los inversionistas de lácteos han mencionado que no utilizan ayuda técnica para el correcto manejo de lácteos, por tal manera existen malos procedimientos en la producción y esto hace que se pierda la materia prima.
- Los productores no llevan un registro contable de sus ingresos y gastos que permitan llevar cálculos exactos de los costos de producción para conocer las utilidades que genera la producción de lácteos.
- La mayoría de los inversionistas realizan la comercialización de sus productos solo en el mercado del cantón La Maná, por tal motivo no cuentan con clientes potenciales que adquieran el producto al por mayor, lo que les proporcionaría una rentabilidad superior.

2.5 *Diseño de la Propuesta*

2.5.1 *Datos Informativos*

Estudio: La Producción, comercialización y rentabilidad de las empresas de lácteos y su relación con la economía del cantón La Maná provincia de Cotopaxi, año 2011.

Productores:	7 distribuidos en	2 Parroquia Pucayacu 5 Parroquia Guasaganda
Intermediarios:	30 Intermediarios	Plazas Tiendas Comisariatos
Consumidores:	382 distribuidos en	Población urbana Población rural

Ubicación: Provincia de Cotopaxi, cantón La Maná y sus zonas de influencia.

Autora: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

El estudio se lo realizó en las Parroquias rurales Pucayacu y Guasaganda, con la finalidad de analizar la producción, comercialización y rentabilidad de las empresas de lácteos, por lo que se tomó en cuenta a tres empresas que de acuerdo a la cantidad de producción, se las denominó como grande (Lácteos La Finca), mediana (La Queserita) y pequeña (Lácteos San Luis).

2.6 Justificación

La investigación del tema es importante porque permite la presentación de un estudio acerca de un Diagnóstico de Producción, Comercialización y Rentabilidad de las empresas de lácteos y su relación con la economía del cantón La Maná, año 2011, poniendo en práctica los conocimientos y técnicas adquiridas durante el proceso de formación universitaria.

Los productores de lácteos tendrán plena seguridad y credibilidad en el trabajo realizado, por cuanto los resultados de esta investigación serán implantados en sus empresas. Y servirá para la elaboración de una agenda en cuanto a la Producción, comercialización y rentabilidad de lácteos en el cantón La Maná.

Para el desarrollo de este análisis se utilizaron técnicas y métodos tales como encuestas a los consumidores, intermediarios y productores de lácteos, los mismos que permitieron recabar información y posteriormente se procedió a elaborar matrices para la presentación de los resultados recopilados durante el proceso, resultados que permitieron elaborar las conclusiones para el mejoramiento de la elaboración y comercialización de lácteos y además servir de ayuda para futuras investigaciones.

El presente estudio constituye una novedad científica debido a que en el cantón La Maná no se ha realizado esta clase de investigaciones, la misma que permitirá aportara significativamente al conocimiento exacto del volumen de producción y comercialización de lácteos, como también la rentabilidad que genera esta actividad.

La factibilidad de la elaboración del proyecto fue posible porque los recursos humanos, equipos, materiales y medios económicos fueron cubiertos por el estudiante involucrado en la elaboración del proyecto.

En la elaboración de este proyecto se tendría como beneficiarios a los productores, comerciantes, consumidores, gobierno, ya que con la investigación del mismo se

estaría creando nuevas fuentes de comercialización, lo cual incrementaría la producción y de esta manera se ayudaría a contribuir con la economía del cantón.

2.7 Objetivos

2.7.1 Objetivo General

Elaborar un estudio sobre la producción, comercialización y rentabilidad de las empresas de lácteos mediante la recopilación y análisis de información actualizada para recomendar estrategias de crecimiento y competitividad que ayuden al mejoramiento de la economía del cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, año 2011.

.

2.7.2 Objetivos Específicos

- Identificar el proceso de producción de lácteos que se lleva a cabo por parte de los involucrados. .
- Establecer los canales de comercialización de los productos derivados de lácteos.
- Analizar los márgenes de rentabilidad de las empresas de lácteos del cantón La Maná.

2.8 Descripción de la Propuesta

La siguiente planeación de la propuesta alternativa del estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de las empresas de Lácteos en el cantón La Maná, sirve para conocer la cantidad de producción de lácteos que se realiza en el cantón La Maná, de igual manera conocer si este negocio les proporciona una rentabilidad satisfactoria a los inversionistas recolectando toda la información y analizándola para aportar con recomendaciones que permitan disminuir los problemas para los productores.

El siguiente esquema se aplicará en el Capítulo III

1. ANÁLISIS FODA

- Análisis del Entorno Interno y Externo del Productor Grande.
- Análisis del Entorno Interno y Externo del Productor Mediano.
- Análisis del Entorno Interno y Externo del Productor Pequeño.

2. FLUJO DE PRODUCCIÓN DE LOS TRES PRODUCTORES

- Flujo de Producción de Yogurt
- Flujo de Producción de Queso

3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

- Distribución de la Planta del Grande Productor
- Distribución de la Planta del Mediano Productor
- Distribución de la Planta del Pequeño Productor

4. COMERCIALIZACIÓN

- Comercialización del Productor Grande
- Comercialización del Productor Mediano
- Comercialización del Productor Pequeño

5. TARJETA DE PRESENTACIÓN

- Tarjeta de presentación del Grande Productor
- Tarjeta de presentación del Mediano Productor
- Tarjeta de presentación del Pequeño Productor

6. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

Análisis de Rentabilidad del Productor Grande

- Balance General
- Estado de Pérdidas y Ganancias
- Costo de Producción
- Flujo de Caja

Índices Financieros

- Índice de Liquidez
- Índice de Endeudamiento
- Índice de Productividad

Análisis del VAN y TIR

- Análisis del VAN
- Análisis de la TIR

Análisis de Rentabilidad del Productor Mediano

- Balance General
- Estado de Pérdidas y Ganancias
- Costo de Producción
- Flujo de Caja

Índices Financieros

- Índice de Liquidez
- Índice de Endeudamiento
- Índice de Productividad

Análisis del VAN y TIR

- Análisis del VAN
- Análisis de la TIR

Análisis de Rentabilidad del Productor Pequeño

- Balance General
- Estado de Pérdidas y Ganancias
- Costo de Producción
- Flujo de Caja

Índices Financieros

- Índice de Liquidez
- Índice de Endeudamiento
- Índice de Productividad

Análisis del VAN y TIR

- Análisis del VAN
- Análisis de la TIR

Comparación de los tres Productores

Impacto de la Economía en el cantón La Maná

CAPÍTULO III

3 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Productor Grande de Lácteos

3.1.1 Análisis del Entorno Interno y Externo del Grande Productor

Productos Lácteos “La Finca” fue fundado por Don Amable Zapata Cajas, un hombre sencillo, auténtico, visionario que con su tenacidad y su espíritu trabajador y empresarial le dio vida a este negocio. Desde el año 1998 se dedica a producir lácteos en su finca ubicada en el Recinto “San Vicente de los Tingos”, perteneciente a la parroquia Guasaganda, cantón La Maná. Para esta época se permitía la elaboración de lácteos de forma artesanal, posteriormente las normas del Ministerio de salud son reformadas, ante esta situación don Amable Zapata gestiona préstamos para invertir en los equipos y herramientas necesarias para la elaboración de productos lácteos y así continuar en el mercado atendiendo la demanda. En el año 2000 inicia la producción de leche pasteurizada con un volumen aproximado de 1200 litros de leche diarios. Después de llevar cinco meses pasteurizando y con el apoyo de su hija mayor hacen las primeras pruebas para la producción de yogurt. En los años posteriores se desarrollan nuevos productos, como quesos, arequipe y mantequilla. Los mismos que son comercializados a la ciudad de Quito, cantón Pangua, La Maná y Quevedo. Considera la Asesoría Técnica de vital importancia para evitar pérdidas de los materiales y daños de las herramientas y maquinarias. Además para obtener un producto de calidad. En esta actividad intervienen 2 familiares y 1 persona particular. En la actualidad producen 9120 yogures y 24480 quesos aproximadamente, la competencia es pequeña ya que para esta actividad se necesita invertir mucho dinero y tener experiencia en el negocio. No cuenta con el apoyo de asociaciones que le permitan afiliarse.

CUADRO 36

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de oferta de una amplia gama de productos lácteos. ➤ Cuentan con personal calificado en todas las áreas, lo que les permite fabricar un producto de excelente calidad para el consumo humano, generando así la satisfacción al cliente. ➤ Es una Empresa familiar y por lo tanto apenas cuenta con 1 empleado externo, 1 técnico de queso y 1 obrero). ➤ Los lácteos son productos de consumo masivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La empresa no tienen definido una estructura jerárquica que permita delimitar obligaciones y responsabilidades. ➤ Su capacidad instalada está siendo desperdiciada, lo que genera costos para la empresa. ➤ Promoción y Publicidad realizadas por la empresa son restringidas. ➤ La Gerencia carece de conocimientos avanzados en administración y mercadeo pues hasta el momento lo ha hecho empíricamente.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supermercados y comisariatos están en constante crecimiento. ➤ Mayores expectativas de vida en la población infantil y en general en la población del país. ➤ Tomar como referencia a: Pura Crema, Alpina, Toni, debido al prestigio y al posicionamiento que poseen. ➤ La Zona de Guasaganda es ganadera. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deficiente infraestructura (camino, electricidad y telefonía). ➤ Levantamientos en contra del Gobierno (paros, huelgas), que afectarían a la obtención de la Materia Prima. ➤ No cumplir con las exigencias del mercado. ➤ El clima variable del sector que afecta a la producción de la leche.
<p>Observación: Desconocimiento de un estudio total de la producción de lácteos en su localidad dando como resultado en el entorno interno debilidades y amenazas, las mismas que mediante sugerencias se las puede transformar en fortalezas.</p>	

Fuente: Productor Amable Zapata

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisca Elizabeth

3.1.2 Análisis del Entorno Interno y Externo del Mediano Productor

La empresa de lácteos “La Queserita” de propiedad del Sr. Rogelio Caicedo está ubicada en el recinto La Josefina; perteneciente a la Parroquia Guasaganda, cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi, realiza una producción aproximada de 3.221Yogurts y 10.117 queso (pequeños, grandes, mozzarella, tilsit) es por este motivo que se ha considerado como un mediano productor, lleva 7 años dedicándose a esta actividad, lo que lo hace acreedor a la suficiente experiencia tanto para producir como para comercializar productos lácteos. Tiene una gran aceptación por la calidad y variedad de productos que comercializa.

Para poder desarrollar esta actividad realizó un Crédito en el Banco Nacional de Fomento, considera que la Asesoría Técnica y las frecuentes capacitaciones son de vital importancia ya que día a día es importante innovar en la elaboración de los productos, el mismo que se ha convertido en una fuente de ingreso para la subsistencia de su familia y la de personas que laboran en la empresa para poder producir los lácteos. Para la elaboración de los productos lácteos intervienen 5 personas.

CUADRO 37 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">➤ Acceso inmediato al suministro de la materia prima.➤ Los productos lácteos son productos accesible y de buena calidad.➤ La elaboración de productos lácteos se realiza en todo el año.➤ Vías de comunicación accesible (terrestre).	<ul style="list-style-type: none">➤ Por ser un producto artesanal se carece de popularidad ante otros productos de grandes marcas.➤ El producto que ofrece esta microempresa es un producto natural pero la gente prefiere los productos con perseverantes.➤ No consta con un manual contable administrativo, el cual sirva de registro para todos los procesos cotidianos realizados en la microempresa.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Disponibilidad de precios competitivos ➤ Obtener más clientes por la inconformidad de estos con otros productos. ➤ Crecimiento a nivel nacional. ➤ Comercializar el producto a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se trabaja con pocos proveedores de materia prima. ➤ Variabilidad de rendimiento en el proceso de la materia prima. ➤ El sector agrícola se encuentra en estado de crisis debido a la globalización. ➤ Alta sensibilidad de la demanda de sus productos respecto a los precios.
<p>Observación: Desconocimiento de un estudio total de la producción de lácteos en su localidad dando como resultado en el entorno interno debilidades y amenazas, las mismas que mediante sugerencias se las puede transformar en fortalezas.</p>	

Fuente: Productor Rogelio Caicedo

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.1.3 Análisis del Entorno Interno y Externo del Pequeño Productor

La Empresa de Lácteos “San Luis” de propiedad del Señor Patricio Tigselema, se dedica a esta actividad por más de 5 años como trabajo familiar, la pequeña empresa está ubicada en el Recinto La Playa, perteneciente a la Parroquia Pucayacu, cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi. La empresa en mención tiene como actividad económica la realización de cualquier acción relacionada con la producción, procesamiento y comercialización de productos lácteos. En la actualidad se encuentra comercializando los lácteos directamente al consumidor final mediante ferias en la localidad, valencia y Quevedo, teniendo gran aceptación debido a la calidad y la variedad de los productos.

Para el desarrollo de esta actividad realizó créditos en instituciones financieras y con recursos propios, la competencia en el negocio es pequeña y no se encuentra asociado a Instituciones Gubernamentales.

CUADRO 38 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">➤ Productos procesados de calidad y con posicionamiento en el mercado interno.➤ Instalaciones propias.➤ Buen posicionamiento en el mercado interno.➤ Bajos costos de producción.	<ul style="list-style-type: none">➤ La empresa no tiene definido una estructura jerárquica que permita delimitar obligaciones y responsabilidades.➤ Contradicciones en la toma de decisiones, por la falta de información contable y financiera de la microempresa.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ampliar el mercado local, siendo más competitivos. ➤ Apertura de nuevos centros de distribución y comercialización. ➤ Incrementar su área de producción a través de tecnología de punta. ➤ Demanda satisfecha alta. ➤ Aumento de las exigencias de calidad de procesos y productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escasa adopción de tecnología. ➤ Competencia desleal. ➤ El clima variable del sector que afecta a la producción de la leche.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Observación: Desconocimiento de un estudio total de la producción de lácteos en su localidad dando como resultado en el entorno interno debilidades y amenazas, las mismas que mediante sugerencias se las puede transformar en fortalezas 	

Fuente: Productor Patricio Tigselema

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

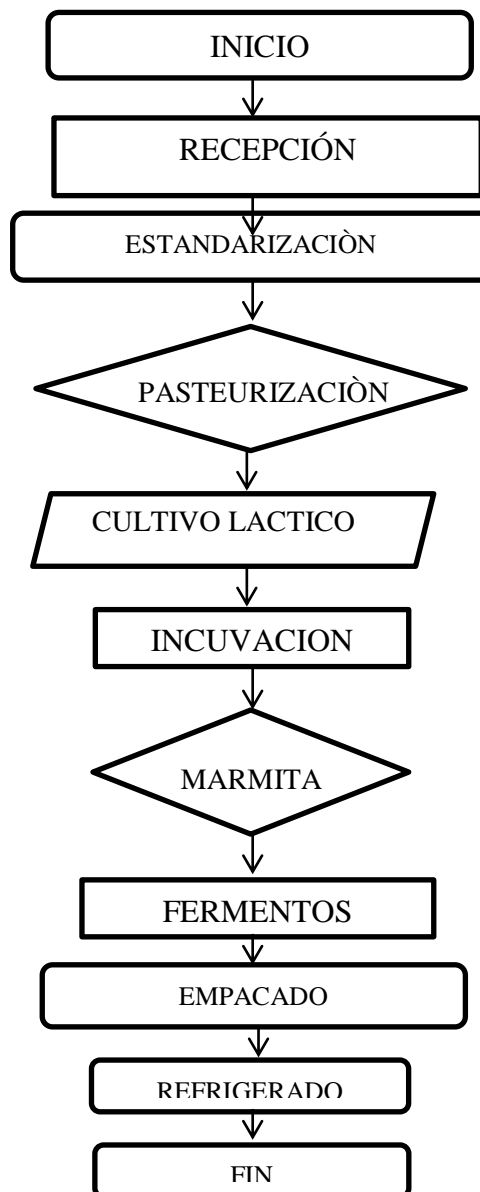
3.2 Flujo de Producción

3.2.1 Flujo de Producción de los tres Productores

En vista que las tres empresas realizan la misma actividad, se a desarrollado un solo Flujo de producción de yogurt y otro de queso para los tres productores de lácteos.

GRÁFICO 8

FLUJO DE PRODUCCIÓN DE YOGURT



Fuente: Sr. Amable Zapata

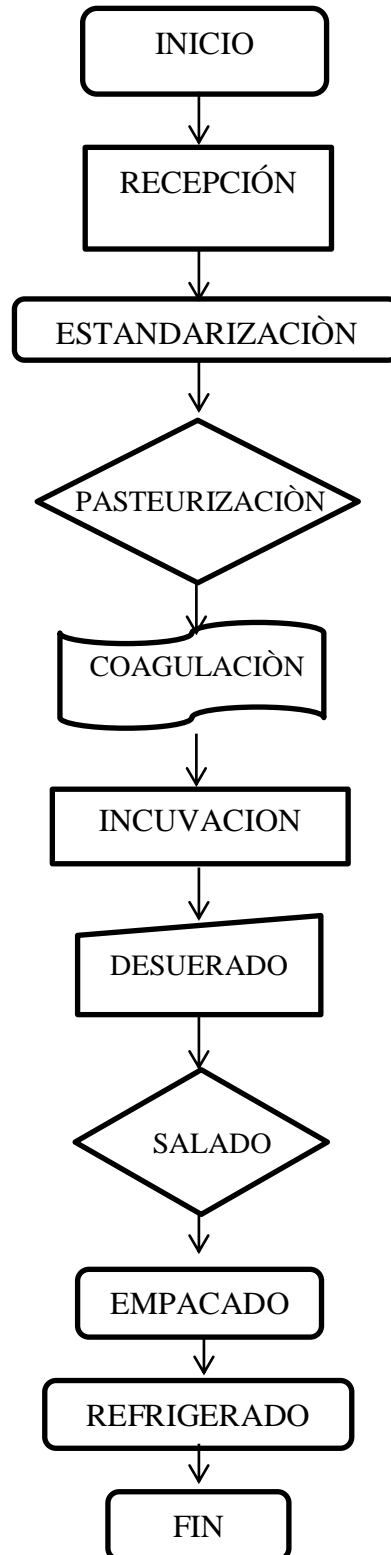
Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Actividades de Producción de Yogurt

- **Recepción.-** En primer lugar se realiza la recolección de la leche a través de terceras personas las mismas que se encargan de entregar la materia prima en la hacienda a un precio de acuerdo al mercado. Este proceso se hace en tanques de 40 litros cada uno aproximadamente se recolecta 100 a 350 litros diarios. Luego se traslada la leche a la planta de producción.
- **Estandarización.-** En este paso se realiza la estandarización de los materiales que se van a utilizar para la producción, también se procede a cernir la leche, medir la acidez con el acidímetro y a pesar la leche con el pesaleche.
- **Pasteurización.-** Se procede a calentar el caldero, luego pasa la leche a una tina para poder pasteurizar a una temperatura que este aproximadamente a los 82 ° por un tiempo de 15 minutos.
- **Cultivo Láctico.-** Se baja la temperatura a 43°, se procede a mezclar el cultivo láctico en una cantidad de 250 gramos por cada 100 litros de leche.
- **Incubación.-** Se procede a poner en unos tachos los cuales son colocados en el agua a 35 y 37°, luego para la incubación es trasladado a la cámara fría a un tiempo de 3 a 4 horas a una temperatura de 37°.
- **Marmita.-** Al otro día se mide los litros y se procede a colocar en la marmita el yogurt natural con los colorizantes, saborizantes (durazno - frutilla - mora - guanábana) 2cc por cada 10 litros, azúcar 1 kilo por 10 litros, pulpa de fruta (durazno - frutilla – mora), media libra para cada 10 litros, preservarte natural 2cc por 10 litros se mezcla con la batidora.
- **Fermento.-** Para colocar el fermento láctico se debe poner en una temperatura aproximada a los 39° y se mezcla 0.2 gramos de fermento láctico preparado por cada 100 litros de leche.
- **Empacado.-** Luego que ya está el producto terminado se procede a embazar el yogurt en los diferentes envases de 1,2 y 4 litros con su respectiva marca.
- **Refrigeración.-** El producto terminado se procede a trasladar por medio de cubetas al cuarto frío y se coloca en unas estanterías hasta el día siguiente para la venta.

GRÁFICO 9

FLUJO DE PRODUCCIÓN DE QUESO



Fuente: Productores de Lácteos

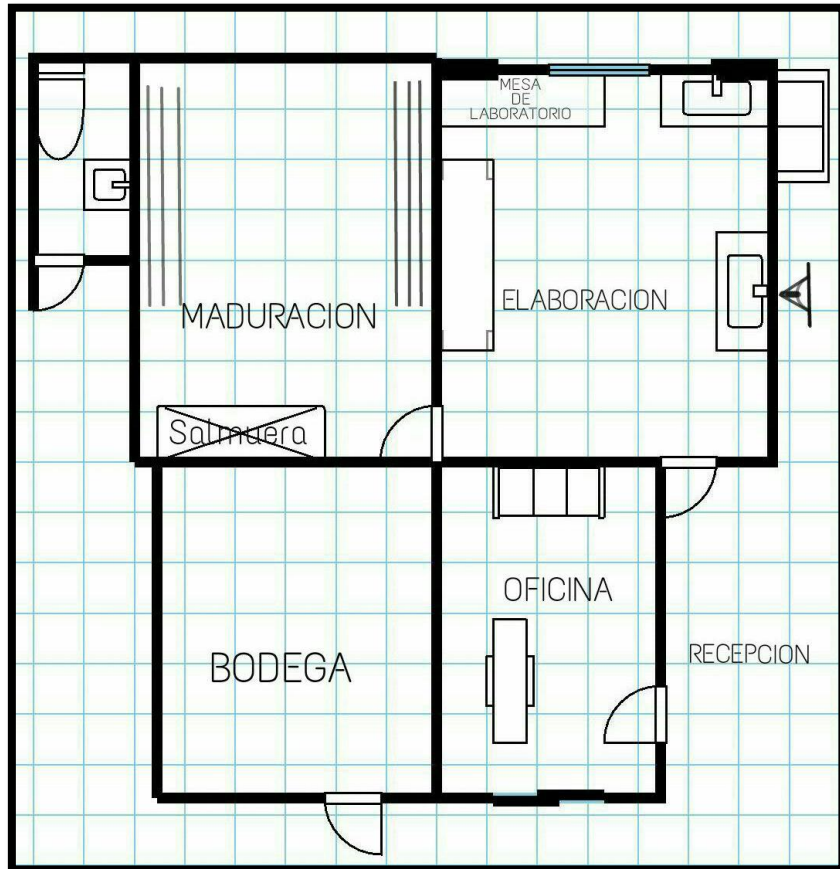
Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Actividades del Flujo de Producción de Queso

3.3 Distribución de la Planta

3.3.1 Distribución de la Planta de Productor Grande

GRÁFICO 10

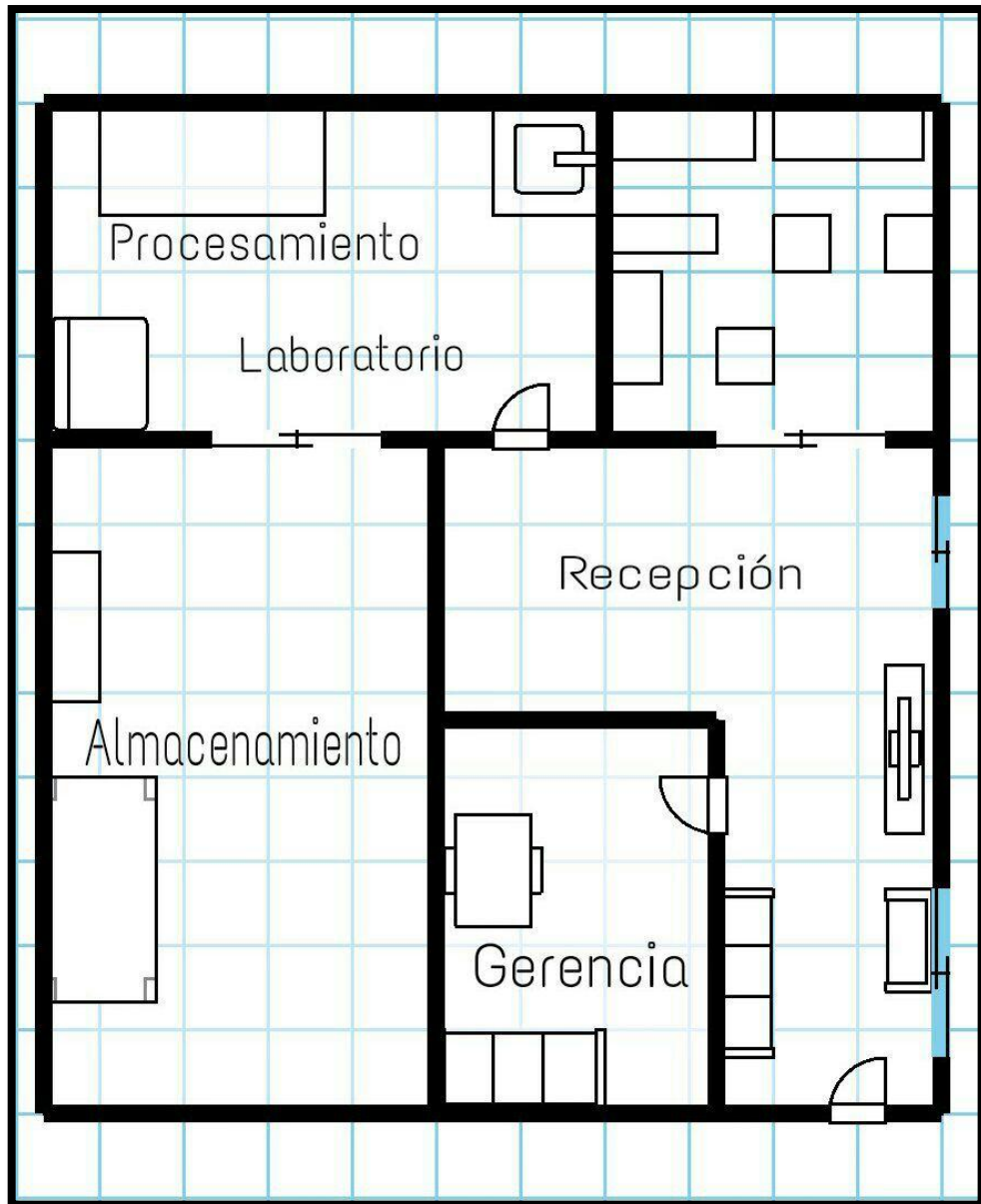


Fuente: Sr. Amable Zapata

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.3.2 *Distribución de la Planta de Productor Mediano*

GRÁFICO 11

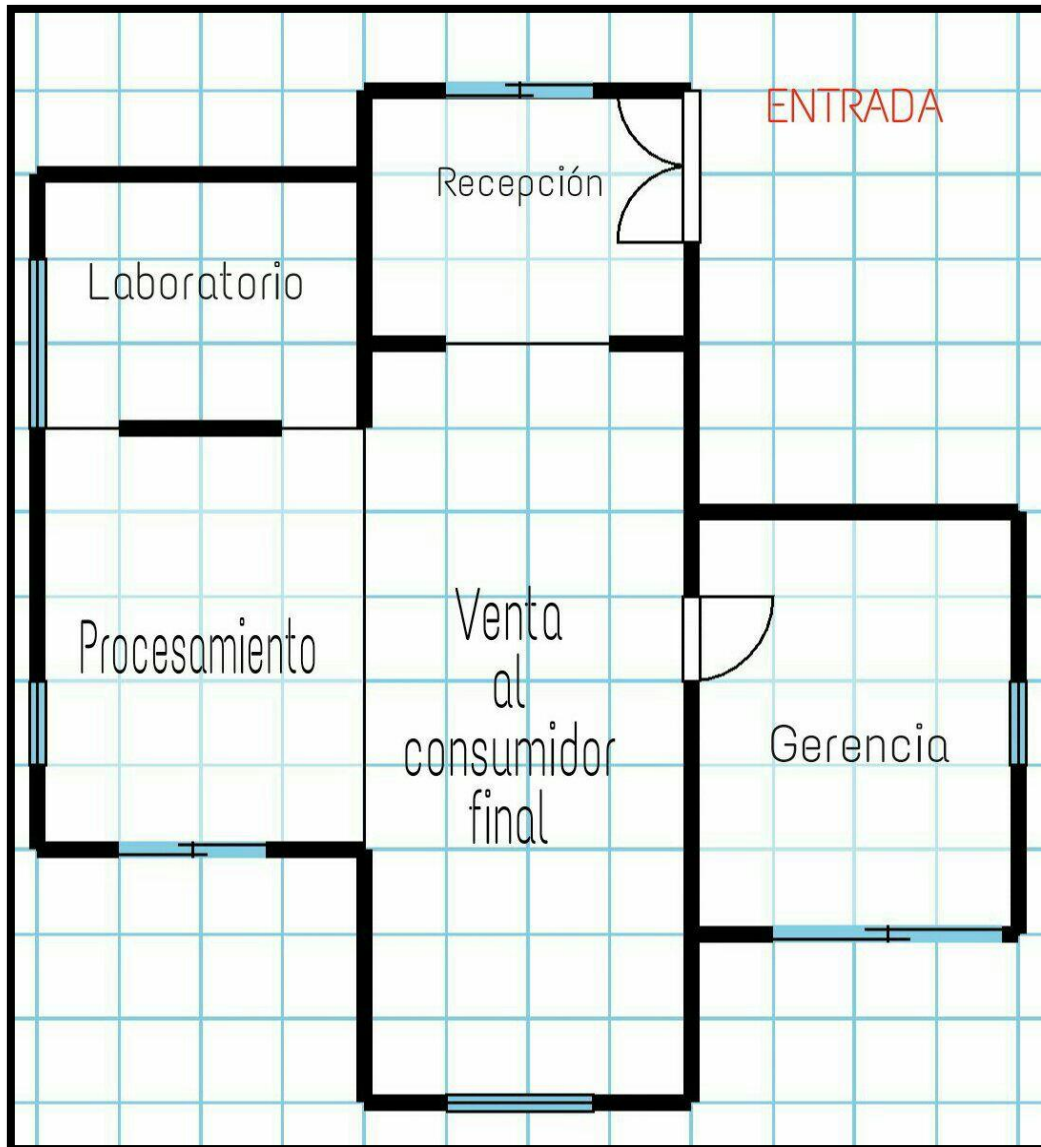


Fuente: Sr. Rogelio Caicedo

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.3.3 Distribución de la Planta de Productor Pequeño

GRÁFICO 12



Fuente: Sr. Patricio Tigselema

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.4 Análisis de la Distribución en Planta de las tres empresas productoras de lácteos

Una vez analizada la Distribución de la Planta de las tres empresas se puede concluir que poseen una infraestructura adecuada para producir los lácteos. Cuentan con una correcta localización de los departamentos lo que minimiza los costos por manipulación de materiales, se utiliza los espacios efectivamente., facilita la comunicación entre los trabajadores, el inversionista y los clientes.

Lo único que dificulta es la ubicación geográfica en la que se encuentran localizadas dichas empresas, ya que están ubicadas en las parroquias rurales Pucayacu y Guasagada.

3.5 Comercialización

3.5.1 Comercialización del Productor Grande

El Productor Amable Zapata realiza la comercialización de sus productos tanto Interna como Externa.

COMERCIALIZACIÓN INTERNA

La comercialización interna del Sr. Amable Zapata, inicia con la elaboración de los productos lácteos para posteriormente realizar la venta al por menor en la misma empresa ubicada en la parroquia Gusaganda, Recinto San Vicente de los Tingos. Cancelando en efectivo.

GRÁFICO N° 13
COMERCIALIZACIÓN INTERNA



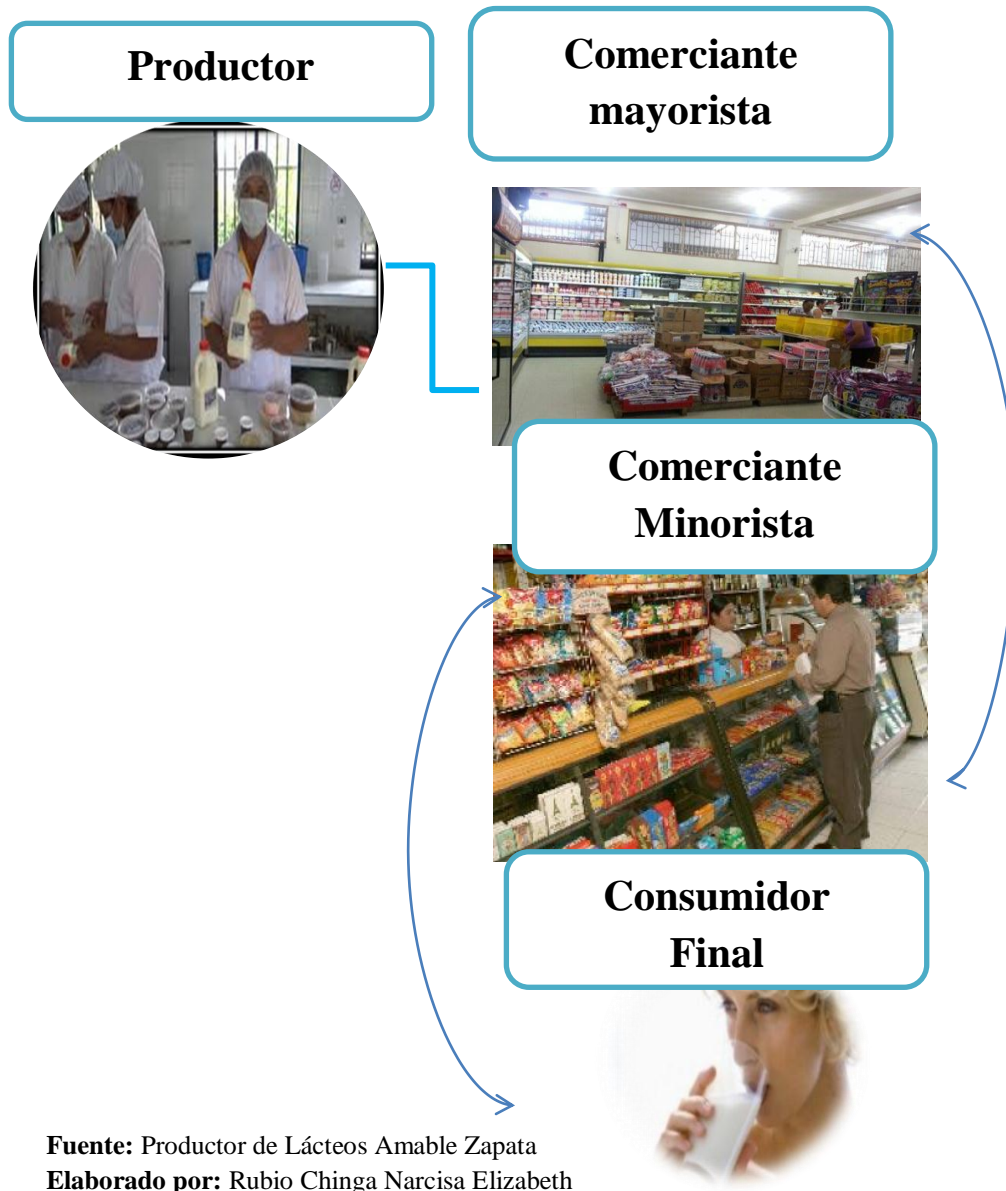
Fuente: Productor Amable Zapata

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

COMERCIALIZACIÓN EXTERNA

La Comercialización externa del Productor Amable Zapata empieza con la elaboración de los productos lácteos, posteriormente la comercialización a mercados mayoristas como Súper Comisariato Fortaleza, Comercial Noble, y a Minoristas como tiendas del sector. Cancelando en efectivo o con cheque.

GRÁFICO 14
COMERCIALIZACIÓN EXTERNA



3.5.2 Comercialización del Productor Mediano

De acuerdo con la respuesta proporcionada por el Productor Rogelio Caicedo, esta empresa mantiene contratos verbales con 4 clientes fijos, a quien se les comercializa al por mayor para que luego expendan el producto a los consumidores finales.

Comercialización Externa: Comerciantes Mayoristas – Minoristas - Consumidor Final.

GRÁFICO 15 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTOR MEDIANO



Fuentes: Productor de Lácteos

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

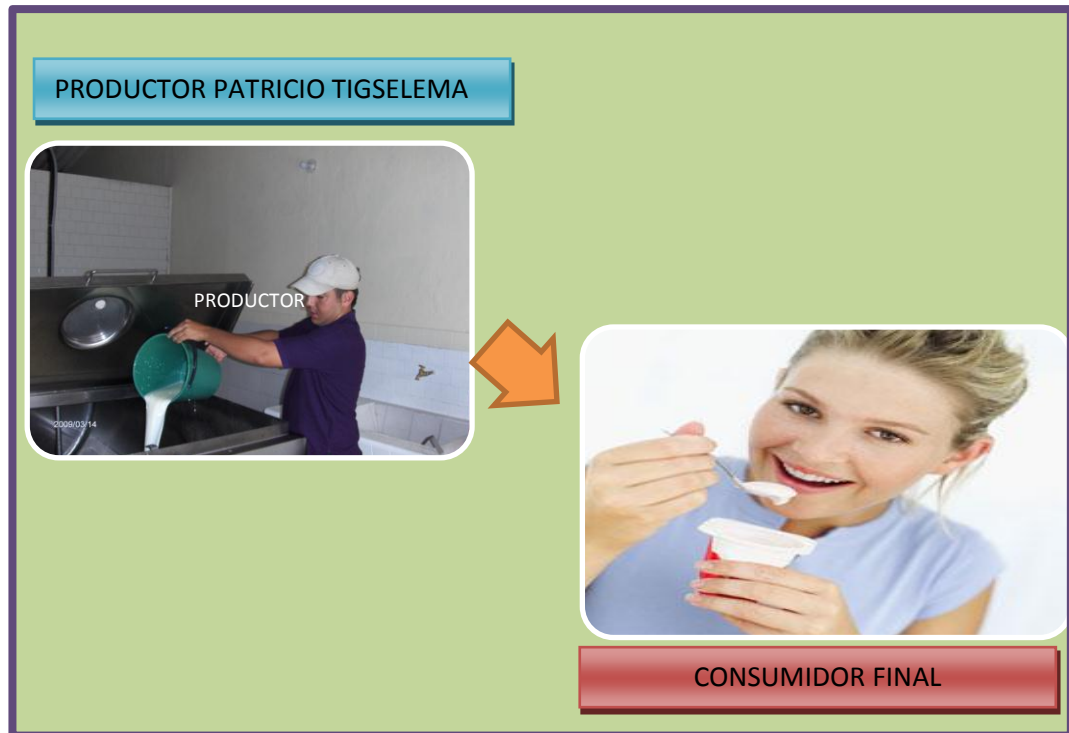
3.5.3 Comercialización del Productor Pequeño

El productor Patricio Tigselema realiza la venta de los productos lácteos a los consumidores finales, es decir directamente en ferias de la localidad, de Quevedo y valencia, debido a que no produce grandes cantidades, por lo que no es posible vender a intermediarios.

- **Comercialización Interna:** Productor – Consumidor Final

GRÁFICO 16

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTOR PEQUEÑO



Fuente: Productor de Lácteos
Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.6 Tarjeta de Presentación

GRÁFICO 17

TARJETA DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTOR GRANDE



Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

GRÁFICO 18

TARJETA DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTOR MEDIANO



Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

GRÁFICO 19
TARJETA DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTOR
PEQUEÑO



Sr. Patricio Tigselema.
PROPIETARIO.

Dirección: Rcto. La Playa – Pucayacu - Ecuador
Teléfono: 0983299406



Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.7 *Análisis de Rentabilidad*

3.7.1 *Análisis de Rentabilidad del Productor Grande*

PRODUCTOR GRANDE		
BALANCE GENERAL		
1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011		
ACTIVOS		
CORRIENTES		31073,53
Caja	449,22	
Bancos	27110,51	
Inventario	3513,80	
Materia prima de queso	2486,72	
Materia prima de yogurt	428,42	
Inventario de productos en proceso	226,11	
Inventario de productos terminados	372,55	
FIJOS DEPRECIABLES		48716,26
Edificio	25000,00	24000,00
(-) Deprec. Acum. Edificio	-1000,00	
Maquinaria y equipo	16808,02	15295,30
(-) Deprec. Acum. Maq. Equipo	-1512,72	
Vehiculos	10000,00	8400,00
(-) Deprec. Acum. Vehiculos	-1600,00	
Muebles y enseres	610,00	531,66
(-) Deprec. Acum. Muebles y enseres	-78,34	
Equipo de computo	630,00	489,30
(-) Deprec. Acum. Equip. Computo	-140,70	
FIJOS NO DEPRECIABLES		15000,00
Terreno	15000,00	
TOTAL ACTIVOS		94789,79
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		1726,58
Prestamo Bancario	1595,43	
Intereses por pagar	131,15	
OBLIGACIONES POR PAGAR		5965,57
Utilidad del 15% trabajadores	2468,51	
25% Impuesto a la Renta	3497,06	
TOTAL PASIVOS		7692,15
PATRIMONIO		87097,64
Capital Propio	76606,46	
Utilidad del 10% reserva	1398,82	
Utilidad del ejercicio	9092,35	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		94789,79

**EMPRESA DE LACTEOS “LA FINCA”
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

INGRESOS

INGRESOS OPERACIONALES

VENTAS	54.519,86	
(-)COSTO DE PRODUCCION	<u>26.454,42</u>	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		28.065,44

GASTOS OPERACIONALES

GASTOS ADMINISTRATIVOS

		<u>11.155,62</u>
Mano de obra Indirecta	4.937,16	
Servicios Básicos	393,00	
Impuestos	109,00	
Suministros de Oficina	138,66	
Herramientas	479,00	
Gasto de Combustible	360,00	
Gasto de Mantenimiento de vehículo	407,04	
Depreciación de edificio	1.000,00	
Depreciación maquinaria y equipos	1.512,72	
Depreciación vehículo	1.600,00	
Depreciación muebles y enseres	78,34	
Depreciación Equipo de Computo	<u>140,70</u>	

GASTOS FINANCIEROS

Intereses	453,07	453,07
-----------	--------	---------------

Utilidad ANTE DE

PARTICIPACION		16.456,75
----------------------	--	------------------

15% participación a trabajadores	2.468,51	
----------------------------------	----------	--

UTILIDAD ANTES DE

IMPUESTOS		13.988,24
------------------	--	------------------

10% Reserva legal	1.398,82	
--------------------------	----------	--

25% Impuesto a la Renta	<u>3.497,06</u>	
--------------------------------	-----------------	--

UTILIDAD NETA		9.092,35
----------------------	--	-----------------

GERENTE

CONTADOR

EMPRESA DE LÁCTEOS “LA FINCA”
COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL
1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

Inventario inicial de productos	\$ 1.607,22
PRODUCTOS UTILIZADOS	\$ 1.607,22
(+) Materiales prima directa e insumos	\$ 16.157,80
(+) Mano de obra directa	\$ 8.689,40
Costos de producción del periodo	\$ 26.454,42

Entre los diferentes productos que expende **La Empresa de Lácteos La Finca**, tenemos los siguientes:

Descripción	Unidad
Yogurt Sabor a Mora	Litros
Queso Fresco Pequeño	250 g.
Queso Fresco Grande	500 g.
Quesos Mozzarella	500 g.
Quesos Tilsit	500 g.

EMPRESA DE LÁCTEOS “LA FINCA”
COSTO DE PRODUCCIÓN POR PRODUCTO

MATERIA PRIMA				
Inventario inicial de productos				1.607,22
Materiales directos	Cant.	.Unitario	V. Total	
Yogurt				5.118,02
Leche lt.	10150	0,25	2.537,50	
Fermento Láctico gr.	153,6	0,09	13,82	
Pulpa de Fruta lb.	432	1,20	518,40	
Saborizantes gr.	1327	0,02	26,54	
Preservantes gr.	1344	0,04	53,76	
Azúcar lb.	1536	0,35	537,60	
Envase de 2 litros Cientos	80	10,08	806,40	
Envase de 1 Litro U. Cientos	22	9,81	216,00	
Etiquetas U. Cientos	102	0,48	408,00	

Quesos Pequeños				3.277,52
Leche lt.	12000	0,25	3.000,00	
Cuajo gr.	3409	0,04	136,38	
Sal gr.	27	0,0006	0,02	
Fundas U.	82	0,14	94,08	
Cintas U.	82	0,07	47,04	
Quesos Grandes				2.849,80
Leche lt.	10560	0,25	2.640,00	
Cuajo gr.	1500	0,04	60,00	
Sal gr.	62,4	0,00	0,04	
Fundas U. Docenas	52	0,29	124,80	
Cintas (ciento)	52	0,29	24,96	
Quesos Mozzarella				3.904,95
Leche lt.	14400	0,25	3.600,00	
Cuajo gr.	2727,36	0,04	109,09	
Fermento láctico gr.	192	0,09	17,28	
Sal gr.	34,08	0,0006	0,02	
Fundas U. Docenas	74	0,24	148,80	
Cintas U. Docenas	74	0,05	29,76	
Quesos Tilsit				1.007,51
Leche lt.	3600	0,25	900,00	
Cuajo gr.	1142,76	0,04	45,71	
Fermento láctico gr.	120	0,09	10,80	
Sal gr.	1,2	0,006	0,00	
Fundas U.	22	0,22	39,00	
Cintas	22	0,07	12,00	
Mano de obra directa				8.689,40
Obrero: Juan Pérez			4.344,70	
Obrero: Julio Vivas			4.344,70	
COSTO DE PRODUCCION				<u>26.454,42</u>

**EMPRESA DE LÁCTEOS “LA FINCA”
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO**

Descripción	Materia Prima	Mano Obra Directa	Inventario	Valor Total	Costo Producción Unitario
Yogurt Sabor a Mora	5.118,02	2.752,39	509,09	8.379,50	0,83
Queso Fresco Pequeño	3.277,52	1.762,60	326,02	5.366,13	0,66
Queso Fresco Grande	2.849,80	1.532,58	283,47	4.665,85	0,91
Quesos Mozzarella	3.904,95	2.100,02	388,43	6.393,39	0,87
Quesos Tilsit	1.007,51	541,82	100,22	1.649,55	0,78
	16157,80	8689,40	1607,22	26.454,42	

Nota: Para obtener el valor de Mano de Obra Directa e Inventario calculamos el porcentaje de producción unitario como se detalla a continuación:

EMPRESA DE LÁCTEOS “LA FINCA”
PORCENTAJE DE INVENTARIO Y MANO DE OBRA POR PRODUCTO

PRODUCTO			INVENTARIO		MANO DE OBRA	
	FORMULA	%	FORMULA	CANT.	FORMULA	CANT.
Yogurt Sabor a Mora	$\frac{5.118,02}{16.157,80} * 100$	31,68	$1.607,22 * 31,68/100$	509,09	$8.689,40 * 31,68/100$	2.752,39
Queso Fresco Pequeño	$\frac{3.277,52}{16.157,80} * 100$	20,28	$1.607,22 * 20,28/100$	326,02	$8.689,40 * 20,28/100$	1.762,60
Queso Fresco Grande	$\frac{2.849,80}{16.157,80} * 100$	17,64	$1.607,22 * 17,64/100$	283,47	$8.689,40 * 17,64/100$	1.532,58
Quesos Mozzarella	$\frac{3.904,95}{16.157,80} * 100$	24,17	$1.607,22 * 24,17/100$	388,43	$8.689,40 * 24,17/100$	2.100,02
Quesos Tilsit	$\frac{1.007,51}{16.157,80} * 100$	6,24	$1.607,22 * 6,24/100$	100,22	$8.689,40 * 6,24/100$	541,82

EMPRESA DE LÁCTEOS "LA FINCA"
FLUJO DE CAJA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos					
Ventas	50.054,84	55.060,32	60.566,35	66.622,99	73.285,30
Cuentas por cobrar	951,22	1.046,34	1.150,97	1.266,07	1.392,68
<i>Ventas anticipadas</i>	3513,8	3.865,18	4251,7	4676,87	5144,56
Total de ingresos	54.519,86	59.971,84	65.969,02	72.565,93	79.822,54
Egresos					
Mano de Obra Directa	8.689,40	9.558,34	10.514,17	11.565,59	12.722,15
Materiales e insumos	16.157,80	17.773,58	19.550,94	21.506,03	23.656,63
Mano de obra Indirecta	4.937,16	5.430,88	5.973,96	6.571,36	7.228,50
Herramientas	479,00	526,90	579,59	637,55	701,30
Suministros oficina	138,66	152,53	167,78	184,56	203,01
Impuesto	109,00	119,90	131,89	145,08	159,59
servicios básicos	393,00	432,30	475,53	523,08	575,39
Gasto de Combustible	360,00	396,00	435,60	479,16	527,08
Gasto de Mantenimiento de vehículo	407,04	447,74	492,52	541,77	595,95
Préstamo	1.404,57	1.545,03	1.699,53	1.869,48	2.056,43
Intereses	322,02	354,22	389,64	428,61	471,47
Total de egreso	33.397,65	36.737,42	40.411,16	44.452,27	48.897,50
Flujo de caja	21.122,21	23.234,43	25.557,86	28.113,66	30.925,04

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

GERENTE

CONTADOR

ÍNDICES FINANCIEROS

ÍNDICES LIQUIDEZ

La razón corriente por cada dólar de deuda a corto plazo se posee \$ 4.04 veces para poder cubrir con las obligaciones por medio de los activos corrientes.

1.- Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{31.073,53}{7.692,15}$	4,04
----------------------------	---	------------------------------	------

El capital de trabajo una vez que el productor cancele el total de sus obligaciones corrientes, le queda un saldo de \$ 23.381,38 para efectuar gastos corrientes o inversiones inmediatas que surgen en el normal desarrollo de su actividad económica.

3.- Capital de Trabajo	Activo Corriente-Pasivo Corriente	27842,26-6520,85	23.381,38
-------------------------------	-----------------------------------	------------------	-----------

Prueba ácida se observa que si la empresa tuviera la necesidad de atender todas sus obligaciones corrientes no sería necesario liquidar o vender sus inventarios, la empresa posee 15,96 veces en activos disponibles y exigibles para cancelar por cada dólar de deuda a corto plazo.

Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{27559,73}{7.692,15}$	15,96

ÍNDICES ENDEUDAMIENTO

El endeudamiento es del 8,11% lo cual pertenece a pagos de préstamos pendiente con sus respectivos intereses, y también el valor de los impuestos y utilidades aun no canceladas, ya que son cancelados en el mes de abril por ende aun no se procede al pago .

Endeudamiento sobre activos totales	<u>Total de Pasivo</u>	<u>7.692,15</u>	8,11%
	Total Activos	94.789,79	

Estructura del capital (deuda patrimonio) es del 8,83 % lo cual pertenece a pagos de préstamos y obligaciones pendientes es decir no esta en un nivel de riesgo de endeudamiento de su patrimonio.

Estructura del Capital	<u>Total de Pasivo</u>	<u>7.692,15</u>	8,83 %
	Patrimonio	87097,64	

ÍNDICES RENTABILIDAD

Rentabilidad del patrimonio por cada dólar que los dueños de la producción mantienen en patrimonio ganan un margen de rentabilidad de 0,10 centavos. Es decir, la utilidad neta representa el 10 % de toda la inversión que mantiene en el patrimonio.

Rentabilidad del Patrimonio	<u>Utilidad Neta</u>	<u>9.092,35</u>	0,10
	Patrimonio	87.097,64	

ROE Rentabilidad del capital este índice indica que se obtiene una rentabilidad del 11,87 % por cada dólar del capital invertido.

ROE CAPITAL SOCIAL	<u>Utilidad de Neta</u>	<u>9.092,35</u>	11,87 %
	Capital Social	76.606,46	

ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD

Margen de utilidad bruta indica la ganancia del productor en relación con las ventas después de deducir los costos de producción. Por cada dólar de ventas se obtiene una ganancia bruta de 0,51 centavos en relación con la inversión.

Margen de Utilidad Bruta	<u>Utilidad Bruta</u>	<u>28.065,44</u>	0,51
	Ventas Netas	54.519,86	

Margen neto de utilidad por cada dólar de ventas existe una ganancia de 0,17 centavos. Indica las ganancias en relación con las ventas, deducido los costos de producción de los productos lácteos, impuestos, depreciaciones y un porcentaje de imprevistos.

Margen de Utilidad	<u>Utilidad Neta</u>	<u>9.092,35</u>	0,17
	Ventas Netas	54.519,86	

ANÁLISIS DEL VAN Y TIR

Análisis del Valor Actual Neto (VAN)

El flujo de fondos es un estado financiero que mide los movimientos de en los ingresos y egresos operativos. La Empresa de Lácteos La Finca muestra una proyección futura de 2011 – 2015, los cuales han representado un aumento de año a año debido a que se ha establecido un aumento, considerando una tasa de interés de oportunidad del 10%.

El VAN es una cantidad monetaria, que refleja la diferencia entre el valor actual de los cobros menos el valor actualizado de los pagos; es decir, que en este flujo de fondos netos demuestra que tiene \$ **31.837,91** que constituye la ganancia del productor, pagando todo; demostrando que el negocio de la producción de yogurt y quesos es factible.

CALCULO DEL VAN

$$\text{VAN (10\%)} = -79.806,46 + \frac{21.122,21}{1.1} + \frac{23.234,43}{(1.1)^2} + \frac{25.557,86}{(1.1)^3} + \frac{28.113,66}{(1.1)^4} + \frac{30.925,04}{(1.1)^5} = \mathbf{31.837,91}$$

CUADRO 39
CÁLCULO DEL VAN

AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA	% APLICADO	FACTOR (1+i)	VAN POR AÑO
	-79.806,46		-----	-----	-79.806,46
2011	-----	21.122,21	10%	1,1	19.202,01
2012	-----	23.234,43	10%	1,21	19.202,00
2013	-----	25.557,86	10%	1,331	19.202,00
2014	-----	28.113,66	10%	1,4641	19.202,01
2015	25.179,25	30.925,04	10%	1,61051	34.836,35
VAN DEL PROYECTO			31.837,91		

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

CUADRO 40
PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA	F. C ACTUALIZADO	F.C A ACUMULADO
	-79.806,46			
2011	-----	21.122,21	19.202,01	19.202,01
2012	-----	23.234,43	19.202,00	38.404,01
2013	-----	25.557,86	19.202,00	57.606,01
2014	-----	28.113,66	19.202,01	76.808,02
2015	25.179,25	30.925,04	34.836,35	111.644,37

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La regla de la TIR manifiesta que un proyecto es aceptable si su TIR es superior al rendimiento requerido de la (TMAR) Tasa Mínima de Rendimiento, al analizar los flujos de caja que arroja el proyecto para el periodo de evaluación se obtiene una TIR de 22,3% la cual es mayor a la (TMAR) correspondiente al 10%; por lo tanto se puede concluir que la producción de lácteos si es rentable en el cantón.

CUADRO 41
CALCULO DE LA TIR

AÑO			FLUJO DE CAJA
0	-79.806,46		-79.806,46
1	21.122,21		21.122,21
2	23.234,43		23.234,43
3	25.557,86		25.557,86
4	28.113,66		28.113,66
5	30.925,04	25.179,25	56.104,29
TIR			22,3%

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.7.2 *Análisis de Rentabilidad del Productor Mediano*

**EMPRESA DE LÁCTEOS “LA QUESERITA”
BALANCE GENERAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

ACTIVOS		
CORRIENTES		16908,69
Caja	268,35	
Bancos	16194,85	
INVENTARIO	445,49	
Inventario de Productos en Procesos	167,61	
Queso	131,76	
Yogurt	35,85	
Inventario de productos terminados	277,88	
Queso	200,59	
Yogurt	77,29	
FIJOS DEPRECIABLES		23270,18
Edificio	8000,00	7600,00
(-) Deprec. Acum. Edificio	-400,00	
Maquinaria y equipo	10585,70	9527,13
(-) Deprec. Acum. Maq. Equipo	-1058,57	
Vehiculos	7000,00	5600,00
(-) Deprec. Acum. Vehiculos	-1400,00	
Muebles y enseres	640,00	543,05
(-) Deprec. Acum. Muebles y enseres	-96,95	
FIJOS NO DEPRECIABLES		10000,00
Terreno	10000,00	
TOTAL ACTIVOS		50178,87
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		1151,06
Préstamo Bancario	1063,62	
Intereses por pagar	87,44	
OBLIGACIONES POR PAGAR		2375,75
Utilidad del 15% trabajadores	983,07	
25% Impuesto a la Renta	1392,68	
TOTAL PASIVOS		3526,81
PATRIMONIO		46652,06
Capital Propio	42474,03	
Utilidad del 10% reserva	557,07	
Utilidad del ejercicio	3620,96	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		50178,87

GERENTE

CONTADOR

EMPRESA DE LÁCTEOS “LA QUESERITA”
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
AL 1 DE DICIEMBRE DEL 2010

INGRESOS

INGRESOS OPERACIONALES

VENTAS	32.413,22	
(-)COSTO DE PRODUCCION	16.266,51	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		16.146,71

GASTOS OPERACIONALES

GASTOS ADMINISTRATIVOS

		9.290,82
Mano de obra Indirecta (Supervisores)	4.937,16	
Servicios Básicos	393,00	
Impuestos	100,00	
Suministros de Oficina	97,14	
Herramientas	388,00	
Gasto de Combustible	240,00	
Gasto de Mantenimiento de vehículo	180,00	
Depreciación de edificio	400,00	
Depreciación maquinaria y equipos	1.058,57	
Depreciación vehículo	1.400,00	
Depreciación muebles y enseres	96,95	

GASTOS FINANCIEROS

Intereses	302,11	
Utilidad ANTE DE PARTICIPACION		6.553,78
15% participación a trabajadores	983,07	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		5.570,71
10% Reserva legal	557,07	
25% Impuesto a la Renta	1.392,68	

UTILIDAD NETA

GERENTE

CONTADOR

EMPRESA DE LÁCTEOS “LA QUESERITA”
COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL
1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

COSTO DE PRODUCCION	
Inventario inicial de productos	287,33
(-) INVENTARIO	
MATERIALES UTILIZADOS	287,33
(+) Materia prima directa e insumos	11.634,48
(+) Mano de obra directa	4.344,70
Costos de producción del periodo	16.266,51

En el siguiente cuadro se detalla el costo de producción por producto.

EMPRESA DE LÁCTEOS “LA QUESERITA”
COSTO DE PRODUCCIÓN POR PRODUCTO

MATERIA PRIMA			
Inventario inicial de productos			\$ 287,33
	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Materiales directos			\$ 11.634,48
Yogurt			\$ 2.003,17
Leche lt.	2880	\$ 0,30	\$ 864,00
Fermento Láctico gr.	163,2	\$ 0,09	\$ 14,69
Pulpa de Fruta lb.	105,5	\$ 1,20	\$ 126,60
Saborizantes gr.	768	\$ 0,02	\$ 15,36
Azúcar lb.	580	\$ 0,35	\$ 203,00
Envase de 2 litros U.	20	\$ 14,11	\$ 282,24
Envase de 1 Litro U.	12	\$ 10,24	\$ 122,88
Etiquetas U.	32	\$ 11,70	\$ 374,40
Quesos Pequeños			\$ 2.064,01
Leche lt.	5336	\$ 0,30	\$ 1.600,80
Cuajo gr.	1594	\$ 0,04	\$ 63,76
Sal gr.	9,92	\$ 0,01	\$ 0,10
Fundas U.	43	\$ 3,57	\$ 153,60
Cintas U.	43	\$ 5,71	\$ 245,76
Quesos Grandes			\$ 2.382,36

Leche lt.	6816	\$ 0,30	\$ 2.044,80	
Cuajo gr.	1710,24	\$ 0,04	\$ 68,41	
Sal gr.	139,2	\$ 0,01	\$ 0,84	
Fundas U.	37	\$ 2,78	\$ 103,20	
Cintas U.	37	\$ 4,46	\$ 165,12	
Quesos Mozzarella				\$ 2.577,69
Leche lt.	7536	\$ 0,30	\$ 2.260,80	
Cuajo gr.	931,68	\$ 0,04	\$ 37,27	
Fermento láctico gr.	192	\$ 0,09	\$ 17,28	
Sal gr.	43,2	\$ 0,01	\$ 0,26	
Fundas U.	40	\$ 2,52	\$ 100,80	
Cintas U.	40	\$ 4,03	\$ 161,28	
Quesos Tilsit				\$ 2.607,25
Leche lt.	7872	\$ 0,30	\$ 2.361,60	
Cuajo gr.	1565,76	\$ 0,04	\$ 62,63	
Fermento láctico gr.	144	\$ 0,09	\$ 12,96	
Sal gr.	23,04	\$ 0,01	\$ 0,14	
Fundas U.	47	\$ 3,02	\$ 141,60	
Cintas U.	47	\$ 0,60	\$ 28,32	
Mano de obra directa				\$ 4.344,70
Obrero: Fabián Cedeño			\$ 4.344,70	
	COSTO DE PRODUCCION			\$ 16.266,51

**EMPRESA DE LÁCTEOS “LA QUESERITA”
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO**

Descripción	Materia Prima	Mano Obra Directa	Inventario	Valor Total	C.P.U
Yogurt Sabor a Mora	2.003,17	49,47	748,05	\$ 2.800,69	\$ 0,85
Queso Fresco Pequeño	2.064,01	50,97	770,77	\$ 2.885,75	\$ 0,68
Queso Fresco Grande	2.382,36	58,84	889,65	\$ 3.330,85	\$ 0,91
Quesos Mozzarella	2.577,69	63,66	962,59	\$ 3.603,94	\$ 0,90
Quesos Tilsit	2.607,25	64,39	973,63	\$ 3.645,27	\$ 0,79
	11634,48	287,33	4344,70	\$ 16.266,51	

EMPRESA DE LÁCTEOS "LA QUESERITA"
FLUJO DE CAJA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos					
Ventas	31.967,73	35.164,50	38.680,95	42.549,04	46.803,94
<i>Ventas anticipadas</i>	445,49	490,04	593,04	652,34	717,57
Total de ingresos	32.413,22	35.654,54	39.273,99	43.201,38	47.521,51
Egresos					
Pago de obreros	4.344,70	4.779,17	5.257,09	5.782,80	6.361,08
Materiales e insumos	11.634,48	12.797,93	14.077,72	15.485,49	17.034,04
Mano de obra Indirecta	4.937,16	5.430,88	5.973,96	6.571,36	7.228,50
Herramientas	388,00	426,80	469,48	516,43	568,07
Suministros oficina	97,14	106,85	117,54	129,29	142,22
Impuesto	100,00	110,00	121,00	133,10	146,41
Servicios básicos	393,00	432,30	475,53	523,08	575,39
Gasto de Combustible	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38
Gasto de Mantenimiento de vehículo	180,00	198,00	217,80	239,58	263,54
Préstamo	936,38	1.030,02	1.133,02	1.246,32	1.370,95
Intereses	214,67	236,14	259,75	285,73	314,30
Total de egreso	23.465,53	25.812,08	28.393,29	31.232,62	34.355,88
Flujo de caja	8.947,69	9.842,46	10.880,70	11.968,76	13.165,63

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

GERENTE

CONTADOR

ÍNDICES FINANCIEROS

ÍNDICES LIQUIDEZ

La razón corriente por cada dólar de deuda a corto plazo se posee 4,79 veces para poder cubrir con las obligaciones por medio de los activos corrientes.

Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} =$	$\frac{16.908,69}{3.526,81}$	4,79
------------------------	---	------------------------------	------

El capital de trabajo una vez que el productor cancele el total de sus obligaciones corrientes, le queda un saldo de \$ 173,65 para efectuar gastos corrientes o inversiones inmediatas que surgen en el normal desarrollo de su actividad económica.

Capital de Trabajo	Activo Corriente-Pasivo Corriente	16,908,69-3,526,81	13.381,88
---------------------------	-----------------------------------	--------------------	-----------

Prueba ácida podemos observar si la empresa tuviera la necesidad de atender todas sus obligaciones corrientes no sería necesario liquidar o vender sus inventarios, la empresa posee 4,10 veces en activos disponibles y exigibles para cancelar por cada dólar de deuda a corto plazo.

Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{22814,75 - 445,49}{3.526,81}$	4,10
---------------------	--	--------------------------------------	------

ÍNDICES ENDEUDAMIENTO

El endeudamiento es del 7,02 % lo cual pertenece a pagos de préstamos pendiente con sus respectivos intereses, y también el valor de los impuestos y utilidades aun no canceladas.

1.- Endeudamiento sobre activos totales	$\frac{\text{Total de Pasivo}}{\text{Total Activos}}$	$\frac{3.526,81}{50.178,87}$	7,02 %
--	---	------------------------------	--------

Estructura del capital (deuda patrimonio) es del 7, 55 % lo cual pertenece a pagos de préstamos y obligaciones pendientes es decir no esta en un nivel de riesgo de endeudamiento de su patrimonio.

Estructura del Capital	<u>Total de Pasivo</u>	<u>3.526,81</u>	7, 55 %
	Patrimonio	46.652,06	

ÍNDICES RENTABILIDAD

Rentabilidad del patrimonio por cada dólar que los dueños de la producción mantienen en patrimonio ganan un margen de rentabilidad de 0,07 centavos. Es decir, la utilidad neta representa el 7,76 % de toda la inversión que mantiene en el patrimonio.

2.- Rentabilidad del Patrimonio	<u>Utilidad Neta</u>	<u>3.620,96</u>	7,76
	Patrimonio	46.652,06	

ROE Rentabilidad del capital este índice indica que se obtiene una rentabilidad del 8,85% por cada dólar del capital invertido.

ROE CAPITAL SOCIAL	<u>Utilidad de Neta</u>	<u>3.620,96</u>	8, 52 %
	Capital Social	42.474,03	

ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD

Margen de utilidad bruta indica la ganancia del productor en relación con las ventas después de deducir los costos de producción. Por cada dólar de ventas se obtiene una ganancia bruta de 0,49 centavos en relación con la inversión.

Margen de Utilidad Bruta	<u>Utilidad Bruta</u>	<u>16.146,71</u>	0,49
	Ventas Netas	32.413,22	

Margen neto de utilidad por cada dólar de ventas existe una ganancia de 0,11 centavos. Indica las ganancias en relación con las ventas, deducido los costos de producción de los productos lácteos, impuestos, depreciaciones y un porcentaje de imprevistos.

Margen de Utilidad	<u>Utilidad Neta</u>	<u>3.620,96</u>	0,11
	Ventas Netas	32.413,22	

ANÁLISIS DEL VAN Y TIR

Análisis del Valor Actual Neto (VAN)

La Empresa de Lácteos La Queserita muestra una proyección futura de 2011 – 2015, los cuales han representado un aumento de año a año debido a que se ha establecido un aumento, considerando una tasa de interés de oportunidad del 10%.

El VAN es una cantidad monetaria, que refleja la diferencia entre el valor actual de los cobros menos el valor actualizado de los pagos; es decir, que en este flujo de fondos netos demuestra que tiene \$ **31.837,91** que constituye la ganancia del productor, pagando todo; demostrando que el negocio de la producción de yogurt y quesos es factible.

CALCULO DEL VAN

$$\text{VAN (10\%)} = -79.806,46 + \frac{21.122,21}{1.1} + \frac{23.234,43}{(1.1)^2} + \frac{25.557,86}{(1.1)^3} + \frac{28.113,66}{(1.1)^4} + \frac{30.925,04}{(1.1)^5} = \mathbf{31.837,91}$$

CUADRO 42
CÁLCULO DEL VAN

AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA	% APLICADO	FACTOR (1+i)	VAN POR AÑO
	-44.634,03		-----	-----	-44.634,03
2011	-----	8.947,69	10%	1,1	8.134,26
2012	-----	9.842,46	10%	1,21	8.134,26
2013	-----	10.880,70	10%	1,331	8.174,83
2014	-----	11.968,76	10%	1,4641	8.174,82
2015	14.777,61	13.165,63	10%	1,61051	17.350,55
VAN DEL PROYECTO			5.334,70		

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisca Elizabeth

CUADRO 43
PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA	F. C ACTUALIZADO	F.C A ACUMULADO
	-44.634,03			
2011	-----	8.947,69	8.134,26	8.134,26
2012	-----	9.842,46	8.134,26	16.268,53
2013	-----	10.880,70	8.174,83	24.443,36
2014	-----	11.968,76	8.174,82	32.618,18
2015	14.777,61	13.165,63	17.350,55	49.968,73

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisca Elizabeth

Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La regla de la TIR manifiesta que un proyecto es aceptable si su TIR es superior al rendimiento requerido de la (TMAR) Tasa Mínima de Rendimiento, al analizar los flujos de caja que arroja el proyecto para el periodo de evaluación se obtiene una TIR de 13,8% la cual es mayor a la (TMAR) correspondiente al 10%; por lo

tanto se puede concluir que la producción de lácteos si es rentable en el cantón La Maná.

CUADRO 44
CALCULO DE LA TIR

AÑO			FLUJO DE CAJA
0	-44.634,03		-44.634,03
1	8.947,69		8.947,69
2	9.842,46		9.842,46
3	10.880,70		10.880,70
4	11.968,76		11.968,76
5	13.165,63	14.777,61	27.943,24
TIR			13,8%

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.7.3 *Análisis de Rentabilidad del Productor Pequeño*

**EMPRESA DE LACTEOS “ SAN LUIS”
BALANCE GENERAL
1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

ACTIVOS		
CORRIENTES		12678,15
Caja	6089,68	
Bancos	6414,80	
INVENTARIO	173,67	
Inventario Final de productos en proceso	64,77	
Queso	58,58	
Yogurt	6,19	
Inventario Final de productos Terminados	108,90	
Queso	84,15	
Yogurt	24,75	
FIJOS DEPRECIABLES		9885,09
Maquinaria y equipo	6132,00	5518,80
(-) Deprec. Acum. Maq. Equipo	-613,20	
Vehiculos	5000,00	4000,00
(-) Deprec. Acum. Vehiculos	-1000,00	
Muebles y enseres	440,00	366,29
(-) Deprec. Acum. Muebles y enseres	-73,71	
FIJOS NO DEPRECIABLES		
TOTAL ACTIVOS		22563,24
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		
OBLIGACIONES POR PAGAR		1067,89
Utilidad del 15% trabajadores	441,89	
25% Impuesto a la Renta	626,00	
TOTAL PASIVOS		1067,89
PATRIMONIO		21495,35
Capital Propio	19617,34	
Utilidad del 10% reserva	250,40	
Utilidad del ejercicio	1627,61	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		22563,24

GERENTE

CONTADOR

EMPRESA DE LACTEOS “ SAN LUIS”
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010

INGRESOS		
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS	21.781,12	
(-)COSTO DE PRODUCCION	13.196,25	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		8.584,87
GASTOS OPERACIONALES		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
		5.537,01
Mano de obra Indirecta (Supervisores)	1.800,00	
Servicios Básicos	300,00	
Impuestos	49,06	
Suministros de Oficina	67,04	
Herramientas	338,00	
Gasto de Combustible	336,00	
Gasto de Mantenimiento de vehículo	360,00	
Depreciación maquinaria y equipos	613,20	
Depreciación vehículo	1.000,00	
Depreciación muebles y enseres	73,71	
Arriendo local	600,00	
GASTOS FINANCIEROS		101,96
prestamo		
Intereses	101,96	
Utilidad ANTE DE PARTICIPACION		2.945,90
15% participación a trabajadores	441,89	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		2.504,02
10% Reserva legal	250,40	
25% Impuesto a la Renta	626,00	
UTILIDAD NETA		1.627,61

GERENTE

CONTADOR

EMPRESA DE LACTEOS “ SAN LUIS”
COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL
1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010

Inventario inicial de productos	\$ 255,34
PRODUCTOS UTILIZADOS	\$ 255,34
(+) Materiales prima directa e insumos	\$ 8.662,04
(+) Mano de obra directa	\$ 4.278,87
Costos de producción del periodo	\$ 13.196,25

EMPRESA DE LÁCTEOS “SAN LUIS”
COSTO DE PRODUCCIÓN POR PRODUCTO

En el siguiente cuadro se detalla el costo de producción por producto.

MATERIA PRIMA				
	Cantidad	V.Unitario	V. Total	
Inventario inicial de productos				\$ 255,34
Materiales directos				\$ 8.662,04
Yogurt				\$ 1.985,30
Leche lt.	1880	\$ 0,35	\$ 658,00	
Fermento Láctico gr.	57,6	\$ 0,10	\$ 5,76	
Pulpa de Fruta lb.	28,8	\$ 1,22	\$ 35,14	
Saborizantes gr.	288	\$ 0,03	\$ 8,64	
Azúcar lb.	1056	\$ 0,40	\$ 422,40	
Envase de 1 Litro U.	32	\$ 11,80	\$ 380,16	
Etiquetas U.	32	\$ 14,85	\$ 475,20	
Quesos Pequeños				\$ 1.623,13
Leche lt.	3048	\$ 0,35	\$ 1.066,80	
Cuajo gr.	950,88	\$ 0,06	\$ 57,05	
Sal gr.	10,56	\$ 0,01	\$ 0,08	
Fundas U.	25	\$ 7,99	\$ 199,68	
Cintas U.	25	\$ 11,98	\$ 299,52	

Quesos Grandes				\$ 1.901,18
Leche lt.	3960	\$ 0,35	\$ 1.386,00	
Cuajo gr.	894,24	\$ 0,06	\$ 53,65	
Sal gr.	91,2	\$ 0,01	\$ 0,73	
Fundas U.	28	\$ 6,58	\$ 184,32	
Cintas U.	28	\$ 9,87	\$ 276,48	
Quesos Mozzarella				\$ 1.683,77
Leche lt.	3896	\$ 0,35	\$ 1.363,60	
Cuajo gr.	1363,68	\$ 0,06	\$ 81,82	
Fermento láctico gr.	192	\$ 0,14	\$ 26,88	
Sal gr.	34,08	\$ 0,01	\$ 0,27	
Fundas U.	24	\$ 3,52	\$ 84,48	
Cintas U.	24	\$ 5,28	\$ 126,72	
Quesos Tilsit				\$ 1.468,66
Leche lt.	3376	\$ 0,35	\$ 1.181,60	
Cuajo gr.	1022,88	\$ 0,06	\$ 61,37	
Fermento láctico gr.	240	\$ 0,14	\$ 33,60	
Sal gr.	11,52	\$ 0,01	\$ 0,09	
Fundas U.	24	\$ 3,20	\$ 76,80	
Cintas U.	24	\$ 4,80	\$ 115,20	
Mano de obra directa				\$ 4.278,87
Obrero: Javier Fernández			\$ 4.278,87	
COSTO DE PRODUCCION				<u>\$ 13.196,25</u>

**EMPRESA DE LÁCTEOS “SAN LUIS”
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO**

Descripción	Materia Prima	Inventario	Mano Obra Directa	Valor Total	Costo Producción Unitario
Yogurt Sabor a Mora	1.985,30	58,52	980,70	3.024,52	0,95
Queso Fresco Pequeño	1.623,13	47,85	801,79	2.472,77	0,99
Queso Fresco Grande	1.901,18	56,04	939,14	2.896,37	1,03
Quesos Mozzarella	1.683,77	49,63	831,75	2.565,15	1,09
Quesos Tilsit	1.468,66	43,29	725,49	2.237,44	0,94
	8662,04	255,34	4278,87	13.196,25	

EMPRESA DE LÁCTEOS "SAN LUIS"
FLUJO DE CAJA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos					
Ventas	21.607,45	23.768,20	26.145,02	28.759,52	31.635,47
<i>Ventas en proceso</i>	173,67	191,04	210,14	231,15	254,27
Total de ingresos	21.781,12	23.959,24	26.355,16	28.990,67	31.889,74
Egresos					
Pago de Obreros	4.278,87	4.706,76	5.177,43	5.695,18	6.264,69
Materiales e insumos	8.662,04	9.528,24	10.481,06	11.529,16	12.682,07
Mano de obra Indirecta	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Herramientas	338,00	371,80	408,98	449,88	494,87
Suministros oficina	67,04	73,74	81,12	89,23	98,15
Impuesto	49,06	53,97	59,36	65,30	71,83
servicios basicos	300,00	330,00	363,00	399,30	439,23
Gasto de Combustible	336,00	369,60	406,56	447,22	491,94
Gasto de Mantenimiento de vehículo	360,00	396,00	435,60	479,16	527,08
Arriendo de Local	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
Prestamo	1.000,00	1.100,00	1.210,00	1.331,00	1.464,10
Intereses	101,96	112,16	123,37	135,71	149,28
Total de egreso	17.892,97	19.682,26	21.650,49	23.815,53	26.197,07
Flujo de caja	3.888,15	4.276,97	4.704,68	5.175,15	5.692,67

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

GERENTE

CONTADOR

ÍNDICES FINANCIEROS

ÍNDICES LIQUIDEZ

La razón corriente

El productor pequeño obtuvo una razón corriente de 11,87, esto significa que por cada dólar adeudado dispone de 11,87 números de veces para cumplir sus obligaciones con sus activos circulantes.

1.- Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{12.678,15}{1.067,89}$	11,87
----------------------------	---	------------------------------	-------

El capital de trabajo: El productor pequeño una vez que cancele el total de sus obligaciones corrientes, cuenta con 11.610,28 para atender los compromisos que surjan en el normal desarrollo de su actividad económica.

Capital de Trabajo	Activo Corriente-Pasivo Corriente	$12.678,15 - 1.067,89$	11.610,26
---------------------------	-----------------------------------	------------------------	-----------

Prueba ácida podemos observar si la empresa tuviera la necesidad de atender todas sus obligaciones corrientes no sería necesario liquidar o vender sus inventarios, la empresa posee 11,70 veces en activos disponibles y exigibles para cancelar por cada dólar de deuda a corto plazo.

Prueba ácida	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{12.678,15 - 173,67}{1.067,89}$	11,70
---------------------	--	---------------------------------------	-------

ÍNDICES ENDEUDAMIENTO

El endeudamiento es del 7,02 % lo cual pertenece a pagos de préstamos pendiente con sus respectivos intereses, y también el valor de los impuestos y utilidades aun no canceladas.

1.- Endeudamiento sobre activos totales	<u>Total de Pasivo</u>	<u>3.526,81</u>	7,02 %
	Total Activos	50.178,87	

Estructura del capital (deuda patrimonio) es del 7,55 % lo cual pertenece a pagos de préstamos y obligaciones pendientes es decir no esta en un nivel de riesgo de endeudamiento de su patrimonio.

Estructura del Capital	<u>Total de Pasivo</u>	<u>3.526,81</u>	7,55 %
	Patrimonio	46.652,06	

ÍNDICES RENTABILIDAD

Rentabilidad del patrimonio por cada dólar que los dueños de la producción mantienen en patrimonio ganan un margen de rentabilidad de 0,08 centavos. Es decir, la utilidad neta representa el 7,57 % de toda la inversión que mantiene en el patrimonio.

2.- Rentabilidad del Patrimonio	<u>Utilidad Neta</u>	<u>1.627,61</u>	0,08
	Patrimonio	21.495,35	

ROE Rentabilidad del capital este índice indica que se obtiene una rentabilidad del 8,29 % por cada dólar del capital invertido.

1.- ROE CAPITAL SOCIAL	<u>Utilidad de Neta</u>	<u>1.627,61</u>	8,29 %
	Capital Social	19.617,34	

ÍNDICES DE PRODUCTIVIDAD

Margen de utilidad bruta indica la ganancia del productor en relación con las ventas después de deducir los costos de producción. Por cada dólar de ventas se obtiene una ganancia bruta de 0,39 centavos en relación con la inversión.

2.- Margen de Utilidad Bruta	<u>Utilidad Bruta</u>	<u>8.584,87</u>	0,39
	Ventas Netas	21.781,12	

Margen neto de utilidad por cada dólar de ventas existe una ganancia de 0,07 centavos. Indica las ganancias en relación con las ventas, deducido los costos de producción de los productos lácteos, impuestos, depreciaciones y un porcentaje de imprevistos.

1.- Margen de Utilidad	<u>Utilidad Neta</u>	<u>1.627,61</u>	0,07
	Ventas Netas	21.781,12	

ANÁLISIS DEL VAN Y TIR

Análisis del Valor Actual Neto (VAN)

La Empresa de Lácteos San Luis muestra una proyección futura de 2011 – 2015, los cuales han representado un aumento de año a año debido a que se ha establecido un aumento, considerando una tasa de interés de oportunidad del 10%.

El VAN es una cantidad monetaria, que refleja la diferencia entre el valor actual de los cobros menos el valor actualizado de los pagos; es decir, que en este flujo de fondos netos demuestra que tiene \$ 2.168,32 que constituye la ganancia del productor, pagando todo; demostrando que el negocio de la producción de yogurt y quesos es factible.

CALCULO DEL VAN

$$\text{VAN (10\%)} = -20.742,34 + \frac{3.888,15}{1,1} + \frac{4.276,97}{(1,1)^2} + \frac{4.704,68}{(1,1)^3} + \frac{5.175,15}{(1,1)^4} + \frac{5.692,67}{(1,1)^5} = \mathbf{2.168,32}$$

CUADRO 45

CÁLCULO DEL VAN

AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA	% APLICADO	FACTOR (1+i)	VAN POR AÑO
	-20.742,34		-----	-----	-20.742,34
2011	-----	3.888,15	10%	1,1	3.534,68
2012	-----	4.276,97	10%	1,21	3.534,69
2013	-----	4.704,68	10%	1,331	3.534,69
2014	-----	5.175,15	10%	1,4641	3.534,69
2015	8434,57	5.692,67	10%	1,61051	8.771,90
VAN DEL PROYECTO					2.168,32

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

CUADRO 46
PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	F. C ACTUALIZADO	F.C A ACUMULADO
	-20.742,34			
2011	-----	3.888,15	3.534,68	3.534,68
2012	-----	4.276,97	3.534,69	7.069,37
2013	-----	4.704,68	3.534,69	10.604,06
2014	-----	5.175,15	3.534,69	14.138,76
2015	8.434,57	5.692,67	8.771,90	22.910,66

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La regla de la TIR manifiesta que un proyecto es aceptable si su TIR es superior al rendimiento requerido de la (TMAR) Tasa Mínima de Rendimiento, al analizar los flujos de caja que arroja el proyecto para el periodo de evaluación se obtiene una TIR de 13,2% la cual es mayor a la (TMAR) correspondiente al 10%; por lo tanto se puede concluir que la producción de lácteos si es rentable en el cantón.

CUADRO 47
CALCULO DE LA TIR

AÑO			FLUJO DE CAJA
0	-20.742,34		-20.742,34
1	3.888,15		3.888,15
2	4.276,97		4.276,97
3	4.704,68		4.704,68
4	5.175,15		5.175,15
5	5.692,67	8.434,57	14.127,24
TIR			13,2%

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

CUADRO 48

CUADRO COMPARATIVO DE COSTO UNITARIO Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS TRES PRODUCTORES

PRODUCTO	GRANDE		MEDIANO		PEQUEÑO	
	C.P.U	P.V.P	C.P.U	P.V.P	C.P.U	P.V.P
Yogurt Sabor a Mora	0,83	1,69	0,85	1,69	0,95	1,69
Queso Fresco Pequeño	0,66	0,98	0,68	0,98	0,99	0,98
Queso Fresco Grande	0,91	1,71	0,91	1,71	1,03	1,71
Quesos Mozzarella	0,87	2,38	0,90	2,38	1,09	2,38
Quesos Tilsit	0,78	1,50	0,79	1,50	0,94	1,50

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.7.4 Interpretación de cuadro comparativo de costo unitario y precio de venta al público de los tres productores de lácteos.

Mediante el presente cuadro comparativo se puede observar que el productor pequeño le cuesta producir más los productos lácteos, debido a que tiene menor demanda en el mercado, sin embargo posee casi la misma inversión en mano de obra directa. Sin embargo para poder competir con las otras empresas el productor pequeño mantiene su precio de venta al público, por lo que no adquieren la misma rentabilidad que las demás empresas.

CUADRO 49

RENTABILIDAD DE LOS TRES PRODUCTORES

Índice de Liquidez			
Productores	Grande	Mediano	Pequeño
Razón Corriente	4,04	4,79	11,87
Capital de Trabajo	23.381,38	13.381,88	11.610,26
Prueba Ácida	15,96	4,10	11,70
Índice de Endeudamiento			
Endeudamiento	8,11%	7,02%	7,02%

sobre activos totales			
Estructura de patrimonio	8,83 %	7,55%	7,55%
Índice de Rentabilidad			
Rentabilidad del patrimonio	0,10	7,76	7,57
Capital Social (ROE)	11,87%	8,52%	8,29%
Índice de Productividad			
Margen bruto de Utilidad	0,51	0,49	0,39
Margen neto Utilidad	0,17	0,11	0,07
Indicadores Financieros			
VAN	31.837,91	5.334,70	2.168,32
TIR	22,3%	13,8%	13,2%

Fuente: Estados Financieros.

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

3.7.5 Interpretación de la Rentabilidad de los Tres Productores.

Mediante el presente cuadro se puede observar que la razón de liquidez de los productores si les permite cubrir con sus obligaciones, encontrando con un menor porcentaje al productor grande, el motivo es porque tiene un nivel de endeudamiento más alto que el mediano y el pequeño; luego de haber proyectado el Flujo Económico Financiero de la Producción de lácteos se pudo determinar que el Valor Actual Neto del productor grande es de \$ 31.837.91 dólares, el mediano \$ 5.334.7 dólares y el pequeño \$ 2.168.32 dólares, lo que permitió identificar que el productor grande tiene un valor neto mayor que el productor mediano y el pequeño y con el valor de la TIR también permitió fundamentar lo factible que es la producción de lácteos ya que el productor grande genera un margen neto de 0,17 ctvs por cada dólar de ingreso en las ventas, en el productor mediano 0,11 y pequeño 0,07 ctvs por lo que se muestra que las tres empresas están en una buena posición para ganar utilidades en el mercado actual.

3.8 Impacto de la Economía en el cantón La Maná

El cantón La Maná tiene 46.632 habitantes según el VII Censo de Población y VI de Vivienda, realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en noviembre del 2010.

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

La población del cantón La Maná empleada a la producción de lácteos es de 7 personas, la comercialización al por mayor de lácteos es de 15 personas, mientras que el comercio minorista en el cantón La Maná suma alrededor de 60 personas, es decir, que 82 habitantes de la localidad se dedican a este negocio, que representa el 0,38% de la PEA.

La mano de obra utilizada en la producción familiar se percibe un ingreso de \$66,00 semanales, obteniendo un sueldo mensual de \$320,00 aproximadamente.

Según la información del INEC en diciembre del 2011, el valor de la canasta familiar fue de \$578,00 razón por la cual se deduce que los ingresos mensuales que perciben los involucrados en esta actividad pueden costear el 45% del valor de la canasta básica.

La actividad de producción de lácteos, representa alrededor del 2% de los ingresos de todas las actividades productivas en el cantón La Maná, representando una importante fuente de ingresos para el trabajador lamanense.

En lo que corresponde a la relación entre la producción de lácteos en el cantón La Maná y su influencia con la economía ecuatoriana, se ha evidenciado que esta

actividad participa con el 1,35% de la distribución de lácteos a nivel nacional. según el Ministerio de Industrias y Productividad en el 2010 el Ecuador vendió en al exterior productos lácteos por un valor de 5 millones de dólares. Los quesos y yogures que se elaboran en el país se dirigen a Estados Unidos, Europa, Japón, Rusia y otro países latinoamericanos.

El cantón La Maná mantiene una zona ganadera importante, que se apoya en la gran extensión de suelo dedicado a la producción de pasto, por lo que se determina un crecimiento del sector lácteo.

La producción y comercialización de lácteos en la actualidad representa un rubro muy importante en la economía del cantón La Maná puesto que genera y proporciona trabajo a familias lamanences, a través de la participación en los procesos de producción de lácteos, transportación y comercialización; el incremento de esta actividad influirá directamente en la reducción de tasas de desempleo, dinamizando la economía, generando mayor riquezas en el país e incrementando ingresos para los trabajadores dedicados a esta actividad.

El productor pequeño con la utilidad que adquiere invierte en el cantón efectuando sus compras de productos de primera necesidad.

El productor mediano obtiene rentabilidad superior porque sus canales de comercialización son un poco mas amplios que el productor pequeño, la utilidad que adquiere la invierte en cubrir las necesidades, además se dedica a la crianza de pollos de incubadora.

El productor grande tiene una mayor rentabilidad porque comercializa a otras ciudades, sus ingresos le permiten cubrir sus gastos y sus necesidades además el sobrante lo ahorra en el banco.

4 Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

Como resultado de la Investigación de la Producción, Comercialización y Rentabilidad de lácteos y tomando en cuenta varios aspectos a lo largo del desarrollo del presente trabajo se pone a consideración las siguientes conclusiones:

- Los productores de lácteos venden al consumidor final de manera directa e indirectamente a través de intermediarios mayoristas y minoristas. El mercado que tiene es local y regional, no realizan publicidad ni promociones y trabajan individualmente sin asociaciones.
- La administración efectuada por los productores de lácteos del cantón La Maná es débil considerando que no cuentan con conocimientos técnicos que facilite un eficiente manejo del negocio, lo que ha influido en el limitado crecimiento empresarial.
- La liquidez financiera de las familias productoras es baja, puesto que los pasivos representan rubros altos y disponen solo de lo necesario para cubrir con las obligaciones contraídas con terceras personas; esto implica riesgo puesto que a futuro perjudicaría a la solvencia de los productores.
- Las ganancias obtenidas por las familias productoras de lácteos, les permite atender requerimientos de sustento familiar relacionados con la alimentación, salud, educación, vivienda y sostenibilidad limitada del negocio; lo cual contribuye de alguna manera al movimiento dinámico de divisas en la zona y permite confirmar que el negocio de queso y yogurt tiene incidencia en la economía del cantón La Maná.

4.2 Recomendaciones

- Los productores de queso y yogurt del cantón La Maná requieren organizarse y asociarse para así fortalecer los procesos productivos inmersos en la actividad económica, de esta manera ampliar el mercado a nivel nacional e internacional basados en estudios y asistencia técnica adecuada, publicidad, promociones y el acceso a créditos de la banca pública y privada.
- Los productores deben capacitarse por medio de seminarios o talleres para que se instruyan en elementos básicos de la administración y finanzas y a través de ello se ejecute una adecuada administración que fomente que el desarrollo socio económico de la microempresa.
- Disminuir las obligaciones a corto plazo contraídas con terceros e incrementar sus activos para que tengan mayor liquidez financiera y así puedan cumplir con las deudas inmersas en la actividad económica del negocio; asegurando con ello la solvencia económica del negocio a futuro.
- Implementar estrategias que permita optimizar los recursos disponibles, disminuir los costos de producción, incrementar las ventas para que a través de ello se incremente las utilidades obtenidas y puedan satisfacer los requerimientos de sustento familiar relacionados con la alimentación, salud, educación, vivienda; dinamizando a través de la producción y comercialización de productos lácteos la economía del cantón La Maná.

5 Referencias Bibliográficas

LIBROS

- ÁGUEDA, Esteban; MADARIAGA, Jesús. Principios de Marketing. Tercera Edición. España, Madrid: Esic Editorial. 2009, 816 p. ISBN: 978847356572-1.
- ARMSTRONG, Gary; HARKER, Michael, KLOTTLER, Philip; BRENNAN, Ross. Marketing: An Introduction. Novena Edición. Madrid, España: Pearson, 2009, 648 p. ISBN: 9780273713951.
- AYALA, Jorge. Fundamentos de finanzas para el empresario moderno. Guayaquil, Ecuador: 2009. 400p
- BELLENE, Ricardo. Análisis de Costos. Quinta Edición. Argentina, Ediciones Jurídicas Cuyo, 2010, 342 p. ISBN: 950 – 9099 – 95 – 3.
- BOLAND, Lucrecia. Funciones de la Administración. Primera Edición. Bahía, Blanca: Ediuns, 2008, 280 p. ISBN: 978-987-1171-63-7.
- CERDA, José. Microeconomía. Un Enfoque Latinoamericano. Estados Unidos. Primera Edición. Liberty Drive: 2011, 314 p. ISBN: 978-1-4633-1447-7.
- CONE Carlos. Comercialización. Primera Edición. México, D.F: Prentice Hall, 2008. 530 p. ISBN: 71-24-18-743-6.
- DUBRIN Andrew. Fundamentos de administración. Estados Unidos. Tercera Edición. International Thomson, 2010. 472 p. ISBN: 9706860207

- ENRIQUE, Franklin. Auditoria Administrativa: Gestión Estratégica del Cambio. Segunda Edición. México, D.F: Pearson, 2010, 872 p. ISBN: 970-26-0784-1.
- FLORES Luis. Contabilidad de Costos. Primera Edición. Ecuador, Guayaquil: Manglar Editores, 2009, 600 p. ISBN: 978-9942-02-328-5.
- GARCIA, Ronald. Moneda, Banca y Política monetaria. Tercera Edición. Chile, EUNED, 2010. 268 p. ISBN: 9968 – 31 – 328 – 9.
- GISPERT, Carlos. Océano Ilustrado de Ciencias y Tecnologías Económicas. Bogao, Verónica (Coord.): Primera Edición. España, Murcia: Milanesat; 2009. 735 p. ISBN: 84-494-2866-1.
- GONZALES, María. Gestión del Comercio Exterior. Cuarta Edición. España, Madrid: Esic Editorial, 2009, 348 p. ISBN: 978-84-7356-606-3.
- GONZÁLEZ, Fernando y SÁNCHEZ, Ricardo. Lecciones de Economía. Primera Edición. España. Gesbiblo, 2011 65 p. ISBN: 978-84-9745-042-3.
- GÓMEZ Roberto, Evolución Científica y Metodológica de la Economía. Primera Edición. España; 2009, 326 p. ISBN 84-688-0959-4
- GUAJARDO Gerardo, ANDRADE Nora, Contabilidad para no contadores. Tercera Edición. España; McGraw-Hill Interamericana, 2012, 425 p. ISBN: 9701069382
- HORNGREN, Charles; FOSTER, George. Contabilidad de Costos: Un Enfoque Gerencial. Décima Segunda Edición. México, Juárez: Pearson Educación: 2010, 868 p. ISBN: 978-970-26-0761-8.
- HOUNGREEN, Charles. Contabilidad de costos. Octava Edición. Colombia, Bogotá; 2009. 490 p. ISBN: 968-880-502-5.

- JONES, Charles. Macroeconomía. Barcelona España. Copyright W.W Norton Company: 2009, 640p. ISBN: 978 – 8495348 357.
- KATZ, Michael. Microeconomía. Segunda Edición. España, Madrid: McGraw Hill; 2009. 298 p. ISBN: 978-84481-5659-6.
- KOTLER, Philip. Fundamentos de Marketing. Sexta Edición. México D.F.: Criba, 2009. 400 p. ISBN: 84-205-4198-2.
- LACLAU, Ernesto. Modos de Producción en América Latina. Decimotercera Edición. España, Madrid: siglo XXI S.A; 2009. 256 p. ISBN:968 – 23 – 1568 – 9.
- LEIVA, Juan. Los Emprendedores y la Creación de Empresas. Primera Edición. España, Madrid; 2008. 420 p. ISBN: 9977661944.
- LONGENECKER, Justin; PETTY, William. Gestión Empresarial. Catorceava Edición. México. Cengagelearning S.A, 2010, 719 p. ISBN. 10-970-830-065-9.
- MANKIW, Gregory. Principios de Economía. Tercera Edición. España, Madrid; 2008. 390 p. ISBN: 84-481-1422-1.
- MARTINEZ, María del Carmen. Análisis y Resolución de Problemas. 2da. ed. España Madrid. Ediciones Díaz de Santos: 2012. 175 p. ISBN: 978 – 84 – 9969 – 448 – 1.
- MASCAREÑAS, Juan. Finanzas para Directivos. Primera Edición. Madrid, España: Pearson Educación S.A, 2010, 311 p. ISBN: 97-884-8322-662-9.
- MÉNDEZ, David. Proceso de Planeación Financiera. Primera Edición. Estados Unidos. Copyright . 2010. 650 p. ISBN: 978-1-6176-4027-8.

- MONLLOR, Jorge. Economía, Legislación y Administración de Empresas. 2da. ed. Murcia España: Eureka Media: 2009. 169 p. ISBN: 84 – 7684 – 548 – 0
- MOLLA, Alejandro. Comportamiento del Consumidor. Primera Edición. España, Barcelona: Eureka Media, 2008, 229 p. ISBN: 84-9788-324-1.
- NAVAS, Gonzalo. Marketing en el Mercado. Tercera Edición. España, Salamanca: Taurus, 2009. 751 p. ISBN: 84-494-2325-2.
- PASCHOAL, José. Introducción a la Economía. Quinta Edición. México: Alfaomega Grupo Editor S.A de C.V: 2008, 866 p. ISBN: 97-8970-151058-2.
- PARKIN, Michael. Macroeconomía. Séptima Edición. México. Pearson Educación. 2009. 560 p. ISBN: 978-970-26-0717-5.
- PETTY, William. Gestión Empresarial. Catorceava Edición. México. Cengagelearning S.A, 2010, 719 p. ISBN. 10-970-830-065-9.
- RODRIGUEZ, Ricardo. Comercialización con canales de distribución. Primera Edición. Mexico. Struo Ediciones, 2009, 434 p. ISBN 978 – 987 – 24677 – 2 – 2.
- ROUCO, Antonio y MARTINEZ, Antonio. Introducción a la Economía Agraria.. Cuarta Edición. LMexico. 2010, 326 p. ISBN: 84-7684-8587
- SAINZ, José. El Plan de Marketing en la Pyme. Primera Edición. Madrid España: Esic editorial, 2009. 220 p. ISBN: 978-84-7356-583-7.
- SÁNCHEZ, Alfonso. Matemática Financiera. 1ra ed. Guayaquil, Ecuador: 2008. 214 p.

- SAPAG Nassir, proyectos de inversión formulación y evaluación 2010, 253P primera edición Mexico ISBN: 970-26-0964-
- SERRANO, Arturo. Economía de la Empresa Agroalimentaria. Tercera Edición. España. Mundí Prensa, 2008, 384 p. ISBN: 978 958 648 515-9.
- SINISTERRA, Gonzalo; POLANCO, Enrique. Contabilidad Administrativa. Segunda Edición. Bogotá. Ecoe Editores, 2011, 258 p. ISBN: 9789586485159.
- SORIANO, Claudio. Marketing Bancario. Primera Edición. Madrid. España. McGraw-Hill, 2010, 228 p. ISBN: 8448145321.
- VELÁSQUEZ, Gustavo. Administración de los Sistemas de Producción. Décima Edición. Ecuador, Guayaquil: 2009. 690 p. ISBN: 943-657-751-6.
- VILLACÍS, José. Administración de Empresas. Primera Edición. Ecuador: Grabalith: 2007. 450 p. ISBN: 864-578-284-3.
- VILLALBA, Carlos. Economía. Primera Edición. Madrid, España: Sur Editores. 2011. 131 p. ISBN: 97-899-4201-029-2.
- ZAPATA Pedro. Contabilidad de costos: herramienta para la toma de decisiones. Segunda Edición. McGraw-Hill, España: McGraw-Hill Editores. 2007. 495 p. ISBN: 9584103776.
- ZORRILLA, Santiago, Cómo Aprender Economía: Conceptos Básicos, México, D. F.: Editorial Limusa, 2009. 232 p. ISBN: 968-18-1612-9.

TEXTOS ELECTRÓNICOS

- MARTÍNEZ Zury: Gestión Empresarial. [en línea]. Quito, Ecuador. [s.n.], 2010, [ref. 25 de mayo del 2011]. Disponible en: <http://www.gestiónempresarial.com/definicion-de-gestión/>.

TESIS

- DE LA ROSA Nicolás Francisco. “Análisis del consumo Mundial de Lácteos”. Director: José Manuel Sarango Villamil. Universidad Central del Ecuador. 2011.
- GUANOTUÑA POBEDA, Jenny Magdalena “Creación de una empresa para la Producción y Comercialización de Lácteos en el Valle de los Chillos,”. Director: Msc. José Esquivel Galarza. Escuela Superior Politécnica Del Litoral. 2008.
- SALAZAR BERMÚDEZ Nelly Lourdes. “Análisis de la producción y comercialización de los productos lácteos de Indulac S.A. Y su participación en las ventas del cantón Portoviejo. Periodo 2004 - 2008”. Director Ing. Jandree Bazarro. Universidad Técnica de Manabí.

6 Anexos

ENCUESTA

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI SEDE LA MANÁ

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de las Empresas de Lácteos y su Relación con la Economía del cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, año 2011.

Encuestas dirigida a los productores de Lácteos.

Datos Informativos:

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Género	Edad	Nº de miembros de la Familia	Lugar

Para realizar esta investigación se requiere recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre temáticas importantes que serán de gran utilidad para el estudio de producción, comercialización y rentabilidad por tal razón le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario.

CUESTIONARIO

1. ¿En qué Parroquia está ubicada su producción de lácteos?

El Carmen	<input type="text"/>
El Triunfo	<input type="text"/>
Pucayacu	<input type="text"/>
Guasaganda	<input type="text"/>

2. **¿El lugar donde realiza la actividad económica es: Propia o Arrendada?**

Propia

Arrendada

3. **¿Qué cargo ocupa en la microempresa?**

Propietario

Administrador

Empleado

Otro

4. **¿Por qué decidió dedicarse a la producción de lácteos?**

Rentabilidad

Facilidad en la producción

5. **¿De qué manera cataloga su empresa?**

Industrial

Artisanal

6. **¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su empresa?**

1 – 5 años

11 – 15 años

6 – 10 años

Mayor de 16 años

7. **¿Cómo financia la producción de lácteos?**

Recursos propios

Préstamos

8. **¿Cada que tiempo controla los ingresos y egresos de la empresa?**

Quincenal

Mensual

Nunca

9. **¿Cuántos son sus ingresos mensuales por la producción de lácteos?**

\$ 1000 – \$2000

\$ 2000 – \$3000

\$ 3000 en adelante

10. ¿Cuánto produce mensualmente?

- 140 litros de leche
200 litros de leche
260 litros de leche
300 litros en adelante

11. ¿Cuántos empleados tiene la microempresa?

- 1 – 3 personas
6 – 10 personas
Más de 16 personas

12. ¿Que tipo de asistencia técnica recibe el personal para la elaboración de los productos lácteos?

- Seminarios
Talleres prácticos
Ninguno

13. ¿Que tipo de publicidad utiliza la empresa para ofrecer los productos al público?

- Radio de la Localidad
Hojas Volantes
Televisión
Ninguna

14. ¿A qué mercados comercializa los productos lácteos?

- Local
Regional
Nacional

15. ¿Conoce usted que es un estudio de producción, comercialización y rentabilidad de lácteos?

- Si
No

16. ¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio de la producción, comercialización y rentabilidad de lácteos?

- Si
No

Gracias por su colaboración

ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI SEDE

LA MANÁ

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de las Empresas de Lácteos y su Relación con la Economía del cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, año 2011.

Encuestas dirigida a los Intermediarios de Lácteos.

Datos Informativos:

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Género	Edad	Nº de miembros de la Familia	Lugar

Para realizar esta investigación se requiere recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre temáticas importantes que serán de gran utilidad para el estudio de producción, comercialización y rentabilidad por tal razón le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario.

CUESTIONARIO

6. ¿Que tipo de productos lácteos comercializa?

Queso

Yogurt

Mantequilla

Manjar

7. ¿Cuáles son los mercados a los que comercializa los productos lácteos?

Mayorista

Minorista

Consumidor Final

8. ¿Cómo usted accede a los productos lácteos?

El productor le entrega en su negocio

Compra directamente en la empresa

9. ¿Qué tiempo lleva dedicándose a la comercialización de productos lácteos?

1-4 años

4-8 años

8 años en adelante

10. ¿Los clientes están de acuerdo con el precio que pagan por la compra de los productos lácteos?

Si

No

Gracias por su colaboración

ANEXO 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI SEDE

LA MANÁ

“Proyecto de tesis”: Producción, Comercialización y Rentabilidad de las Empresas de Lácteos y su Relación con la Economía del cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, año 2011.

Datos Informativos:

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Género	Edad	Nº de miembros de la Familia	Lugar

Para realizar esta investigación se requiere recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre temáticas importantes que serán de gran utilidad para el estudio de producción, comercialización y rentabilidad por tal razón le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario.

CUESTIONARIO

1. ¿Con qué frecuencia adquiere productos lácteos?

- Diario
Semanal
Mensual

2. De los siguientes lácteos ¿Cuáles consume con frecuencia?

Queso	Yogurt	Mantequilla
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

3. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de adquirir lácteos?

- Precio
Cantidad
Variedad
Calidad

4. ¿El precio en que compra el yogurt de 1 litro es?

\$1.50 - \$2.50

\$2.60 - \$3.50

\$3.50 - \$4.50

5. ¿El precio que compra la libra de queso es?

\$1.00 - \$2.00

\$2.00 - \$3.00

\$3.00 - \$4.00

6. Considera que es importante el consumo de productos lácteos para la alimentación diaria?

Si

No

7. ¿En qué lugares adquiere normalmente los productos lácteos?

.....
.....

8. ¿Qué tipo de promociones ha recibido al momento de adquirir productos lácteos?

Descuentos

Producto adicional

Ninguno

9. De los siguientes tipos de productos lácteos. ¿Cuál consume con frecuencia?

YOGURT	½ Litro	1 Litro	2 Litros
QUESO	Q. fresco	Q. Mozzarella	Q. Tilsit

Gracias por su colaboración

ANEXO 4

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensión	Sub – Dimensión	Indicadores	Instrumentos
G E S T I O N M I C R O E M P R E S A R I A L	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos de producción. • Proceso de Producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Tierra • Capital • Trabajo • Pasteurización • Adición • Envasado 	E N C U E S T A S
	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de Comercialización • Variables del Marketing Mix. • Elementos de Mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Canal directo • Canal indirecto • Producto • Plaza • Precio • Promoción • Servicio • Oferta • Demanda 	
	Costos de Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos • Costos variables 	<ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima • Mano de Obra • Materiales Indirectos. 	
	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Financieros. • Indicadores Financieros. • Ratios Financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • Estado de Pérdidas y Ganancias. • TIR • VAN • Liquidez • Productividad • Rentabilidad • Endeudamiento 	
E C O N O M I A	Macroeconomía	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores Macro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Balanza Comercial 	
	Microeconomía	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores Micro 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso Per Cápita. 	
	Economía Local	<ul style="list-style-type: none"> • Indicador (Local) 	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo • Salario Mínimo 	

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

ANEXO 5
DIVISIÓN DE PARROQUIAS DEL CANTÓN LA MANÁ

N°	SECTOR / COMUNIDAD UBICACIÓN
Guasaganda (Rural)	
1	El Copal
2	Capilla Chico
3	Coop. 21 de Noviembre
4	La Playa
5	Guasaganda Centro
6	San Antonio de Guasaganda
7	El Triunfo Las Palmas
8	San Vicente de los Tingos
9	Coop. Guasaganda
10	Salento
11	Juan Cobo
12	Los Laureles de Guasaganda
13	El Tesoro
14	Floripondio
15	La Josefina
Total: 15 recintos en la parroquia Guasaganda	
Pucayacu (Rural)	
1	La Carmela
2	Guadual
3	Guayabo
4	Esmeraldas
5	San Ramón
6	Naranjal San Domo

7	La Argentina
8	Choaló
9	Solonso
10	Tinglo
Total: 10 recintos en la parroquia Pucayacu	
El Carmen (Urbana)	
1	Manguila
2	San Agustín
Total: 2 recintos en la parroquia El Carmen	
El Triunfo (Urbana)	
1	Estero Hondo
2	La Libertad
3	El Triunfo
4	El Relleno
Total: 4 recintos en la parroquia El Triunfo	

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Rubio Chinga Narcisa Elizabeth

ANEXO 6

Anexos del productor Grande

**EMPRESA DE LÁCTEOS “LA FINCA”
ESTADO DE SITUACION INICIAL
1 AL 31 DE ENERO DEL 2011**

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		11758,44
Caja	150,00	
Bancos	9050,00	
Cuentas por cobrar	951,22	
INVENTARIO	1607,22	
Leche yogur	1217,74	
Leche queso	389,48	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		68048,02
Terreno	15000,00	
Edificio	25000,00	25000,00
Maquinaria y equipo	16808,02	16808,02
Vehiculos	10000,00	10000,00
Muebles y enseres	610,00	610,00
Equipo de computo	630,00	630,00
TOTAL ACTIVOS		79806,46
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		3200,00
Cuentas por pagar	200,00	
Préstamos Bancarios	3000,00	
TOTAL PASIVOS		3200,00
PATRIMONIO		
Capital		76606,46
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		79806,46

GERENTE

CONTADOR

CAJA DE LA EMPRESA DE LÁCTEOS

“LA FINCA”

ESTADO SITUACION INICIAL		9.200,00
Materiales Directos	16.157,80	
(+) Mano de Obra Directa	8.689,40	
Mano de obra Indirecta (Supervisores)	4.937,16	
Servicios Básicos	393,00	
Impuestos	109,00	
Suministros de Oficina	138,56	
Herramientas	479,00	
Gasto de Combustible	360,00	
Gasto de Mantenimiento de vehículo	407,04	
Préstamo	1.404,57	
Intereses	322,02	
TOTAL GASTO		33.397,55
SOBRANTE O FALTANTE		(24.197,55)
INGRESO DE CAJA		\$ 54.519,86
(+) Ingresos de Ctas x cobrar		951,22
(-) TOTAL Inv Final + en proceso		3.513,80
(-) Cuentas por pagar		200,00
TOTAL CAJA		27.559,73
NUEVO SALDO DE CAJA		27.559,73
Porcentaje de caja 1,63%		449,22
Porcentaje de Banco 98,37%		27.110,51

PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS

Cant.	Descripción	Unidad	Precio de Venta	Valor Total
10120	Yogurt Sabor a Mora	Litros	1,69	17.102,80
8104	Queso Fresco Pequeño	250 g.	0,98	7.941,92
5106	Queso Fresco Grande	500 g.	1,71	8.731,26
7376	Quesos Mozzarella	500 g.	2,38	17.554,88
2126	Quesos Tilsit	500 g.	1,50	3.189,00
TOTAL DE INGRESOS				54.519,86

INVENTARIOS

INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO

69	Yogurt Sabor a Mora	Litros	\$ 1,69	\$ 116,61
37	Queso Fresco Pequeño	250 g.	\$ 0,98	\$ 36,26
12	Queso Fresco Grande	500 g.	\$ 1,71	\$ 20,52
16	Quesos Mozzarella	500 g.	\$ 2,38	\$ 38,08
10	Quesos Tilsit	500 g.	\$ 1,50	\$ 15,00
TOTAL DE INGRESOS				\$ 226,11

INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS

100	Yogurt Sabor a Mora	Litros	\$ 1,69	\$ 169,00
58	Queso Fresco Pequeño	250 g.	\$ 0,98	\$ 56,84
50	Queso Fresco Grande	500 g.	\$ 1,71	\$ 85,50
15	Quesos Mozzarella	500 g.	\$ 2,38	\$ 35,70
17	Quesos Tilsit	500 g.	\$ 1,50	\$ 25,50
TOTAL DE INGRESOS				\$ 372,55

MATERIALES E INSUMOS

MATERIALES PARA 160 LITROS DE YOGURT

CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	GRAMOS	FERMENTO LACTICO	0,09	0,27
10	LIBRAS	PULPA DE FRUTA	1,2	12,00
30,5	GRAMOS	SABORIZANTES	0,02	0,61
30,5	GRAMOS	PRESERVANTES	0,04	1,22
35	LIBRAS	AZUCAR	0,35	12,25
99	UNIDADES	ENVASE DE 2 LITROS	0,21	20,79
110	UNIDADES	ENVASE DE 1 LITRO	0,05	5,50
209	UNIDADES	ETIQUETAS	0,05	10,45
			SEMANAL	107,09
			MENSUAL	428,42

MATERIALES PARA 347 QUESOS DE 1/2 LIBRA

CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
512	LITROS	LECHE	0,25	128,00
145	GRAMOS	CUAJO	0,04	5,80
1,16	GRAMOS	SAL	0,0006	0,0007
347	UNIDADES	FUNDAS	0,02	6,94
347	UNIDADES	CINTAS	0,01	3,47
SEMANAL				144,21
MENSUAL				576,84

MATERIALES PARA 245 QUESOS GRANDES 1 LIBRA

CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
448	Litros	Leche	0,25	112,00
64	Gramos	Cuajo	0,04	2,56
2,65	Gramos	Sal	0,0006	0,002
245	Unidades	Fundas	0,05	12,23
245	Unidades	Cintas	0,01	2,45
SEMANAL				129,32
MENSUAL				517,29

MATERIALES PARA 204 QUESOS MOZARELLA

CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
612	Litros (100 quesos)	Leche	0,25	153,00
116	Gramos	Cuajo	0,04	4,64
8,16	Gramos	Fermento láctico	0,09	0,73
1,45	Unidades	Sal	0,0006	0,0009
204	Unidades	Fundas	0,05	10,20
204	Unidades	Cintas	0,01	2,04
SEMANAL				170,85
MENSUAL				683,40

MATERIALES PARA 245 QUESOS TILSIT

CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
612	Litros (40 quesos)	Leche	0,25	153,00
194	Gramos	Cuajo	0,04	7,76
20,4	Gramos	Fermento láctico	0,09	1,84
0,2	Gramos	Sal	0,0006	0,0001
245	Unidades	Fundas	0,05	12,25
245	Unidades	Cintas	0,01	2,45
SEMANAL				177,30
MENSUAL				709,19

DEPRECIACIONES

CANT.	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	VALOR RESIDUAL
MUEBLES Y ENSERES DE YOGURT							
1	MESA DE TRATAMIENTO DE QUESO	180,00	180,00	7	25,71	180,00	128,57
MUEBLES Y ENSERES DE QUESO							
1	ESTANTERÍA PARA QUESO	140,00	140,00	6	23,33	140,00	116,67
1	ESTANTERÍA PARA QUESO	140,00	140,00	7	20,00	140,00	100,00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA							
1	ESCRITORIO	120,00	120,00	10	12,00	120,00	60,00
4	SILLA PLASTICAS	30,00	120,00	5	24,00	120,00	120,00
MAQUINARIA DE QUESO							
1	BANCO DE HIELO	4000,00	4000,00	10	400,00	4000,00	2000,00
1	CALDERO	1488,63	1488,63	10	148,86	1488,63	744,32
1	SELLADORA DE FUNDAS	2863,66	2863,66	10	286,37	2863,66	1431,83
1	PRENSA	1600,00	1600,00	10	160,00	1600,00	800,00
1	TINA DE FILTRADO Y RECEPCIÓN	169,00	169,00	10	16,90	169,00	84,50
1	TINA DE PROCESAMIENTO	853,46	853,46	10	85,35	853,46	426,73
1	BOMBA DE ACERO INOXIDABLE	350,00	350,00	10	35,00	350,00	175,00
MAQUINARIA							

1	MÁQUINA EMPACADORA AL VACÍO	1540,60	1540,60	10	154,06	1540,60	770,30
1	MARMITA	1800,00	1800,00	10	180,00	1800,00	900,00
1	YOGURTERA	550,00	550,00	10	55,00	550,00	275,00
1	CALDERO	1592,67	1592,67	10	159,27	1592,67	796,34
EDIFICIO							
1	EDIFICIO	25000,00	25000,00	20	1250,00	25000,00	6250,00
VEHICULO							
1	VEHICULO	10000,00	10000,00	5	2000,00	10000,00	10000,00
EQUIPO DE COMPUTO							
1	COMPUTADORA	630,00	630,00	3	210,00	630,00	1050,00

SUMINISTROS DE OFICINA

UTILES DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	TOTAL
3	Lapiceros BIC 4 unidades	1,59	4,77
4	Borradores	0,29	1,16
12	Carpeta Manila tamaño oficio	0,29	3,48
2	Memory Flash 4 GB	17,67	35,34
2	Cinta adhesiva	0,39	0,78
2	Caja de Clips	0,59	1,18
2	Goma en Barra	1,19	2,38
2	Caja de 10 resmas de hojas A4	31,50	63,00
12	Lápices	0,25	3,00
2	Libretas	1,20	2,40
2	Marcadores resaltadores	1,29	2,58
1	Perforadora	1,59	1,59
2	Sacapuntas metálicos	0,25	0,50
2	Tijeras	0,59	1,18
2	Grapadoras	1,60	3,20
2	Libros de contabilidad	3,56	7,12
4	Block de notas	1,25	5,00
			\$ 138,56

HERRAMIENTAS

HERRAMIENTAS DE YOGURT			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Tanque De Recepción	1	\$ 36,00	\$ 36,00
Acidómetro	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Pasaleches	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Termómetro	1	\$ 14,00	\$ 14,00
Lira	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Batidor	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Gavetas Para Yogurt	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Overoles	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Gorros	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Guantes	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Mascarillas	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Litrero	1	\$ 1,00	\$ 1,00
			164,00

HERRAMIENTAS DE QUESO			
DETALLE	CANT	V. UNIT	VALOR
Metros De Manguera	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Tanque De Recepción	2	\$ 36,00	\$ 72,00
Acidómetro	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Pasaleches	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Termómetro	1	\$ 14,00	\$ 14,00
Lira	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Palas	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Batidor	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Telas Para Queso Maduro	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Valdes De Plástico	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Reloj De Pared	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Gaveta Para Queso	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Litrero	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Oberoles	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Gorros	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Guantes	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Mascarillas	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Cepillos	2	\$ 3,00	\$ 6,00
			\$ 315,00

ROL DE PAGOS

NOMBRE	CARGO	DIAS	SUELDO	APORTE PATRONAL	13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO DE RESERVA	TOTALES
				12,15%	8,33%		8,33%	
Amable Zapata	Gerente	30	3600,00	437,40	299,88	300,00	299,88	4937,16
Julio Vivas	Técnico de Queso	26	3168,00	384,91	263,89	264,00	263,89	4344,70
Juan Pérez	Obrero	30	3168,00	384,91	263,89	264,00	263,89	4344,70
			9936,00	1207,22			827,66	

Nota: En el año 2011 el sueldo básico es de 264,00 dólares y la empresa paga a sus trabajadores por día trabajado.

TABLA DE AMORTIZACION

CREDITO	\$ 3.000,00				
PLAZO	8 (2 años)				
GRACIA	0				
TASA	9,71%		3,2%		
PAGOS	Trimestral				
Periodos	Capital al inicio del periodo	Intereses	Amortización del préstamo	Cuota Total	Capital final del periodo
0					3.000,00
1	3.000,00	97,10	334,55	431,65	2.665,45
2	2.665,45	86,27	345,37	431,65	2.320,08
3	2.320,08	75,09	356,55	431,65	1.963,53
4	1.963,53	63,55	368,09	431,65	1.595,43
5	1.595,43	51,64	380,01	431,65	1.215,43
6	1.215,43	39,34	392,31	431,65	823,12
7	823,12	26,64	405,00	431,65	418,11
8	418,11	13,53	418,11	431,65	-

ANEXOS 7

ANEXOS DEL MEDIANO PRODUCTOR

**EMPRESA DE LÁCTEOS “LA QUESERITA”
ESTADO DE SITUACION INICIAL
1 AL 31 DE ENERO DEL 2011**

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		8408,33
Caja	120,00	
Bancos	7240,00	
Cuentas por cobrar	761,00	
INVENTARIO	287,33	
Leche queso	206,22	
Yogurt	81,11	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		36225,70
Terreno	10000,00	
Edificio	8000,00	
Maquinaria y equipo	10585,70	
Vehiculos	7000,00	
Muebles y enseres	640,00	
Equipo de computo		
TOTAL ACTIVOS		44634,03
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		2160,00
Cuentas por pagar	160,00	
Préstamos Bancarios	2000,00	
TOTAL PASIVOS		2160,00
PATRIMONIO		
Capital		42474,03
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		44634,03

GERENTE

CONTADOR

CAJA DE LA EMPRESA DE LÁCTEOS
“LA QUESERITA”

ESTADO SITUACION INICIAL	120,00	7.360,00
	7240,00	
Materiales Directos	11.634,48	
(+) Mano de Obra Directa	4.344,70	
Mano de obra Indirecta (Supervisores)	4.937,16	
Servicios Básicos	393,00	
Impuestos	100,00	
Suministros de Oficina	97,14	
Herramientas	388,00	
Gasto de Combustible	240,00	
Gasto de Mantenimiento de vehículo	180,00	
Préstamo	936,38	
intereses	214,67	
TOTAL GASTO		23.465,53
SOBRANTE O FALTANTE		(16.105,53)
INGRESO PRONOSTICADO DE VENTAS TOTALES		32.413,22
(-) TOTAL Inv Final de productos terminados + en proceso		445,49
(-) Cuentas por cobrar		
(-) pago de Cuentas		160,00
(+) Ingresos de Ctas x cobrar		761,00
TOTAL CAJA		16.463,20
NUEVO SALDO DE CAJA		16.463,20
Porcentaje de caja 1,63%		268,35
Porcentaje de Banco 98,37%		16.194,85

PRECIO DE VENTA

Cant	Descripción	Unidad	Precio de Venta	Valor Total
3290	Yogurt Sabor a Mora	Litros	\$ 1,69	\$ 5.560,10
4250	Queso Fresco Pequeño	250 g.	\$ 0,98	\$ 4.165,00
3664	Queso Fresco Grande	500 g.	\$ 1,71	\$ 6.265,44
3986	Quesos Mozzarella	500 g.	\$ 2,38	\$ 9.486,68
4624	Quesos Tilsit	500 g.	\$ 1,50	\$ 6.936,00
TOTAL DE INGRESOS				\$ 32.413,22

INVENTARIOS

INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO

Cant	Descripción	Unidad	Precio de Venta	Valor Total
21	Yogurt Sabor a Mora	Litros	1,69	35,49
20	Queso Fresco Pequeño	250 g.	0,98	19,60
21	Queso Fresco Grande	500 g.	1,71	35,91
19	Quesos Mozzarella	500 g.	2,38	45,22
21	Quesos Tilsit	500 g.	1,50	31,50
TOTAL				167,61

INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS

Cant	Descripción	Unidad	Precio de Venta	Valor Total
29	Yogurt Sabor a Mora	Litros	1,69	49,01
32	Queso Fresco Pequeño	250 g.	0,98	31,36
40	Queso Fresco Grande	500 g.	1,71	68,40
20	Quesos Mozzarella	500 g.	2,38	47,60
21	Quesos Tilsit	500 g.	1,50	31,50
TOTAL				227,88

DEPRECIACIONES

CANT.	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	VALOR RESIDUAL
MUEBLES Y ENSERES DE YOGURT							
1	ESTANTERÍA PARA YOGURT	120,00	120,00	7	17,14	120,00	85,71
MUEBLES Y ENSERES DE QUESO							
1	MESA DE TRATAMIENTO DE QUESO	160,00	160,00	6	26,67	160,00	133,33
1	ESTANTERÍA PARA QUESO	120,00	120,00	7	17,14	120,00	85,71
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA							
1	ESCRITORIO	120,00	120,00	10	12,00	120,00	60,00
4	SILLA PLASTICAS	30,00	120,00	5	24,00	120,00	120,00
					96,95		
MAQUINARIA DE QUESO							
1	BANCO DE HIELO	3800,00	3800,00	10	380,00	3800,00	1900,00
1	CALDERO	1245,70	1245,70	10	124,57	1245,70	622,85
1	PRENSA	1200,00	1200,00	10	120,00	1200,00	600,00
1	TINA DE FILTRADO Y RECEPCIÓN	135,00	135,00	10	13,50	135,00	67,50
1	TINA DE PROCESAMIENTO	520,00	520,00	10	52,00	520,00	260,00
1	BOMBA DE ACERO INOXIDABLE	200,00	200,00	10	20,00	200,00	100,00
MAQUINARIA							
1	MÁQUINA EMPACADORA AL VACÍO	1150,00	1150,00	10	115,00	1150,00	575,00
1	MARMITA	1000,00	1000,00	10	100,00	1000,00	500,00
1	YOGURTERA	220,00	220,00	10	22,00	220,00	110,00
1	CALDERO	1115,00	1115,00	10	111,50	1115,00	557,50
					1058,57		
EDIFICIO							
1	EDIFICIO	8000,00	8000,00	20	400,00	8000,00	2000,00
VEHICULO							
1	VEHICULO	7000,00	7000,00	5	1400,00	7000,00	7000,00

SUMINISTROS DE OFICINA

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	TOTAL
9	Lapiceros varios colores	1,59	14,31
4	Borradores	0,29	1,16
1	Grapadoras	1,60	1,60
2	Caja de Clips	0,59	1,18
2	Cinta adhesiva	0,39	0,78
1	Cajas de grapas	0,25	0,25
4	Calculadora Cassio	15,75	63,00
5	Lápices	0,25	1,25
3	Libretas	1,20	3,60
2	Marcadores resaltadores	1,29	2,58
1	Perforadora	1,59	1,59
1	Sacapuntas metálicos	0,25	0,25
1	Tijeras	0,59	0,59
4	Block de notas	1,25	5,00
			97,14

ROL DE PAGOS

NOMBRE	CARGO	DIAS	SUELDO	APORTE PATRONAL	13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO DE RESERVA	TOTAL
				12,15%	8,33%		8,33%	
Rogelio Caicedo	Gerente	30	3600	437,4	299,88	300,00	299,88	4937,16
Fabián Cedeño	Obrero	26	3168	384,91	263,89	264,00	263,89	4344,70

TABLA DE AMORTIZACIÓN

CREDITO	3.000,00				
PLAZO	8 (2 años)				
GRACIA	0				
TASA	9,71%	3,2%			
PAGOS	Trimestral				
Periodos	Capital al inicio del periodo	Intereses	Amortización del préstamo	Cuota Total	Capital final del periodo
0					3.000,00
1	3.000,00	97,10	334,55	431,65	2.665,45
2	2.665,45	86,27	345,37	431,65	2.320,08
3	2.320,08	75,09	356,55	431,65	1.963,53
4	1.963,53	63,55	368,09	431,65	1.595,43
5	1.595,43	51,64	380,01	431,65	1.215,43
6	1.215,43	39,34	392,31	431,65	823,12
7	823,12	26,64	405,00	431,65	418,11
8	418,11	13,53	418,11	431,65	

ANEXOS 8

ANEXOS DEL PEQUEÑO PRODUCTOR

**EMPRESA DE LÁCTEOS “SAN LUIS”
ESTADO DE SITUACION INICIAL
1 AL 31 DE ENERO DEL 2011**

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		9170,34
Caja	4224,00	
Bancos	4450,00	
Cuentas por cobrar	241,00	
INVENTARIO	255,34	
Leche yogur	204,72	
Leche queso	50,62	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		11572,00
Maquinaria y equipo	6132,00	
Vehiculos	5000,00	
Muebles y enseres	440,00	
TOTAL ACTIVOS		20742,34
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		1125,00
Cuentas por pagar	125,00	
Préstamos Bancarios	1000,00	
TOTAL PASIVOS		1125,00
PATRIMONIO		
Capital		19617,34
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		20742,34

GERENTE

CONTADOR

**CAJA DE LA EMPRESA DE LÁCTEOS
“SAN LUIS”**

CAJA DEL Sr. PEQUEÑO PRODUCTOR		
ESTADO SITUACION INICIAL	4224,00	8.674,00
	4450,00	
Materiales Directos	8.662,04	
(+) Mano de Obra Directa	4.278,87	
Mano de obra Indirecta (Supervisores)	1.800,00	
Servicios Básicos	300,00	
Impuestos	49,06	
Suministros de Oficina	67,04	
Herramientas	338,00	
Gasto de Combustible	336,00	
Gasto de Mantenimiento de vehículo	360,00	
Arriendo local	600,00	
prestamo	1.000,00	
intereses	101,96	
TOTAL GASTO		17.892,97
SOBRANTE O FALTANTE		(9.218,97)
INGRESO DE CAJA		21.781,12
(+) Ingreson de Ctas x cobrar		241,00
(-) TOTAL Inv Final + en proceso		173,67
(-) Pago Cuentas		125,00
TOTAL CAJA		12.504,48
NUEVO SALDO DE CAJA		12.504,48
Porcentaje de caja 48,70%		6.089,68
Porcentaje de Banco 51,30%		6.414,80

PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS

Cant.	Descripción	Unidad	Precio de Venta	Valor Total
3168	Yogurt Sabor a Mora	Litros	\$ 1,69	\$ 5.353,92
2496	Queso Fresco Pequeño	250 g.	\$ 0,98	\$ 2.446,08
2804	Queso Fresco Grande	500 g.	\$ 1,71	\$ 4.794,84
2356	Quesos Mozzarella	500 g.	\$ 2,38	\$ 5.607,28
2386	Quesos Tilsit	500 g.	\$ 1,50	\$ 3.579,00
TOTAL DE INGRESOS				\$ 21.781,12

INVENTARIOS

INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO

Cant.	Descripción	Unidad	Precio de Venta	Valor Total
4	Yogurt Sabor a Mora	Litros	\$ 1,69	\$ 6,19
8	Queso Fresco Pequeño	250 g.	\$ 0,98	\$ 7,84
7	Queso Fresco Grande	500 g.	\$ 1,71	\$ 11,97
10	Quesos Mozzarella	500 g.	\$ 2,38	\$ 23,80
10	Quesos Tilsit	500 g.	\$ 1,50	\$ 15,00
TOTAL DE INGRESOS				\$ 64,77

INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS

Cant.	Descripción	Unidad	Precio de Venta	Valor Total
15	Yogurt Sabor a Mora	Litros	\$ 1,69	\$ 24,75
20	Queso Fresco Pequeño	250 g.	\$ 0,98	\$ 19,60
15	Queso Fresco Grande	500 g.	\$ 1,71	\$ 25,65
10	Quesos Mozzarella	500 g.	\$ 2,38	\$ 23,80
10	Quesos Tilsit	500 g.	\$ 1,50	\$ 15,00
TOTAL DE INGRESOS				\$ 108,90

DEPRECIACIONES

CANT.	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	VALOR RESIDUAL
MUEBLES Y ENSERES DE YOGURT							
1	ESTANTERÍA PARA YOGURT	80,00	80,00	7	11,43	80,00	57,14
MUEBLES Y ENSERES DE QUESO							
1	MESA DE TRATAMIENTO DE QUESO	120,00	120,00	6	20,00	120,00	100,00
1	ESTANTERÍA PARA QUESO	100,00	100,00	7	14,29	100,00	71,43
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA							
7	SILLA PLASTICAS	20,00	140,00	5	28,00	140,00	140,00
MAQUINARIA DE QUESO							
1	CALDERO	1100,00	1100,00	10	110,00	1100,00	550,00
1	PRENSA	850,00	850,00	10	85,00	850,00	425,00
1	TINA DE FILTRADO Y RECEPCIÓN	100,00	100,00	10	10,00	100,00	50,00
1	TINA DE PROCESAMIENTO	332,00	332,00	10	33,20	332,00	166,00
1	COCINETA	80,00	80,00	10	8,00	80,00	40,00
1	CONGELADOR	850,00	850,00	10	85,00	850,00	425,00
MAQUINARIA							
1	MÁQUINA EMPACADORA AL VACÍO	820,00	820,00	10	82,00	820,00	410,00
1	MARMITA	1000,00	1000,00	10	100,00	1000,00	500,00
1	CALDERO	1000,00	1000,00	10	100,00	1000,00	500,00
VEHICULO							
1	VEHICULO	5000,00	5000,00	5	1000,00	5000,00	5000,00

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	TOTAL
7	Lapiceros BIC 4 unidades	0,35	2,45
3	Borradores	0,25	0,75
5	Carpeta Manila	0,50	2,50
1	Cinta adhesiva	1,25	1,25
1	Caja de Clips	0,30	0,30
2	Goma en Barra	1,50	3,00
1	Calculadora	19,00	19,00
10	Lápices	0,35	3,50
4	Libretas	1,20	4,80
6	Marcadores resaltadores	1,29	7,74
1	Perforadora	6,00	6,00
3	Sacapuntas metálicos	0,25	0,75
3	Tijeras	1,50	4,50
2	Grapadoras	5,25	10,50
TOTAL			67,04