

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

CARRERA DE ECONOMÍA

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista.

Tema:

Margen de utilidad y la competitividad de los productores agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

Autor: Palacios Romero, Felipe Israel

Tutor: Eco. Álvarez Jiménez, Elsy Marcela

Ambato – Ecuador

2016


APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Eco. Elsy Marcela Álvarez Jiménez, con la cédula de identidad N° 180282045-4, en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: **“MÁRGEN DE UTILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LA EMPRESA MUNICIPAL MERCADO MAYORISTA DEL CANTÓN AMBATO”**, desarrollado por Felipe Israel Palacios Romero, de la carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponden a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Febrero del 2016

EL TUTOR



.....
Eco. Elsy Marcela Álvarez Jiménez
C.I 180282045-4

DECLARCIÓN DE AUTORÍA

Yo, Felipe Israel Palacios Romero, con cedula de ciudadanía N° 180443083-1, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo investigativo, bajo el tema: **“MÁRGEN DE UTILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LA EMPRESA MUNICIPAL MERCADO MAYORISTA DEL CANTÓN AMBATO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Trabajo de Investigación.

Ambato, Febrero del 2016

AUTOR



Felipe Israel Palacios Romero

C.I. 1804430831

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación

Cedo los derechos de línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Febrero del 2016

AUTOR



Felipe Israel Palacios Romero

C.I. 1804430831

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Investigación, sobre el tema: **“MÁRGEN DE UTILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LA EMPRESA MUNICIPAL MERCADO MAYORISTA DEL CANTÓN AMBATO”**, elaborado por Felipe Israel Palacios Romero, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Febrero del 2016



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Ing. Mg. Ernesto Jara

MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Mg. Ana Córdova

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

A mis padres Dr. Augusto Palacios y Dra. Patricia Romero que con su amor y apoyo abnegado a lo largo de estos años han sido la motivación fundamental para culminar mis estudios.

Felipe Israel Palacios Romero

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento sincero a todas las autoridades, docentes, personal administrativo y compañeros de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato por el apoyo y guía durante estos años de formación.

A mi familia, amigos y compañeros, por su ayuda, motivación y confianza lograron que el camino fuera una gran aventura.

Finalmente mi eterna gratitud y estima a la Eco. Elsy Álvarez, a pesar de las dificultades del camino siempre estuvo dispuesta a guiarme en este último peldaño para alcanzar mi meta.

Felipe Israel Palacios Romero

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA ECONOMÍA

TEMA: “MÁRGEN DE UTILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LA EMPRESA MUNICIPAL MERCADO MAYORISTA DEL CANTÓN AMBATO”

AUTOR: Palacios Romero, Felipe Israel

TUTOR: Eco. Álvarez Jiménez, Elsy Marcela

FECHA: Febrero del 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo contiene información sobre el margen de utilidad aspecto que incide directamente con la rentabilidad de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del Cantón Ambato, por lo tanto fue necesario realizar un amplio estudio bibliográfico y de campo relacionado con el tema, por lo tanto la investigación se realizó de manera eficiente, con la finalidad de obtener resultados favorables los mismos que servirán para tomar las mejores decisiones. La presente investigación se sustenta por el trabajo de campo, en cual se obtuvo información primaria, la misma que permitió el desarrollo adecuado del trabajo, además la investigación bibliográfica ayuda a sustentar y a fundamentar la presente investigación. Mediante el estudio realizado se determinó que los productores de la Empresa Municipal Mercado Mayorista de Ambato no cuentan con una guía de contabilidad, por lo tanto esto induce que la rentabilidad de los productores agropecuarios se vea afectada, es decir que se encuentran sin mayor incentivo y motivación para la producción agropecuaria en la provincia y a nivel nacional, teniendo como efecto el insuficiente dinero para invertir en el proceso de producción. Por lo antes descrito, el presente trabajo busca demostrar que, la utilización adecuada de una guía contable ayudara al buen desarrollo de las actividades económicas de los productores de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

PALABRAS CLAVES: MÁRGENES DE UTILIDAD, INDICADORES FINANCIEROS, COMPETITIVIDAD, PRODUCTORES, PRODUCTIVIDAD.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ECONOMICS CAREER

TOPIC: “PROFIT MARGIN AND COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAS FARMERS OF MUNICIPAL COMPANY’S TRADE MARKET OF THE DISTRICT OF AMBATO”

AUTHOR: Palacios Romero, Felipe Israel

TUTOR: Eco. Álvarez Jiménez, Elsy Marcela

DATE: February 2016

ABSTRACT

This research provides information on the profit margin aspect that directly affects the profitability of the Municipal trade Market of de Dictrict Ambato, therefore it was necessary to conduct a comprehensive bibliographical review along with the corresponding field work that is related to the subject (the research was conducted efficiently) In order to obtain favorable results which were used to make the best decisions. The research was based on field work were primary information was obtained, which allowed to develop reliable workings, the biographical research also helped to support and substantiate this investigation. Through the study, it was determinated that the producers of the Municipal Trade Market of Ambato have no accounting guidance, affecting the profitability of farmers, therefore, there is no greater incentive and motivation for agricultural production in the province and at a national level, having the effect of insufficient money to invest in the production process. As described above, the present study aims to demonstrate that the appropriate use of an accounting guide will help the development of economic activities for producer in the Municipal Trade Market of the District of Ambato

KEYWORDS: PROFIT MARGINS, FINANCIAL INDICATORS, COMPETITIVENESS, PRODUCTION, PRODUCTIVITY

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

PÁGINAS PRELIMINARES

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARCIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.2 Análisis Crítico.....	9
1.2.3 Prognosis.....	10
1.2.4 Formulación del Problema.....	12
1.2.5 Interrogantes.....	12
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	12
1.3 Justificación.....	12
1.4 Objetivos.....	13
1.4.1 Objetivo General.....	13
1.4.2 Objetivos Específicos.....	14
CAPÍTULO II.....	15
2 MARCO TEÓRICO.....	15
2.1 Antecedentes investigativos.....	15

2.2	Fundamentación filosófica	18
2.3	Fundamentación legal.....	19
2.4	Categorías fundamentales.....	23
2.4.1	Marco conceptual variable independiente.....	25
2.4.2	Marco conceptual variable dependiente.....	29
2.5	Hipótesis	33
2.6	Señalamiento de variables	33
CAPÍTULO III		34
3	MARCO METODOLÓGICO.....	34
3.1	Enfoque	34
3.2	Modalidad básica de la investigación.....	35
3.2.1	Investigación de campo.....	35
3.2.2	Investigación bibliográfica.....	36
3.3	Nivel o tipo de investigación.....	36
3.3.1	Investigación exploratoria.....	36
3.3.2	Investigación descriptiva.....	37
3.3.3	Investigación correlacional	37
3.3.4	Investigación explicativa.....	37
3.4	Población y muestra	38
3.4.1	Población.....	38
3.4.2	Muestra.....	38
3.5	Operacionalización de variables.....	40
3.6	Recolección de información	42
3.6.1	Plan de recolección de la información	42
3.7	Procesamiento y análisis de información	43
3.7.1	Plan de procesamiento de la información	43
3.7.2	Plan de análisis e interpretación de resultados	44
CAPÍTULO IV		45
4	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	45
4.1	Análisis e interpretación	45
4.2	Comprobación de hipótesis	69
4.2.1	Planteamiento de la hipótesis	69
4.2.2	X ² tabulado	70

4.2.2.1	Nivel de significación y de riesgo	70
4.2.2.2	Cálculo de los grados de libertad.....	70
4.2.3	X ² calculado	71
4.2.3.1	Frecuencia observada	71
4.3	Decisión final	73
CAPÍTULO V	74
5	CONCLUSIONES	74
5.1	Conclusiones	74
5.2	Recomendaciones	76
CAPÍTULO VI	78
6	LA PROPUESTA	78
6.1	Tema.....	78
6.2	Datos informativos	78
6.3	Antecedentes de la propuesta	79
6.4	Justificación.....	82
6.5	Objetivos	82
6.5.1	Objetivo general	82
6.5.2	Objetivos específicos	82
6.6	Modelo operativo	84
6.7	Guía de contabilidad.....	85
6.7.1	Fase I Estructura Organizacional	85
6.7.1.1	Reseña histórica.....	85
6.7.1.2	Misión.....	85
6.7.1.3	Visión	85
6.7.1.4	Valores corporativos.....	86
6.7.2	Fase II Estructura Funcional	87
6.7.2.1	Recurso Humano del Mercado Mayorista.....	87
6.7.2.2	Sectores del Mercado Mayorista	88
6.7.2.3	Organigrama estructural	89
6.7.3	Fase III Estructura Contable.....	90
6.7.3.1	Definición contabilidad de costos	90
6.7.3.2	Importancia.....	91
6.7.3.3	Tipos de costo por sector productivo.....	92

6.7.3.4	Costo de PYMES industriales y productivas	93
6.7.3.5	Elementos del costo productivo	93
6.7.3.6	Registro y control de los costos.....	94
6.7.3.7	Importancia del control de productos.....	97
6.7.3.8	Determinación de los costos de producción.....	97
6.7.3.9	Determinación del ingreso.....	98
6.7.3.10	Determinación de la utilidad.....	99
6.8	Administración de la propuesta.....	100
6.9	Previsión de la evaluación.....	101
BIBLIOGRAFÍA.....		103
ANEXOS		106
Anexo 1. Encuesta para los productores del Mercado Mayorista de Ambato		106
Anexo 2. Fotos		109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Espacio para la comercialización de la empresa.....	7
Tabla 2.1. Constitución Política de la República del Ecuador.....	19
Tabla 2.2. Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria.....	21
Tabla 3.1. Población.....	38
Tabla 3.2. Variable independiente: Margen de utilidad.....	40
Tabla 3.3. Variable dependiente: Competitividad.....	41
Tabla 4.1. Sector agropecuario.....	45
Tabla 4.2. Utilidad.....	47
Tabla 4.3. Venta.....	47
Tabla 4.4. Ingreso total.....	49
Tabla 4.5. Margen de utilidad.....	49
Tabla 4.6. Costos exactos.....	51
Tabla 4.7. Ingresos.....	52
Tabla 4.8. Contabilidad.....	53
Tabla 4.9. Análisis financiero.....	54
Tabla 4.10. Competitivo.....	56
Tabla 4.11. Guía o plan.....	57
Tabla 4.12. Satisface las necesidades.....	58
Tabla 4.13. Mercado.....	59
Tabla 4.14. Consumidores.....	60
Tabla 4.15. Producción.....	62
Tabla 4.16. Nivel de calidad.....	63
Tabla 4.17. Infraestructura y procesos.....	64
Tabla 4.18. Almacenaje.....	65
Tabla 4.19. Capacitación.....	67
Tabla 4.20. Labora.....	68
Tabla 4.21. Cálculo de los grados de libertad.....	70
Tabla 4.22. Grados de libertad.....	71
Tabla 4.23. Frecuencias observadas.....	71
Tabla 4.24. Frecuencias esperadas.....	72
Tabla 4.25. X ² Calculado.....	72

Tabla 6.1. Recurso humano.....	87
Tabla 6.2. Sectores del Mercado Mayorista.....	88
Tabla 6.3. Previsión de la evaluación.....	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1. Evolución de la Superficie de labor agrícola	4
Gráfico 1.2. Superficie de labor de uso agropecuario	5
Gráfico 1.3. Espacio para la comercialización de la empresa	8
Gráfico 1.4. Árbol de problemas	9
Gráfico 2.1. Categorías fundamentales	23
Gráfico 2.2. Variable independiente	24
Gráfico 2.3. Variable dependiente	24
Gráfico 4.1. Sector agropecuario	46
Gráfico 4.2. Venta	48
Gráfico 4.3. Margen de utilidad	50
Gráfico 4.4. Costos exactos.....	51
Gráfico 4.5. Ingresos	52
Gráfico 4.6. Contabilidad	54
Gráfico 4.7. Análisis financiero	55
Gráfico 4.8. Competitivo.....	56
Gráfico 4.9. Guía o plan	57
Gráfico 4.10. Satisface las necesidades.....	59
Gráfico 4.11. Mercado	60
Gráfico 4.12. Consumidores	61
Gráfico 4.13. Producción	62
Gráfico 4.14. Nivel de calidad	63
Gráfico 4.15. Infraestructura y procesos	64
Gráfico 4.16. Almacenaje	66
Gráfico 4.17. Capacitación.....	67
Gráfico 4.18. Labora	68
Gráfico 4.19. Representación gráfica de X^2	73
Gráfico 6.1. Ubicación	79
Gráfico 6.2. Modelo operativo	84
Gráfico 6.3. Organigrama estructural.....	89
Gráfico 6.4. Proceso de cultivo	93
Gráfico 6.5. Elementos del costo productivo	94

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de lograr mayor comprensión de la presente investigación se ha dividido en seis capítulos los mismos que se detallan a continuación:

En el **Capítulo I** se detalla el contexto del problema, es decir la realidad de la investigación, en la cual se realiza un análisis con su respectiva justificación y los logros que se pretende alcanzar.

En el **Capítulo II**, encontramos las referencias conceptuales las mismas que fundamentan la investigación, además se menciona los antecedentes previos que servirán de soporte a la investigación, posteriormente contamos con normativas que respaldan la investigación, también tenemos la hipótesis y el señalamiento de las variables.

En el **Capítulo III**, se describe el aspecto metodológico de la investigación, la modalidad básica de la misma, la población investigada y la operacionalización de las variables.

En el **Capítulo IV**, tenemos el análisis y la interpretación de los datos recolectados, mediante la distribución del chi-cuadrado.

En el **Capítulo V**, se puntualiza las conclusiones y recomendaciones con respecto a los datos tabulados.

En el **Capítulo VI**, contiene la propuesta del trabajo investigativo, que será efectiva gracias a la participación y colaboración de las personas de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, quienes brindaron la información necesaria para la ejecución de la investigación.

CAPÍTULO I

1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

“Margen de Utilidad y la Competitividad de los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del Cantón Ambato”.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

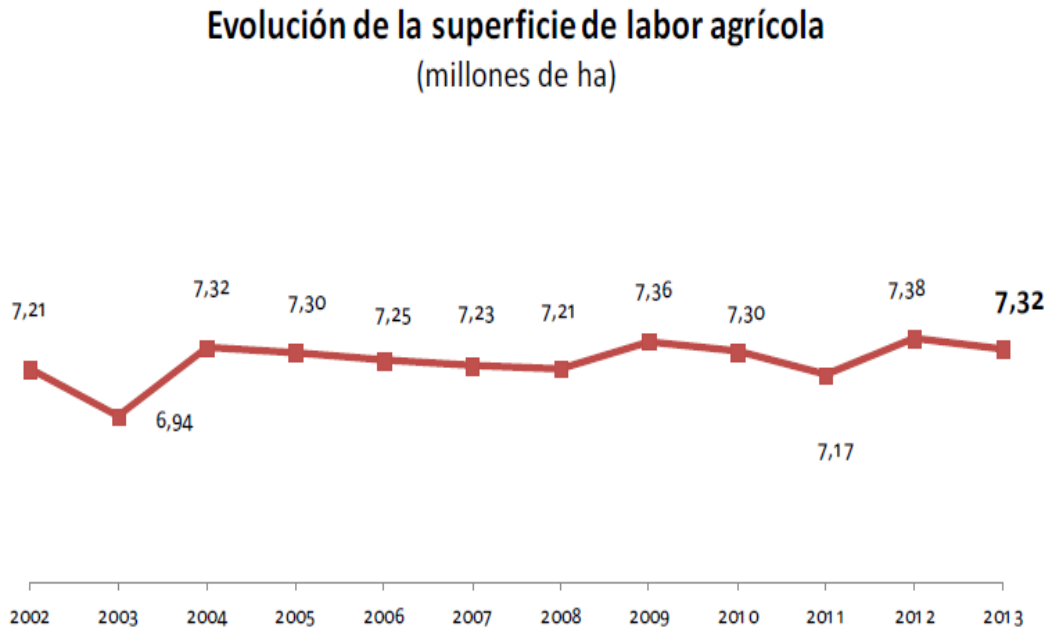
A nivel mundial el sector agropecuario es importante dentro de la economía de cada nación, además de ser uno de los pilares fundamentales de la globalización y el comercio exterior. Desde los inicios del comercio mundial y la globalización se ha convertido en un factor primordial, por lo tanto se debe dominar el concepto de competitividad internacional; (Porter, 1990) define a la competitividad como “La capacidad para mantener y aumentar la participación de los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población.” Por lo tanto podemos decir que la competitividad está estrechamente ligada con la producción y la sostenibilidad de la misma a largo plazo, lo cual resulta un verdadero impedimento para los países subdesarrollados o en vías de producción, cuyos empresarios y/o productores carecen del conocimiento, tecnología, organización y capital necesario para lograr dicha sostenibilidad.

Al hablar de competitividad y sostenibilidad en el sector agropecuario internacional es necesario hablar del margen de utilidad percibidos por los entes participantes de la dinámica del comercio internacional. De acuerdo a (Emery, Finnerty, & Stowe, 2000) “El margen de utilidad neta mide las utilidades que se obtienen de cada dólar de ventas después de pagar todos los gastos, incluidos el costo de ventas, los gastos de ventas (generales y administrativos), la depreciación, los intereses y los impuestos.” De donde podemos denotar que en los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, los empresarios de dichos países en su mayoría no manejan este concepto, ni poseen las técnicas, procesos y organización para controlarlos.

En el Ecuador, el sector agropecuario tiene un papel fundamental en la economía nacional, ya que su aporte dentro del Producto Interno Bruto en el año 2012 fue de 20.74%. Según los datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Sistema Estadístico Económico, 2013), en diciembre del año 2012, el total de personas pertenecientes a la Población Económicamente Activa (PEA), es 6.498.830 individuos, el porcentaje de personas ocupadas en actividades agropecuarias fue del 26.85%.

De acuerdo a los resultados arrojados por la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2013 “La superficie de labor agropecuaria (cultivos permanentes, transitorios y barbecho, pastos naturales y cultivados) en el 2013 fue de 7.32 millones de hectáreas.” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Gráfico 1.1. Evolución de la Superficie de labor agrícola



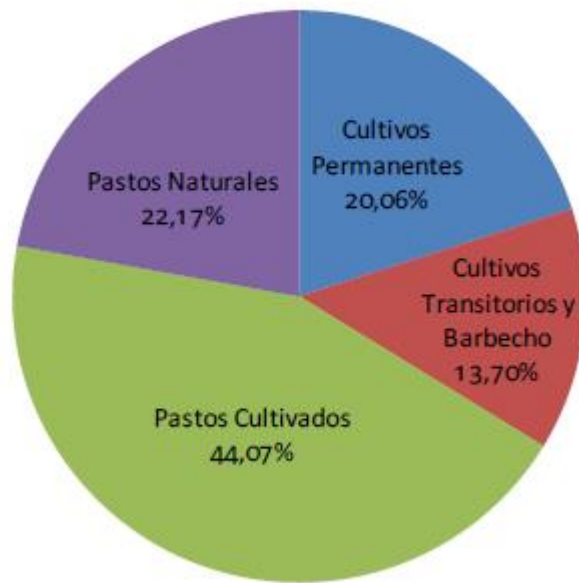
Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Como podemos observar en el gráfico la evolución de la superficie de labor agrícola tiene variaciones desde 2002 hasta el 2013.

Debe entenderse que a pesar de la importancia del sector agropecuario en el Ecuador, este es uno de los sectores con menor organización, tecnificación, y tecnología, por lo cual resulta muy difícil para los productores agropecuarios llevar un control sobre la utilidad que perciben por su actividad económica, por lo tanto es necesario realizar los correctivos necesarios para mejorarla, reduciendo a su vez sus niveles de competitividad local frente a grandes productores o asociaciones.

Gráfico 1.2. Superficie de labor de uso agropecuario



Fuente: INEC
Elaborado por: INEC

En el gráfico se puede observar el porcentaje de la superficie de labor de uso agropecuario.

La provincia de Tungurahua no posee extensas superficies aptas para la producción agropecuaria cuenta apenas con 111.575 las mismas que se encuentra distribuida entre pastos naturales, cultivos permanentes, cultivos transitorios y barbecho y pastos cultivados por lo tanto limita su nivel de producción, debido a los factores climáticos y geográficos que dificultan la utilización de tierras y vuelven a la operación agropecuaria menos rentable, incrementando la cantidad de costos y reduciendo el margen de utilidad neta que reciben los productores.

Por los productores de otras provincias y las desventajas de los factores geográficos y climáticos, los productores de la provincia de Tungurahua pierden la competitividad al intentar cultivar los mismos productos, y es aquí donde nace la oportunidad de enfocar todos los esfuerzos en la producción de frutos, granos, cereales, etc. intrínsecos de la región.

La presente investigación, tiene por objeto el análisis del margen de utilidad y su relación con la competitividad de los productores agropecuarios de la Empresa

Municipal Mercado Mayorista del Cantón Ambato. Teniendo en cuenta que la EP-EMA “es una institución creada como un espacio para dar cabida al comercio al por mayor de productos derivados de la cadena agroalimentaria, esto debido a que tal actividad de mayor incidencia en la provincia de Tungurahua es la producción agropecuaria, por esta razón los productos fueron requiriendo con el tiempo mayor preponderancia por la capacidad comercial de sus pobladores por ello y su incremento continuo ocasionó que se requiera una participación mayor de mercado, por ende nuevos espacios para poder comercializar sus productos extraídos del campo a la ciudad.” (Empresa Municipal Mercado Mayorista Ambato, 2012), por lo tanto, es de interés tanto económico como social, que los productores agropecuarios que expenden sus productos en esta institución sean atendidos, procurando el bienestar de los mismos y de la población en general.

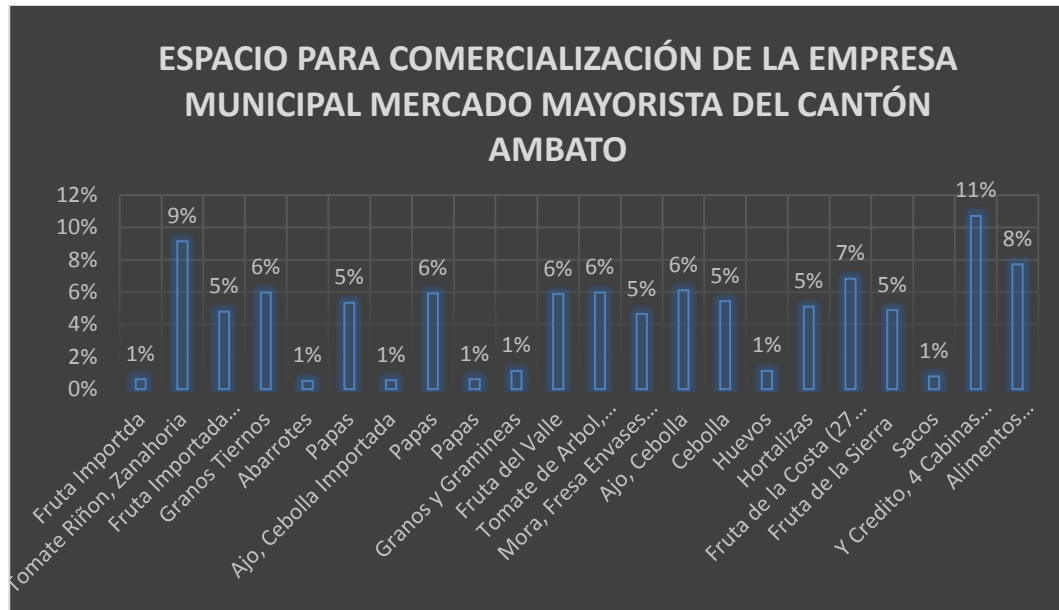
Tabla 1.1. Espacio para la comercialización de la empresa

Naves	Productos	Porcentaje	Número de Puestos
A (Bodegas)	Fruta Importada	1%	13
B	Tomate Riñón, Zanahoria	9%	193
C	Fruta Importada Naranja	5%	101
D	Granos Tiernos	6%	126
E (Bodegas)	Abarrotes	1%	11
F	Papas	5%	113
G (Bodegas)	Ajo, Cebolla Importada	1%	12
H	Papas	6%	125
I (Bodegas)	Papas	1%	13
J	Granos y Gramíneas	1%	24
K	Fruta del Valle	6%	124
L	Tomate de Árbol, Cebolla rama	6%	126
LL	Mora, Fresa Envases Vacíos	5%	98
M	Ajo, Cebolla	6%	129
N	Cebolla	5%	115
Ñ	Huevos	1%	24
O	Hortalizas	5%	108
P	Fruta de la Costa (27 Catastrados con Camión)	7%	144
Q	Fruta de la Sierra	5%	103
Z (Bodegas)	Sacos	1%	17
Locales, Cubículos y Núcleos	Y Crédito, 4 Cabinas Telefónicas, 219 Núcleos y Cubículos de Alimentos	11%	226
Ambulantes Catastrado	Alimentos Preparados, Ropa, Auto lujos	8%	163
ESPACIOS PARA COMERCIALIZACION		100%	2108

Fuente: Empresa Municipal Mercado Mayorista

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 1.3. Espacio para la comercialización de la empresa



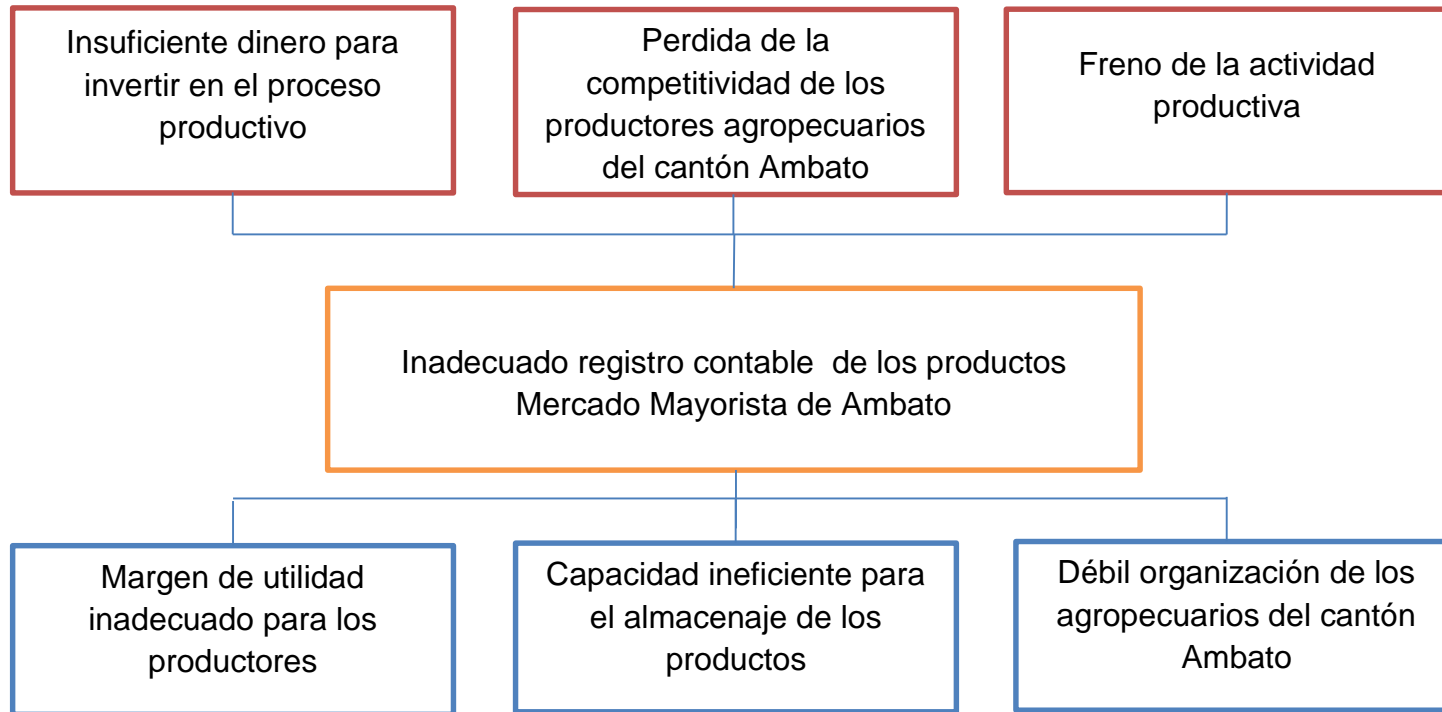
Fuente: Empresa Municipal Mercado Mayorista

Elaborado por: Felipe Palacios

En el estudio realizado del 100% de espacio para la comercialización el 11% corresponde al local de crédito, cabinas telefónicas y cubículos de alimentación; mientras que el 9% corresponde a la bodega de tomate de riñón y zanahoria; el 8% corresponde a los ambulantes catastrados que venden alimentos preparados, ropa y auto lujos; el 7% está la bodega de las frutas de la costa; en el 6% se encuentran 5 bodegas las mismas que son: granos tiernos, papas, frutos del valle, tomate de árbol y cebolla rama y por ultimo ajo y cebolla; con el 5% se encuentran 6 bodegas mismas que son: la bodega de fruta importada naranjilla, la bodega de papas, la de mora, fresa y envases vacíos, la bodega de cebolla, la bodega de hortalizas y por último la bodega de frutas de la sierra; por ultimo dentro del 1% están las bodegas de: frutas importadas, abarrotes, ajo y cebolla importada, papas, granos y gramíneas, huevos y la bodega de sacos. De esta manera se encuentra distribuido el espacio de comercialización de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del Cantón Ambato como se puede apreciar en la figura anterior.

1.2.2 Análisis Crítico

Gráfico 1.4. Árbol de problemas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Felipe Palacios

El margen de utilidad inadecuado en los productores agropecuarios de la empresa municipal mercado mayorista del cantón Ambato, es provocado por el inadecuado registro contable, por lo tanto esto induce que la rentabilidad de los productores agropecuarios se vea afectada o mermada, es decir que se encuentran sin mayor incentivo y motivación para la producción agropecuaria en la provincia y a nivel nacional, teniendo como efecto el insuficiente dinero para invertir en el proceso de producción.

A demás el inadecuado registro contable de la empresa municipal mercado mayorista del cantón Ambato, se da debido a la capacidad ineficiente para el almacenaje, por lo tanto los productores se verán obligados a mantener niveles de producción y calidad que no son sostenibles, ni si quiera en el corto plazo, puesto que no cuentan con una infraestructura adecuada para el almacenaje de los productos por lo tanto están expuestos a dañarse o descomponerse, pues de esta manera se genera la perdida de la competitividad de los productores agropecuarios del cantón Ambato.

Siguiendo con la serie de trabas e impedimentos que sufre el productor local, se le suma la débil organización de los productores agropecuarios del cantón Ambato impide que los mismos accedan a los grandes beneficios estructurales, técnicos, tecnológicos, de capital a los que acceden los grandes empresarios y/o asociaciones de productores agropecuarios; limitando así sus oportunidades de crecimiento, por lo tanto tenemos como resultado las afectaciones directas al bienestar de los productores agropecuarios como de los consumidores, siendo una de estas el freno de la actividad productiva, por lo tanto provoca escases, desabastecimiento y malestar en la sociedad.

1.2.3 Prognosis

Si no encontramos las posibles soluciones al inadecuado registro contable, se tendrá ineficientes resultados, por lo tanto es importante analizar y mejorar el margen de utilidad de los productores agropecuarios, además se debe desarrollar adecuadas estrategias que permitan a los productores agropecuarios, mantener niveles altos de

competitividad en el mercado local, debido que la agro producción es una de las cadenas productivas más importantes y base de la economía de países en vía de desarrollo, por lo tanto es evidente la necesidad de mejorar toda la cadena de producción y comercialización utilizada en este sector que lamentablemente es uno de los menos organizados y tecnificados, pudiendo clasificar al sector agrario por su nivel de desarrollo en primitivo, de transición o comercial, según (Murcia, 1985) manifiesta que “aunque se nota la existencia de una agricultura comercial en los países considerados como subdesarrollados, es evidente la diferencia entre las organizaciones que se pueden considerar dentro de este grupo y aquellas realmente tecnificadas y organizadas de los países más desarrollados”.

Entre los peores escenarios que se podrían observar, al no realizar cambios profundos en el sistema de producción y comercialización utilizado por los productores agropecuarios, y por lo tanto en el margen de utilidad que perciben los mismos podríamos observar la escases de productos agropecuarios necesarios para el diario vivir de las familias del país, seguidos por incrementos acelerados de los precios de productos básicos, seguido por una ola creciente de comercio informal, siguiendo la secuencia de desastres económicos, se podrá observar una creciente migración, por parte de aquellas personas que anteriormente se dedicaban a la producción agropecuaria, que al no tener otras alternativas de subsistencia, deberán viajar hacia países desarrollados en busca de sueldos sustancialmente elevados comparados al Ecuador, pero teniendo un ambiente laboral inadecuado que irrespeta los derechos de los trabajadores.

Al no proponer alternativas de solución al problema detectado, existirán diversas falencias para los productores agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, debido que seguirán desarrollando sus actividades de manera ineficiente, por lo tanto los productores no contarán con un margen de utilidad, es decir que el proceso de producción y comercialización generara pérdidas y no ganancias.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cómo se relacionan el margen de utilidad y la competitividad de los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato?

1.2.5 Interrogantes

¿El margen de utilidad de los productores agropecuarios del cantón Ambato es significativo?

¿Cuál es el nivel de competitividad de los productores agropecuarios del cantón Ambato?

¿Cómo incrementar el margen de utilidad de los productores agropecuarios del cantón Ambato y potenciar la competitividad de los mismos?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

Campo: Económico

Área: Microeconomía

Aspecto: Márgenes de utilidad y competitividad de productores agropecuarios

Temporal: La presente investigación se efectuará en el año 2015

Espacial: El presente trabajo investigativo se desarrollará en el Cantón Ambato.

Poblacional: Las fuentes primarias de investigación lo constituyen los habitantes de la Provincia de Tungurahua específicamente los productores agropecuarios.

1.3 Justificación

Es de vital interés, realizar la presente investigación, debido que se encuentra enfocado al bienestar y estabilidad del sector agropecuario, puesto que este sector es poco atendido por la sociedad.

Es importante desarrollar el presente trabajo de investigación, puesto que se encuentra orientado al margen de utilidad y competitividad de los productores agropecuarios de la empresa municipal mercado mayorista del Cantón Ambato, debido que el sector productivo agropecuario es un motor principal para el desarrollo económico y social de la provincia y del país, puesto que este sector genera empleo, ingresos y divisas que son de gran beneficio para la población en general, por lo expuesto anteriormente se justifica la realización de la investigación.

El desarrollo del presente proyecto es factible, puesto que el Ecuador se caracteriza por ser un país agropecuario, por su situación geográfica privilegiada, por lo tanto cuenta con tierras fértiles, debido a estas características producen una gran variedad de productos que son expendidos a nivel nacional e internacional, con el propósito de satisfacer los requerimientos de los consumidores, por lo expuesto anteriormente se dice que es uno de los países con mayor potencial en la producción agropecuaria, gran parte de la economía ecuatoriana se sustenta de la producción agropecuaria. (El Diario, 2013)

La ejecución de la investigación es factible puesto que en la actualidad existe apoyo para el sector agropecuario, por lo tanto es necesario realizar la investigación sobre el margen de utilidad y competitividad de los productores agropecuarios de la empresa municipal mercado mayorista del cantón Ambato, con el propósito de obtener los mejores resultados, los mismos que serán de gran beneficio para los productores y consumidores.

“La agricultura constituye la actividad de mayor relevancia en la economía de Tungurahua, pues concentran un 40% de la población económicamente activa en cerca del 50% de las tierras, que son destinadas a labores agropecuarias”. (Telegrafo, 2016).

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Estudiar la relación del margen de utilidad y la competitividad de los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del Cantón Ambato.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar el margen de utilidad de los productores agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del Cantón Ambato.
- Detectar el nivel de competitividad de los productores agropecuarios del cantón Ambato para la formulación de estrategias productivas y de comercialización para el sector agropecuario.
- Evaluar una alternativa de solución que permita mejorar el margen de utilidad y potenciar la competitividad de los productores agropecuarios del cantón Ambato.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

El presente trabajo investigativo tiene como antecedentes el siguiente material bibliográfico:

En el trabajo desarrollado por (Vega Rojano, 2011) con el tema “El control interno y su efecto en el margen de utilidad de la empresa Akabados de la ciudad de Ambato durante al año 2010” de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato concluyó con lo siguiente:

- El 75% de las personas encuestadas manifiestan que un inadecuado sistema de control interno si afecta al margen de utilidad de la empresa.
- El 100% del personal que conforman la empresa Akabados considera que es necesario e importante adoptar medidas de control a nivel de toda la organización ya que se conseguirá ser más competitivos en el mercado.

- Con relación a la evaluación del desempeño el 63% de las personas encuestadas informaron que no se ha realizado evaluaciones de desempeño al personal siendo éste tan importante, puesto que permite analizar la conducta de los mismos, con la finalidad de tomar los correctivos necesarios y poder mejorar constantemente ya que la supervisión es un principio muy importante del control interno.

En la investigación realizada por (Medina Cárdenas, 2011) sobre “Análisis de los gastos operarios y su incidencia en el margen de utilidad del supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el segundo semestre del año 2010” de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, en donde el autor realizó un trabajo de campo usando como técnica la encuesta después de un profundo análisis llegó a las siguientes conclusiones:

- Existen gastos realizados por la empresa durante el segundo semestre del periodo económico 2010, que no poseen el sustento legal de soporte correspondiente, debido a que la mayoría de los gastos no son imputables al giro normal de Superskandinavo Cía. Ltda.
- En Superskandinavo Cía. Ltda. existen gastos que no tienen relación con la actividad del negocio, sobrevalorando la partida contable de gasto sueldos y salarios, puesto que se los realiza por petición del propietario mas no por constancia del documento de soporte de la nómina real de la empresa.
- No existe una herramienta de planificación con la que se pueda canalizar correctamente los gastos de operatividad de la empresa, debido a que se desconoce con una estructura de costos y gasto

En la investigación realizada por (Santacruz Quevedo, 2011), con el tema “Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de

orquídeas” del programa de Maestría en Dirección de Empresas de la Universidad Andina Simón Bolívar, en el cual el autor llegó a las siguientes conclusiones:

- La producción y exportación de plantas y flores de orquídeas es rentable, si se es capaz de una producción a escala, de otra forma no podríamos ser competitivos en el mercado y no pasaríamos de ser aficionados y comercializadores pequeños con producción limitada.
- La especialización en esta industria logra una gran ventaja competitiva; el tener la capacidad de reproducir plantas a gran escala, de crear nuevas especies, de ser una autoridad en el tema, otorga un importante grado de poder dentro del sector.
- Se requiere de una importante inversión, sobre todo si se piensa en una economía de escala para poder ser competitivos y es de difícil salida también por los activos especializados, por los altos costos de conversión o transferencia de la infraestructura y equipos.

Para (Navarrete Chamorro & Bayas Espinosa, 2013) “Análisis de las brechas competitivas de las PYMES de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito Subsector CIIU C25: fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo” de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, las conclusiones relativas a los factores de competitividad son las siguientes:

- Las principales fortalezas de los productos frente a la competitividad nacional son la calidad representada con el 70,21% y precio con el 9,57. El restante porcentaje corresponda a servicio y asistencia técnica, variedad de productos, experiencia.

- Las principales fortalezas de la competencia a nivel nacional son: tecnología representada con el 11,29 por ciento, precios con el 6,45. Sin embargo el 66,13 por ciento indica no conocer cuál es la fortaleza de la competencia.
- El desconocimiento del mercado internacional constituye el principal obstáculo para que las empresas del subsector sean competitivas en el mercado internacional.

En el trabajo investigativo de (Barreiros Carrera, 2012) se habla sobre el “Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa Kawa Motors” de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Central del Ecuador el autor concluyó que:

- En la empresa es necesario implementar el plan estratégico porque contribuirá para lograr una institución que tenga los procesos organizados y sistematizado, de esta manera logrará la competitividad.
- La empresa cuenta con prestigio adquirido a lo largo del tiempo, que ha hecho que muchos clientes la prefieran por la calidad en el servicio que presta, esto es la mayor fortaleza con la que cuenta la empresa en un mercado competitivo.
- A través de este esfuerzo de cambio que se va presentando se podrá ofrecer un mejor servicio al cliente de tal manera que estos se encuentren satisfechos y de esta manera se lograra la fidelidad del cliente y la competitividad.

2.2 Fundamentación filosófica

Para llegar a la solución de un problema existen diversos paradigmas que permite comprender y explicar ciertos aspectos de la realidad. “Un paradigma compone la ciencia para el reconocimiento de la realidad, de los problemas a estudiar, de la

naturaleza de sus métodos y de la forma de interpretar los resultados de la investigación ejecutada” (Mendoza, 2007)

Un paradigma científico es la manera particular de cómo se establece racionalmente un conjunto de teorías, leyes y principios de una disciplina científica y que se traduce en la formulación de los problemas de estudio. Por lo tanto se puede decir un paradigma contribuye el punto de partida de la investigación.

2.3 Fundamentación legal

De acuerdo a la (Constitución Política de la República del Ecuador, 2008), según Registro Oficial (R.O.) 449 publicado el 20 de octubre indica lo siguiente:

Tabla 2.1. Constitución Política de la República del Ecuador

Artículo	Ley
13	Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local.
276	Será objetivo del régimen: Construir un sistema económico, justo, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los medios de producción y generación de trabajo digno y estable.
277	Para la consecución del buen vivir serán deberes del Estado: 1. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo. 2. Generar y ejecutar las políticas públicas y controlar y sancionar su incumplimiento
281	La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas alcancen la

autosuficiencia de alimentos sanos. Para ello será responsabilidad del Estado:

1. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
2. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
3. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
4. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
5. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica, apropiadas para garantizar la soberanía alimentaria.
6. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
7. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.
8. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

Fuente: (Constitución Política de la República del Ecuador, 2008)

Elaborado por: Felipe Palacios

Según la (Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria, 2010) publicada el 27 de diciembre del 2010 según R.O. N° 349

Tabla 2.2. Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria

Artículo	Ley
1	El régimen de la soberanía alimentaria se constituye por el conjunto de normas conexas, destinadas a establecer en forma soberana las políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción suficiente y la comercialización y consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, pequeña y mediana producción campesina.
3	Deberes del Estado: <ol style="list-style-type: none">1. Fomentar la producción sostenible y sustentable de alimentos.2. Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos.
18	Para desarrollar actividades productivas de carácter alimentario, el Estado impulsará la creación de fuentes de financiamiento en condiciones preferenciales para el sector, incentivos de tipo fiscal, productivo y comercial.
21	El Estado creará el Sistema Nacional de Comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores. Los gobiernos autónomos descentralizados proveerán de la infraestructura necesaria para el intercambio y comercialización directa entre pequeños productores y consumidores

23	El Presidente de la República establecerá la política arancelaria que se orientará a la protección del mercado interno, procurando eliminar la importación de alimentos de producción nacional.
-----------	---

Fuente: (Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria, 2010)

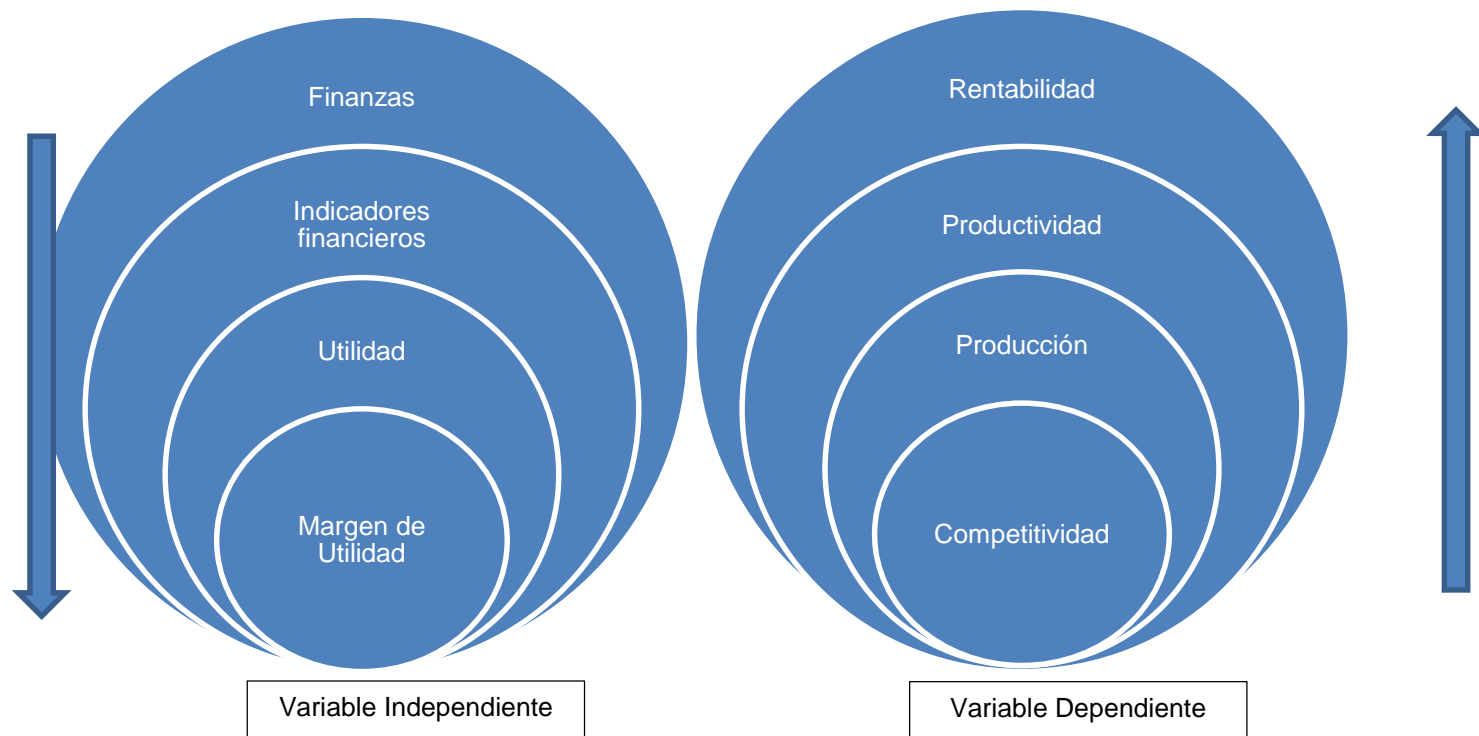
Elaborado por: Felipe Palacios

Según la (SENPLADES, 2013) informa que el plan del buen vivir es un instrumento creado por el Gobierno para articular las políticas públicas y contiene 12 objetivos organizados en tres ejes: 1) cambio en las relaciones de poder para la construcción del poder popular; 2) derechos, libertades y capacidades para el Buen Vivir; y 3) transformación económica-productiva a partir del cambio de la matriz productiva.

El impulso la transformación de la matriz productiva, mencionada en el décimo objetivo, se refiere a la conformación de nuevas industrias y sectores con alta productividad y competitividad, que sean “sostenibles, sustentables y con visión de inclusión económica en los encadenamientos que generen” (SENPLADES, 2013)

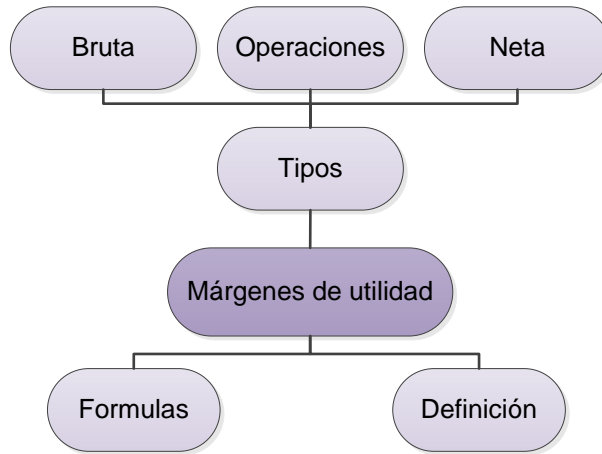
2.4 Categorías fundamentales

Gráfico 2.1. Categorías fundamentales



Fuente: Investigación
Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 2.2. Variable independiente



Fuente: Investigación
Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 2.3. Variable dependiente



Fuente: Investigación
Elaborado por: Felipe Palacios

2.4.1 Marco conceptual variable independiente

Finanzas

“Las finanzas se conforman por diversas actividades que se encuentran encaminadas a lograr el mejor aprovechamiento del capital, así como para encontrar las fuentes más propicias para obtenerlo”. (Ramirez & Osorio, 2010, pág. 63)

“Las finanzas se refieren a todas las actividades que se relacionan con el manejo del capital, por lo tanto las finanzas son parte de la economía puesto que tiene que ver las distintas maneras de administrar el dinero”. (Massons, 2014, pág. 13)

“Las finanzas es la administración de recursos financieros, los mismos que se centra en la inversión y obtención del capital de una empresa”. (Araneda, 2000, pág. 65)

Por lo expuesto anteriormente se puede decir que debido a la mala administración de las finanzas muchas empresas han fracasado por no haber equilibrado la oportunidad de inversión del capital, todas las empresas aun las más pequeñas requieren de una inversión, por lo tanto es importante que las inversiones debe corresponder a un punto razonable de equilibrio, pero al exceder produce un costo adicional de operación para el empresario.

Indicadores financieros

Los indicadores financieros miden los resultados de decisiones que se tomaron en el pasado pero que no son capaces de proyectar hacia el futuro el rendimiento de la empresa, por lo tanto no asegura el mantenimiento de ventajas competitivas que se produce por el mantenimiento de la empresa. (Arjona Torres, 2005, pág. 109)

“Los indicadores financieros analizan el estado actual de la empresa, los mismos que se calcula con la información que emiten los estados financieros”. (Cabrera & Gutiérrez, Principales indicadores financieros , 2005, pág. 51)

“Los indicadores financieros se utiliza para exponer las relaciones entre las diferentes cuentas de los estados financieros, para los inversionistas le sirve para predecir el futuro de la empresa”. (Cabrera & Gutiérrez, 2005, pág. 11)

Por lo expuesto anteriormente se dice que los indicadores financieros ayudan a analizar el estado actual de la empresa, es decir permite conocer el rendimiento económico a través de los estados financieros.

Utilidad

“La utilidad es un valor que se asocia con la ganancia que se consigue a partir de una inversión, es decir es el retorno de la inversión realizada por la empresa”. (Bunge, 2005, pág. 214)

En el ámbito de la contabilidad, la utilidad se la puede entender como el beneficio o ganancia producida en un periodo de tiempo por una empresa o negocio, obteniéndose está a través de la diferencia entre los ingresos y gastos generados en dicho periodo. (Fernández Espinoza, 2007, pág. 63)

La utilidad a su vez se puede clasificar en dos principales tipos: Utilidad Bruta y Neta, siendo la utilidad bruta la diferencia entre el total de ventas en efectivo de uno o varios artículos y el costo total de o los artículos producidos en un periodo específico de tiempo. La utilidad neta por otro lado es aquella que finalmente será distribuida entre los diferentes socios o accionistas de la empresa, esta utilidad es el resultante de la resta y suma de la utilidad operacional, gastos e ingresos no operacionales, impuestos y la reserva legal. (Verjano, 2000, pág. 101)

Con lo referente al párrafo anterior se puede demostrar a la utilidad mediante el siguiente ejemplo: Una persona invierte 300 dólares en la compra de un determinado producto y al revenderlo obtiene 400 dólares, por lo tanto ha conseguido 100 dólares de utilidad.

Márgenes de utilidad

El margen de utilidad es el resultado de una serie de operaciones en el área financiera y contable el cual mide en unidades porcentuales, la proporción de varios números de ganancias sobre las ventas, dando a conocer que también mantiene la empresa sus ganancias como utilidades, es decir medimos el porcentaje de cada dólar de utilidad que realmente la empresa retiene como ganancia. (Horngren, 2006, pág. 32)

El margen de utilidad se puede decir que es un ingreso neto, al cancelar todos los gastos de un periodo contable, si el número es positivo la empresa genera utilidades y si en número es negativo la empresa no genera utilidades. (Rouco Ibañez & Martínez Teruel, 2002)

Por lo expuesto en los párrafos anteriores se puede decir que el margen de utilidad es la consecuencia de varias actividades económicas, por lo tanto permite determinar el rendimiento de las transacciones de la empresa.

Tipos de márgenes de utilidad

Márgenes de utilidad Bruta

Según (Gitman, 2005) “El margen de utilidad bruta es una medida financiera, que establece el porcentaje de cada dólar de ventas que cuenta la empresa luego de eliminar el costo de los productos vendidos a partir de las cifras de ingresos”, mientras mayor sea este margen de utilidad, mejor para la empresa.

Se obtiene restando ventas menos el costo de dichas ventas y este resultado a su vez se lo divide para ventas.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Ventas netas} - \text{costos de ventas}}{\text{Ventas netas}} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

Este es el primer rubro relevante en el estado financiero que realice la empresa.

Margen de Utilidad de Operaciones

Conocido como margen de utilidad de operaciones o margen de utilidad operativa, que se utiliza para medir el éxito de la empresa, también es conocido como la EBIT que significa en inglés ingresos antes de intereses e impuestos. De acuerdo con (Gitman, 2005) “Determina el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de cubrir los costos y gastos que no son intereses, incluyendo los impuestos”, dicho porcentaje representa una utilidad pura ganada por cada dólar de venta.

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

Margen de Utilidad Neta

El margen de utilidad neta es una proporción de utilidad que muestra que tan eficientemente una empresa u organización puede convertir ventas en ganancias netas. Según (Gitman, 2005) “El margen de utilidad neta mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda luego de pagar los gastos e impuestos.”

Se obtiene dividiendo las utilidades disponibles para los accionistas comunes para las ventas.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidades disponibles para accionistas}}{\text{Ventas netas}}$$

2.4.2 Marco conceptual variable dependiente

Rentabilidad

“La rentabilidad es una expresión económica de la productividad que se encuentra relacionada los costos con los ingresos, por lo tanto se puede decir que es la productividad del capital invertido”. (Mompín Poblet, 2000, pág. 37)

“La rentabilidad es considerado como un vínculo que existe entre el lucro económico, por lo tanto se puede decir que es el rendimiento obtenido por la inversión que realiza una empresa y encuentra asociado con la inversión financiera”. (Brun & Moreno, 2008, pág. 143)

La rentabilidad de una inversión puede provenir de varias fuentes, como la fuente más común tenemos el pago periódico de dividendos o intereses, mientras que la otra fuente es la apreciación en valor, la rentabilidad que se obtiene por la venta producto a un precio superior al original de compra. (Gitman, 2005, pág. 90)

Se considera rentable una empresa cuando el valor de las transacciones es mayor a la inversión y si la empresa tiene una cantidad menor en relación a la inversión se puede decir que la organización no tiene rentabilidad.

Productividad

“La productividad es una medida de la eficiencia económica, por lo tanto es la relación que existe entre la producción y el uso de los recursos humanos, materiales y

financieros, con la finalidad de cumplir con los objetivos institucionales.” (Rodríguez Combeller, 2002, pág. 26)

“La productividad es aquel vínculo que existe entre lo producido y los medios utilizados en la producción, es importante saber que se encuentra asociada con la eficiencia y el tiempo, al invertir menos tiempo mayor será la productividad.” (Garrillo Luque, 2006, pág. 179)

La productividad depende del empleo de la tecnología y del capital humano, por lo tanto en los países industrializados pueden producir mayor cantidad de bienes gracias a la utilización de maquinaria que maximiza los procesos. A mayor productividad se genera mayor capacidad de producción a menores costos y se podrá bajar los precios. (Deming, 1989, pág. 216)

La productividad se puede representar de la siguiente manera:

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Productos obtenidos}}{\text{Insumos invertidos}}$$

Por lo expuesto anteriormente se puede decir que una empresa productiva es aquella que logra generar dinero, por lo tanto se relaciona entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

Producción

“La economía de un país se sostiene a través del sistema de producción de las personas, los mismos que son los encargados de crear bienes y servicios que son consumidos por las personas.” (Rosales Obando, 2010, pág. 61)

“La producción es la actividad, mediante la cual las personas actúan sobre la naturaleza, en la cual se modifica para adaptar a las necesidades, es decir es el proceso mediante el cual se transforma materiales en productos, por lo tanto se encuentra vinculado con la obtención de bienes tangibles u objetos”. (Garrillo Luque, 2006, pág. 179)

La producción es el proceso de fabricar o elaborar productos, por se lo considera como la principal actividad del sistema económico el mismo que está organizado para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades. (Juran & Gryna, 2005, pág. 267)

Por lo expuesto anteriormente se puede decir que la producción es un proceso complejo, que requiere de varios factores como: tierra, trabajo y capital, el primer aspecto es el factor productivo que se refiere a los recursos naturales, mientras que el segundo se refiere al esfuerzo humano y por último el tercero es el factor que se deriva de los dos, también sirve para incrementar la producción.

Competitividad

“La competitividad es la capacidad de una empresa para producir bienes y servicios con la finalidad de ser rentables en las actividades productivas en los mercados competitivos”. (Martínez J. , 2006, pág. 52)

“La competitividad se refiere a la capacidad que una empresa tiene para obtener rentabilidad un mercado competitivo, por lo tanto depende de la relación entre el valor, la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo.” (Fernandez, Montes, & Vazquea, 2010)

Para la aplicación del término competitividad es necesario tener en cuenta la eficiencia, eficacia y efectividad, eficiencia en la administración de los recursos, eficacia en el logro de los objetivos y efectividad en la combinación de ambos para lograr la satisfacción de los clientes, empleados y accionistas. (Deming, 1989, pág. 120)

Una empresa se considera competitiva en el mercado si produce más con costos mínimos, por lo tanto tendrá un incremento notable en la rentabilidad, por lo tanto la empresa tendrá éxito, además para que una empresa sea competente en el mercado debe empelar cambios en el aspecto tecnológico, productivo y organizacional.

Competitividad sistémica

Según (Trejo Medina, 2013, pág. 81) la competitividad sistémica tiene cuatro niveles que se detalla a continuación:

- **Nivel meta:** contiene la capacidad de agentes a nivel local, regional, nacional, supra nacional que permite generar condiciones favorables para el desarrollo industrial.
- **Nivel macro:** se tiene las condiciones nacionales y supranacionales que conforma las oportunidades de desarrollo regional y local, por lo tanto el gobierno local o municipal no tiene voz en la decisión sobre aspectos mayores como es el comercio internacional o políticas gubernamentales.
- **Nivel meso:** promueve el desarrollo de las nuevas tecnologías el cual cuenta con el apoyo de los municipios.
- **Nivel micro:** las se encuentran integradas a cadenas de valores globales o regionales.

Niveles de competitividad

Según (Bets, Michael, 2013, pág. 81) manifiesta que la competitividad cuenta con tres niveles que son:

Competitividad estructural

Se refiere a la capacidad de una economía que aumenta la participación en el mercado y a su vez incrementa el nivel de vida de la población, siendo un país estructuralmente competitivo.

Competitividad sectorial

Se define como la capacidad de los sectores económicos que genera bases con el propósito de crear y desarrollar ventajas que mantengan la competitividad internacional, ofreciendo potencial de crecimiento.

Competitividad empresarial

Es la capacidad de proyectar, producir y comercializar productos superiores a los ofrecidos, debido a la competencia del precio y de la calidad.

2.5 Hipótesis

El margen de utilidad incide en la competitividad de los productores agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

2.6 Señalamiento de variables

- **Variable independiente:** Margen de utilidad
- **Variable dependiente:** La competitividad de los productores

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque

Los métodos mixtos han recibido varias denominaciones, pero en realidad es un enfoque que en la práctica se utilizaba en el trabajo arqueológico y criminalística desde las primeras décadas del siglo XX, ya que la labor investigativa se basaba en datos cuantitativos y datos cualitativos. Por lo tanto los métodos mixtos son procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación o metodología con la cual el investigador o la investigadora recolectan, analiza y mezcla datos cualitativos y cuantitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernandez Smpieri, 2010, pág. 29)

El enfoque de la presente investigación será mixto. Haciéndose mayor énfasis en la parte cualitativa y en menor proporción en la parte cuantitativa.

Investigación cualitativa

Es una técnica que consiste en entrevistas de profundidad, las mismas que son administradas por un entrevistador capacitado para que analice los resultados obtenidos en la entrevista. (Laza Kanuk, 2010, pág. 27)

Cualitativa debido a que la presente investigación necesita de la perspectiva e interpretación que hace el autor de la realidad, así como del contexto social.

Investigación cuantitativa

“Es de índole descriptiva que se utiliza para comprender los efectos de diversos insumos promocionales en el consumidor y así se puede determinar el comportamiento del consumidor, además este tipo de investigación se conoce como positivismo”. (Laza Kanuk, 2010, pág. 29) .

Cuantitativa ya que en la investigación se planea recolectar datos históricos y actuales sobre las encuestas y los rubros manejados en la producción agrícola para su posterior análisis financiero y estadístico.

3.2 Modalidad básica de la investigación

Existen varias modalidades para la investigación, siendo las más básicas y utilizadas: de campo y bibliográfica.

3.2.1 Investigación de campo

“La investigación de campo, es aquella que se aplica para resolver y comprender un determinado problema, al hablar de la investigación de campo, nos referimos a estudios científicos, no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables”. (Martínez J. , 2006)

Este tipo de investigación se apoya en información que proviene de técnicas como la encuesta, entrevista, cuestionarios y observaciones. Esta técnica permite obtener información directamente de los involucrados.

Por lo tanto la modalidad de investigación que se utilizará será la de campo ya que permitirá realizar un estudio metódico de los hechos que afectan la competitividad de los productores agropecuarios, para lo que se aplicará una encuesta dirigida a los mismos, con el propósito de obtener información primaria que sustente el problema de investigación.

3.2.2 Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica se realiza apoyándose en fuentes de información de carácter secundario, es decir documental, como primera instancia se fundamenta en la consulta de libros, luego se basa en artículos o ensayos de revistas y periódicos y por último se fundamenta en documentos de archivos.

“La investigación bibliográfica consiste en realizar un análisis teórico y conceptual, sobre el material registrado, ya se de libros, investigaciones anteriores, documentos legales entre otros”. (Martínez E. , 2006)

La investigación bibliográfica, requiere compilar información para sustentar el presente estudio, a través de fuentes secundarias como libros, periódicos, entre otros.

3.3 Nivel o tipo de investigación

Existen diversos tipos o niveles de investigación como son la: exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa.

3.3.1 Investigación exploratoria

“La investigación exploratoria es la etapa inicial en la investigación general, por ejemplo las hipótesis establecidas mediante el empleo de la investigación exploratoria se debe probar de forma estadística a través de la utilización de la investigación descriptiva”. (Naresh, 2004, pág. 86)

El objetivo principal de la investigación exploratoria es conseguir una perspectiva general de un problema o situación, además se identifican las variables que intervienen y sus relaciones y se caracteriza por ser más flexible, amplia y dispersa en su metodología.

3.3.2 Investigación descriptiva

“La investigación descriptiva se refiere a la descripción, análisis e interpretación de la actualidad, este aspecto se realiza sobre las conclusiones dominantes, este tipo de investigación trabaja sobre las realidades del hecho”. (Tamayo, 2004, pág. 46)

La investigación descriptiva permite describir situaciones, fenómenos o eventos que interesan, midiéndolos y evidenciando sus características, por lo tanto se dice que busca especificar las características y perfiles de cualquier fenómeno que se someta a estudio, este tipo de investigación requiere de un considerable conocimiento del área que se investiga para poder formular las preguntas específicas.

3.3.3 Investigación correlacional

“La investigación correlacional, pretenden relacionar dos o más conceptos, variables o categorías, su finalidad es determinar el grado de relación que existe entre dos variables”. (García Avendaño, 2006, pág. 31)

Una correlación entre dos o más variables no implica una relación causal entre ellos, es decir sólo significa que dichos valores están relacionados ya sea de forma positiva o negativa y una relación causal implica necesariamente que un evento es consecuencia de otro que le antecede y que sin este el último no se presentará.

3.3.4 Investigación explicativa

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos, a través de establecimiento de causa-efecto, además puede determinar las causas, este tipo de investigación es el más profundo nivel ya que pretende determinar las relaciones causales que permitan explicar los fenómenos o la relación entre dos o más variables. (García Avendaño, 2006, pág. 32)

Esta investigación va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, está dirigida a indagar las causas de los problemas o situaciones objeto de estudio, el objetivo principal es conseguir una perspectiva general sobre la incidencia del margen de utilidad y la competitividad del sector agropecuario.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población es un conjunto de elementos acotados en el tiempo y espacio determinado, con una característica medible. (Di Rienzo, Casanoves, & Gonzalez, 2010, pág. 2)

Tabla 3.1. Población

Espacios para comercialización	2108
Arrendatarios catastrados	1811

Fuente: Mercado Mayorista

Elaborado por: Felipe Palacios

Como podemos observar en la tabla anterior el número de la población es de 1.811 puestos.

3.4.2 Muestra

“La muestra es un subconjunto de los elementos de una población”. (Di Rienzo, Casanoves, & Gonzalez, 2010, pág. 3)

Para determinar la muestra de la presente investigación se aplica la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{z^2 pq + Ne^2}$$

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- Z = Nivel de Confianza (95%)
- p = Probabilidad de éxito
- q = Probabilidad de fracaso
- e = Error de muestreo 5%
- N = Tamaño de la población total

Procedimiento:

$$Z = 1,96$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,05$$

$$N = 1.811$$

$$n = \frac{z^2 pqN}{z^2 pq + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(1.811)}{(1.811)^2(0,5)(0,5) + (1.811)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1.739,28}{5,49}$$

$$n = 317$$

El tamaño de la muestra es de 317 productores del Mercado Mayorista.

3.5 Operacionalización de variables

Tabla 3.2. Variable independiente: Margen de utilidad

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e instrumentos
El margen de utilidad es la rentabilidad de una empresa luego de cancelar los impuestos, el mismo que se calcula de la siguiente manera las utilidades netas dividiendo para el total de ingresos.	<p>Empresa</p> <p>Ingresos</p> <p>Egresos</p> <p>Contabilidad</p>	<p>Agropecuario</p> <p>Utilidad</p> <p>Ventas</p> <p>Precio</p> <p>Costos</p> <p>Gastos</p> <p>Plan contable</p> <p>Análisis financiero</p>	<p>¿El sector agropecuario aporta a la economía del país?</p> <p>¿La utilidad por la venta de los productos agropecuarios es?</p> <p>¿Registra la venta de sus productos?</p> <p>¿Usted conoce los costos exactos de su producción?</p> <p>¿De manera general los ingresos superan a los gastos incurridos en el proceso de producción?</p> <p>¿Considera importante crear un plan contable y operativo para que los productores realicen adecuadamente las actividades económicas?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p>

Elaborado por: Felipe Palacios

Tabla 3.3. Variable dependiente: Competitividad

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e instrumentos
La competitividad es la capacidad que tiene una empresa para poder fabricar bienes o servicios, los mismos que se ofertaran el mercado en medio de la competencia para la satisfacción de los consumidores.	Identificar necesidades Oferta Satisfacción Diferenciación	Primaria Mercado Consumidores Calidad Infraestructura Almacenaje Capacitación	¿El sector agropecuario satisface las necesidades primarias de los consumidores? ¿En qué mercados se vende su producción? ¿Considera usted que los consumidores se encuentran satisfechos con los productos que usted oferta? ¿Qué nivel de calidad tienen los productos que usted oferta? ¿Posee infraestructura y procesos adecuados para la recolección de los productos? ¿Tiene un lugar adecuado para el almacenaje de los productos? ¿Usted recibe capacitación sobre el aspecto agropecuario?	Encuesta Cuestionario

Elaborado

por:

Felipe

Palacios

3.6 Recolección de información

3.6.1 Plan de recolección de la información

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación planteados, de acuerdo con el enfoque seleccionado. Para eso se responden las siguientes preguntas:

- **¿Para qué?** La recolección de la información permitirá cumplir con el objetivo general de la investigación el cual es: “Determinar la relacionan del margen de utilidad y la competitividad de los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato”
- **¿De qué personas u objetos?** Los objetos que serán investigados son los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
- **¿Sobre qué aspectos?** Los temas que serán parte de la recolección de la información tienen que ver con el margen de utilidad y la competitividad de los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
- **¿Quién o quiénes?** El responsable de la obtención de la información será el investigador que planteó el tema.
- **¿A quiénes?** La encuesta estará dirigida a los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
- **¿Cuándo?** El desarrollo del trabajo de campo se lo procederá a realizar en el mes de diciembre del 2015.
- **¿Dónde?** El trabajo de campo se lo llevará a cabo en la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
- **¿Cuántas veces?** El trabajo se lo realizará por una sola vez, ya que se trata de una investigación de carácter transversal.

- **¿Cómo?** La técnica que se utilizará es la encuesta, puesto que esta permite obtener la información directamente de los involucrados. Para (Pérez Rodríguez & Arratia García, 2009, pág. 193) “La encuesta es un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra respectivamente, esta es una de las técnicas más utilizada y permite obtener información de casi cualquier tipo de población”.
- **¿Con qué?** Como instrumento para aplicar la encuesta como técnica de recolección de información se elaborará un cuestionario que tendrá como característica principal el de contener únicamente preguntas cerradas.

3.7 Procesamiento y análisis de información

3.7.1 Plan de procesamiento de la información

Para el procesamiento de los datos se analizan tres criterios:

- **Revisión crítica de la información recogida.** Es decir exclusión de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente.
- **Repetición de la recolección.** En algunos casos individuales para corregir fallas en las respuestas.
- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis.** Aquí se presentan los ejemplos de tablas a ser utilizadas para la cuantificación de los resultados obtenidos.
- Una presentación adecuada y clara de los resultados de un trabajo de investigación contribuye a la difusión de los mismos. Existen tres procedimientos para la presentación de los datos, estos son:
 - **Presentación escrita.** Consiste en incorporar en forma de textos los datos estadísticos recopilados.
 - **Presentación tabular.** Esta forma de representación consiste en ordenar los datos numéricos en filas y columnas. En este caso se recurre a los cuadros y las

tablas, mediante las cuales la información susceptible de expresión numérica aparece en forma concreta, breve, ordenada y fácil de examinar.

- **Representación gráfica.** El método gráfico representa en forma más atractiva y expresiva los datos compilados. Aunque desde el punto de vista técnico no se lo considera como un modo riguroso de representación estadística.

Para el procesamiento de la información se utilizará el software llamado Excel ya que este ofrece una amplia gama de fórmulas para el procesamiento los datos y la detección de posibles errores en la codificación de las variables.

3.7.2 Plan de análisis e interpretación de resultados

Los criterios a considerar para el análisis e interpretación de los resultados son:

- a) Análisis de Resultados Estadísticos.** Aquí se destacan las tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos y la hipótesis.
- b) Interpretación de Resultados.** Esto se lo hará en base al marco teórico en los aspectos considerados pertinentes.
- c) Comprobación de Hipótesis.** Para la comprobación de hipótesis es recomendable utilizar la prueba Chi-cuadrado (X^2) que permite determinar si el conjunto de frecuencias observadas se ajusta a un conjunto de frecuencias esperadas.
- d) Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.** Las conclusiones se derivan del cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación. Las recomendaciones se derivan de las conclusiones establecidas.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación

El análisis e interpretación de resultados se realizó con la finalidad de determinar la realidad cuantitativa de la investigación.

Encuesta dirigida a los productores del Mercado Mayorista de Ambato

1. ¿El sector agropecuario aporta a la economía del país?

Tabla 4.1. Sector agropecuario

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	181	57%
Posiblemente si	83	26%
Indeciso	37	12%
Posiblemente no	11	3%
Definitivamente no	5	2%
TOTAL	317	100%

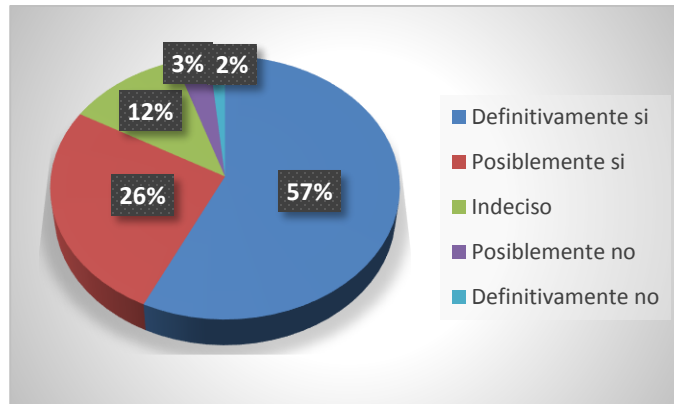
Fuente: Encuesta
Elaborado

por:

Felipe

Palacios

Gráfico 4.1. Sector agropecuario



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En el estudio realizado el 57% respondió que el sector agropecuario definitivamente si aporta a la economía del país, mientras que el 26% informaron que el sector agropecuario posiblemente si aporta a la economía, el 12% se encuentra indeciso con respecto a esta pregunta, el 3% considera que el sector agropecuario posiblemente no aporta a la economía del país y por último el 2% respondió que el sector agropecuario definitivamente no aporta a la economía del país.

La mayoría de las personas encuestadas informan que el sector agropecuario definitivamente si aporta a la economía del país, puesto que este sector es la base para el desarrollo del país, además gran parte de la economía ecuatoriana se sustenta en la producción agropecuaria y agroindustrial, debido que estas actividades generan fuentes de empleo.

2. ¿La utilidad por la venta de los productos agropecuarios es?

Tabla 4.2. Utilidad

ALTERNATIVAS	TOTAL
Mediana	2.000,00
Media	2.796,27
Moda	1.000,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

Mediante la aplicación de cálculos estadísticos se determinó los siguientes indicadores: mediana es el valor que ocupa el lugar central en la base de datos, siendo este el valor de 2.000,00 dólares, mientras que la media es la suma de todos los datos la misma que se divide para el total de datos siendo este valor 2.796,27 y la moda es el valor que tiene mayor frecuencia absoluta resultando ser 1.000,00 dólares.

3. ¿Registra la venta de sus productos?

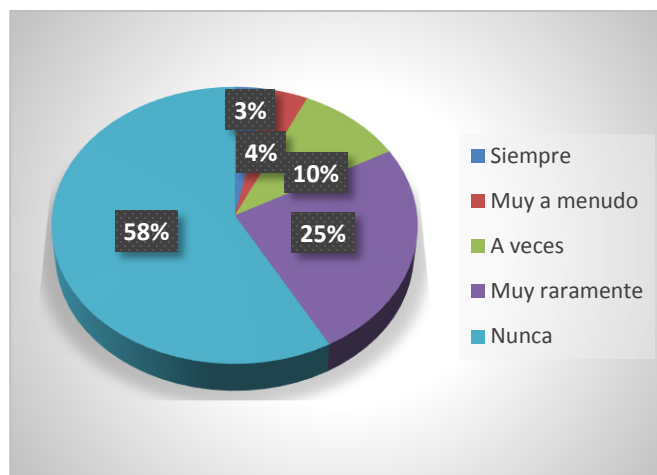
Tabla 4.3. Venta

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Siempre	10	3%
Muy a menudo	12	4%
A veces	32	10%
Muy raramente	79	25%
Nunca	184	58%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.2. Venta



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En las encuestas realizadas a los productores del Mercado Mayorista el 3% respondió que siempre registra la venta de sus productos, mientras que el 4% indicó que muy a menudo registra la venta de sus productos, el 10% informó que a veces registra la venta de sus productos, el 25% dijo que muy raramente registra la venta de sus productos y el 58% manifestó que nunca registra la venta de sus productos.

Se observa que la gran mayoría de personas encuestadas, nunca registran las ventas de sus productos, puesto que los productores realizan de manera empírica sus actividades económicas, es decir la mayoría de los mismos no conocen de la contabilidad, por lo tanto no registran las transacciones que se realizan en el proceso económico.

4. ¿Su ingreso total por la venta de los productos agropecuarios es?

Tabla 4.4. Ingreso total

ALTERNATIVAS	TOTAL
Mediana	6.600
Media	9.153
Moda	4.000

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

La aplicación de cálculos estadísticos determinó los siguientes indicadores: mediana es el valor central en un conjunto de datos, siendo este el valor de 6.600 dólares, mientras que la media es la suma de todos los datos y la división para el total de datos siendo este valor 9.153 y la moda es el valor que tiene mayor frecuencia absoluta resultando ser 4.000 dólares.

5. ¿Se encuentra satisfecho con el margen de utilidad percibido por su actividad productiva?

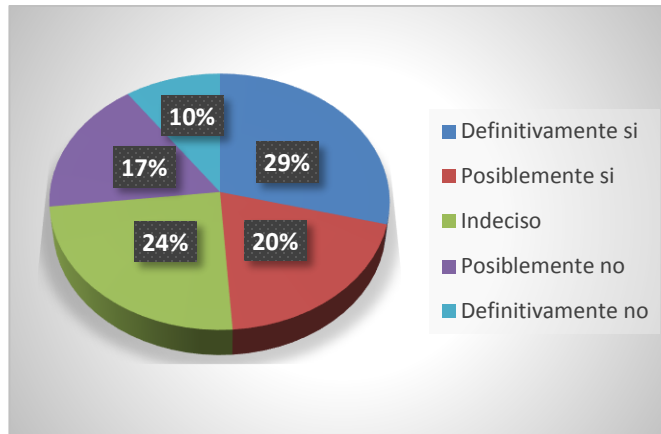
Tabla 4.5. Margen de utilidad

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	92	29%
Posiblemente si	63	20%
Indeciso	77	24%
Posiblemente no	54	17%
Definitivamente no	31	10%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.3. Margen de utilidad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En el estudio ejecutado se determinó que el 29% de las personas encuestadas definitivamente si se encuentran satisfechos con el margen de utilidad percibido por su actividad productiva, mientras que el 20% informan que posiblemente si se encuentra satisfecho con el margen de utilidad que percibe, el 24% están indecisos con respecto al margen de utilidad, el 17% respondió que posiblemente no se encuentran satisfechos con el margen de utilidad que percibe y por último el 10% de las personas encuestadas informaron que definitivamente no están satisfechos con el margen de utilidad percibido por su actividad productiva.

La mayor parte de las personas investigadas informaron que definitivamente si se encuentran satisfechos con el margen de utilidad percibida por su actividad productiva, por ello siguen laborando en el Mercado Mayorista.

6. ¿Usted conoce los costos exactos de su producción?

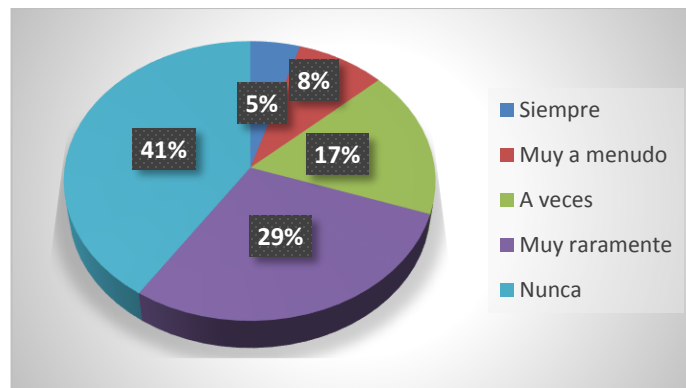
Tabla 4.6. Costos exactos

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Siempre	15	5%
Muy a menudo	27	8%
A veces	54	17%
Muy raramente	92	29%
Nunca	129	41%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.4. Costos exactos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En el estudio ejecutado se determinó que el 5% de las personas encuestadas siempre conocen los costos exactos de su producción, mientras que el 8% informan que muy a menudo conocen los costos exactos de la producción, el 17% respondió que a veces conocen los costos exactos de su producción, mientras que el 29% respondió muy raramente conoce los costos exactos de su producción y por último el 41% de las personas encuestadas informaron que nunca conocen los costos exactos de su producción.

La mayor parte de las personas investigadas informaron que nunca conocen los costos exactos de la producción, puesto que los productores no emplean parámetros administrativos y contables, los mismos que permitirán conocer y administrar adecuadamente el proceso productivo de los productores del Mercado Mayorista.

7. ¿De manera general los ingresos superan a los gastos incurridos en el proceso de producción?

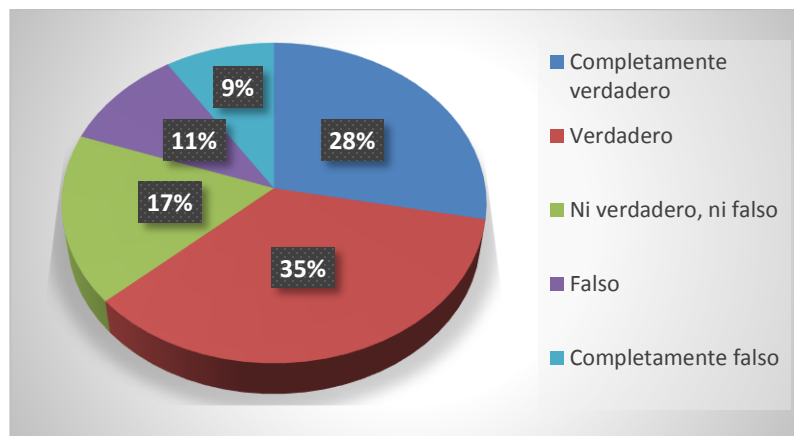
Tabla 4.7. Ingresos

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Completamente verdadero	89	28%
Verdadero	112	35%
Ni verdadero, ni falso	54	17%
Falso	33	11%
Completamente falso	29	9%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.5. Ingresos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

El 28% de los productores encuestados informaron que es completamente verdadero que los ingresos superan a los gastos incurridos en el proceso de producción, el 35% indica que es verdadero que lo ingresos superan a los gastos, el 17% eligió la alternativa de ni verdadero, ni falso y el 9% indico que es completamente falso que los ingresos superan los gastos incurridos en el proceso de producción.

En el mercado mayorista un gran porcentaje respondió que es verdad que los ingresos superan a los gastos incurridos en el proceso de producción, por lo tanto los productores obtendrán una rentabilidad, al momento de vender los productos.

8. ¿Usted lleva la contabilidad de su producción?

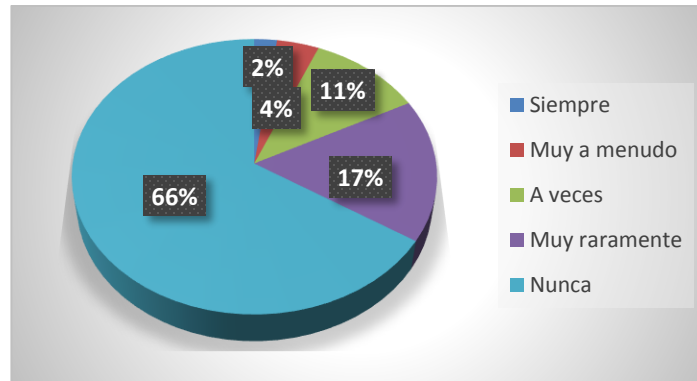
Tabla 4.8. Contabilidad

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Siempre	7	2%
Muy a menudo	13	4%
A veces	35	11%
Muy raramente	53	17%
Nunca	209	66%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.6. Contabilidad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En el estudio realizado el 2% de las personas siempre llevan contabilidad, el 4% muy a menudo llevan contabilidad, el 11% de las personas encuestadas informaron que a veces llevan contabilidad de su producción, el 17% respondió que muy raramente lleva contabilidad y por último el 66% dijo que nunca lleva la contabilidad de su producción.

La mayoría de los productores encuestados informan que nunca llevan contabilidad de las transacciones, debido a que no se encuentran capacitados en el ámbito de la contabilidad y administración por lo tanto las actividades económicas se realizan de manera empírica.

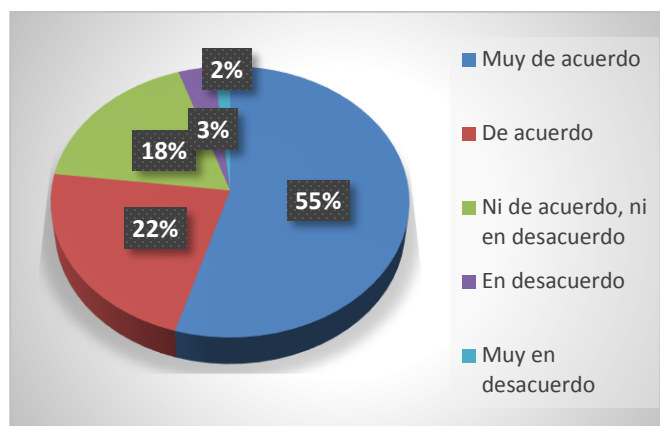
9. ¿Usted considera que un análisis financiero es necesario?

Tabla 4.9. Análisis financiero

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	173	55%
De acuerdo	71	22%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	57	18%
En desacuerdo	11	3%
Muy en desacuerdo	5	2%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.7. Análisis financiero



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

De las 317 personas encuestadas, el 55% están muy de acuerdo que es necesario un análisis financiero, mientras que el 22% indicó que están de acuerdo que es necesario un análisis financiero, el 18% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a la pregunta, el 3% de las personas están en desacuerdo que es necesario un análisis financiero y el 2% se encuentran muy en desacuerdo de que es necesario un análisis financiero.

Un gran porcentaje de las personas están muy de acuerdo que un análisis financiero es necesario en el ámbito agropecuario, puesto que es un conjunto de técnicas que se emplean para diagnosticar la situación del proceso productivo, además ayuda a tomar las mejores decisiones.

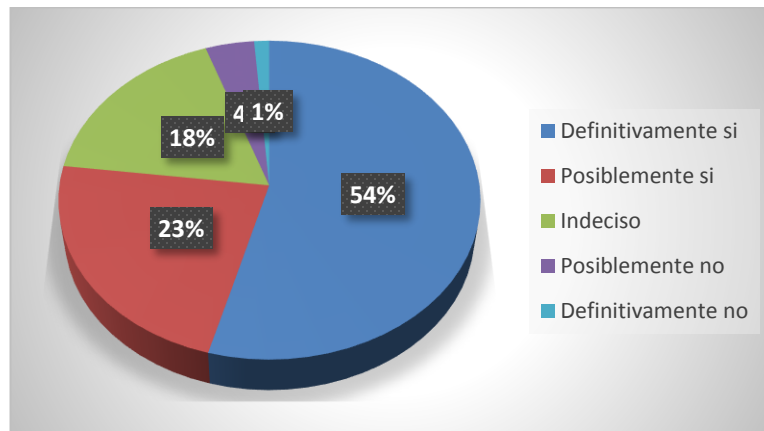
10. ¿El precio de los productos que oferta es competitivo frente a sus competidores en el mercado?

Tabla 4.10. Competitivo

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	172	54%
Posiblemente si	72	23%
Indeciso	56	18%
Posiblemente no	13	4%
Definitivamente no	4	1%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.8. Competitivo



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

Del 100% de los productores encuetados el 35% respondió que el precio que oferta definitivamente si es competitivo frente a sus competidores en el mercado, mientras que el 29% dijo que el precio posiblemente si es competitivo frente a sus competidores, el 21% se encuentra indeciso con respecto a la pregunta, el 9% respondió que el precio posiblemente no es competitivo y por último el 6% indico que el precio definitivamente no es competitivo frente a sus competidores.

Una gran mayoría de los productores informaron que el precio de los productos definitivamente si son competitivos frente sus competidores, por lo tanto los consumidores eligen sus productos, los mismos que satisfacen las necesidades de los consumidores.

11. ¿Considera importante crear una guía o plan que le ayude a manejar de mejor manera todos los costos, gastos e ingresos en los que incurre en su actividad productiva?

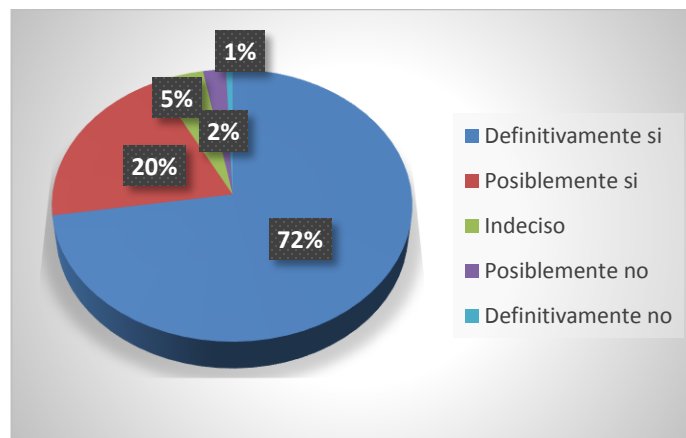
Tabla 4.11. Guía o plan

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	230	72%
Posiblemente si	63	20%
Indeciso	15	5%
Posiblemente no	7	2%
Definitivamente no	2	1%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.9. Guía o plan



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En la encuesta realizada el 72% de las personas encuestadas definitivamente si considera importante crear una guía o plan que le ayude a manejar de mejor manera todos los costos, gastos e ingresos de la actividad productiva, mientras que el 20% posiblemente si consideran importante la creación de una guía o plan, el 5% se encuentra indeciso con respecto a esta pregunta, el 2% dijo que posiblemente no considera importante crear una guía o un plan y el 1% definitivamente no considera importante crear una guía.

Se observa que la mayoría de las personas encuestadas definitivamente si consideran importante crear una guía o plan, el mismo que ayudará a mejorar la administración de los costos, gastos e ingresos del proceso productivo, con la finalidad de mejorar el sector agropecuario.

12. ¿El sector agropecuario satisface las necesidades primarias de los consumidores?

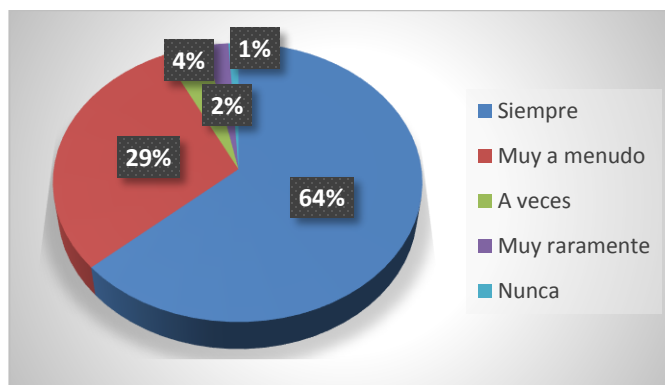
Tabla 4.12. Satisface las necesidades

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Siempre	201	64%
Muy a menudo	93	29%
A veces	13	4%
Muy raramente	7	2%
Nunca	3	1%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.10. Satisface las necesidades



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

Del 100% de los productores encuestados, el 64% informo que el sector agropecuario siempre satisface las necesidades primarias de los consumidores, el 29% respondió que muy a menudo el sector agropecuario satisface las necesidades primarias, el 4% respondió que a veces satisface las necesidades, el 2% indico que muy raramente satisface las necesidades y el 1% dijo que el sector agropecuario nunca satisface las necesidades primarias de los consumidores.

Una gran mayoría de las personas respondieron que el sector agropecuario siempre satisface las necesidades primarias de los consumidores, debido que el sector agropecuario se encuentra dedicado a la agricultura, ganadería o pecuario.

13. ¿En qué mercados se vende su producción?

Tabla 4.13. Mercado

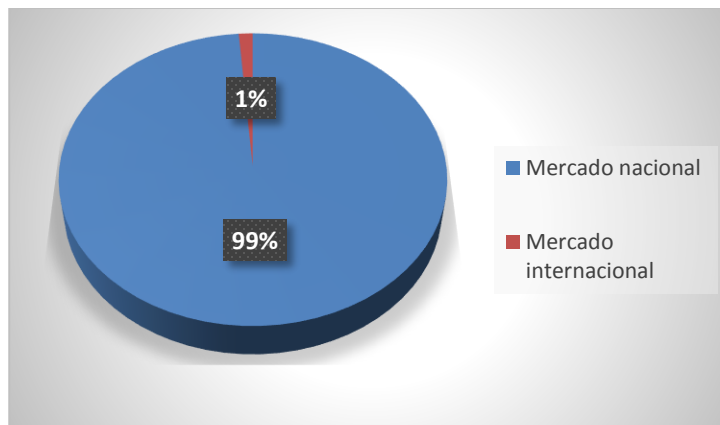
ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Mercado nacional	313	99%
Mercado internacional	4	1%

TOTAL	317	100%
--------------	------------	-------------

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.11. Mercado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En el estudio ejecutado, el 99% de los productores informaron que sus productos lo venden en el mercado nacional y el 1% manifestó que sus productos lo venden en el mercado internacional.

La mayor parte de las personas investigadas informan que su producción vende en el mercado nacional, debido que no se encuentran capacitados para realizar una producción de gran escala.

14. ¿Considera usted que los consumidores se encuentran satisfechos con los productos que usted oferta?

Tabla 4.14. Consumidores

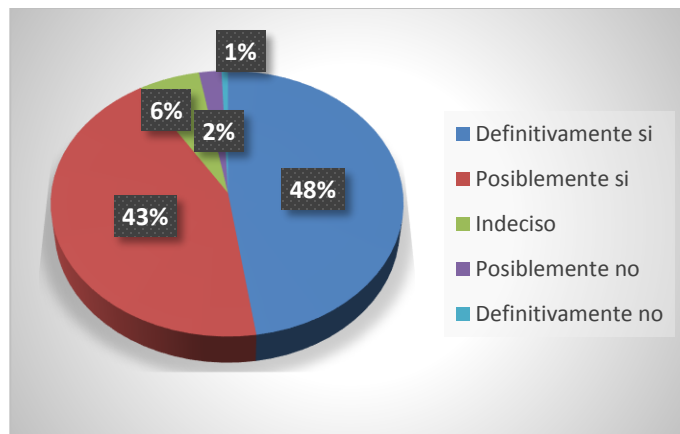
ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	151	48%
Posiblemente si	138	43%
Indeciso	19	6%
Posiblemente no	7	2%
Definitivamente no	2	1%

TOTAL 317 100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.12. Consumidores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

El 48% de las personas encuestadas definitivamente si consideran que los consumidores se encuentran satisfechos con los productos que usted oferta, el 43% posiblemente si considera que los consumidores se encuentran satisfechos con los productos ofertados, el 6% se encuentran indecisos con respecto a la pregunta, el 2% posiblemente no considera que los consumidores se encuentran satisfechos y el 1% definitivamente no considera que los consumidores se encuentren satisfechos.

En la el Mercado Mayorista un gran porcentaje de los productores definitivamente consideran que los consumidores se encuentran satisfechos con los productos ofertados, debido que la mayoría de los productores tienen experiencia en el aspecto agrícola, por lo tanto ofrecen productos de calidad los mismos que satisfacen los requerimientos de los consumidores.

15. ¿La producción lo realiza en grandes cantidades?

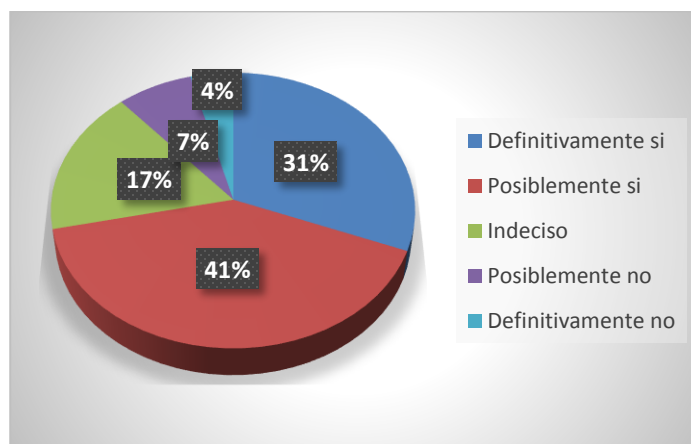
Tabla 4.15. Producción

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	98	31%
Posiblemente si	129	41%
Indeciso	54	17%
Posiblemente no	23	7%
Definitivamente no	13	4%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.13. Producción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En el estudio realizado el 31% de los productores manifiestan que la producción definitivamente si lo realiza en grandes cantidades, el 41% informo que la producción posiblemente si lo realiza en grandes cantidades, el 17% están indecisos con respecto a la pregunta, el 7% dijo que posiblemente no se realiza grandes cantidades de producción y el 4% informo que definitivamente no se realiza grande cantidades de producción.

La mayoría de las personas encuestadas respondieron que posiblemente si realizan grandes cantidades de producción, debido que a mayor producción menor serán los costos de la producción, por lo tanto es recomendable producir mayor cantidad.

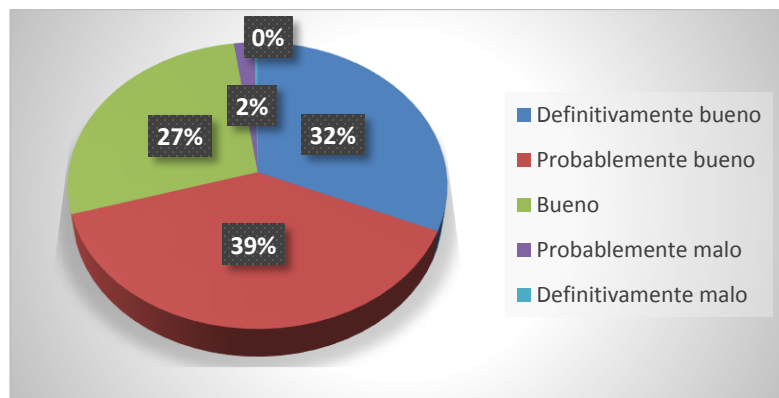
16. ¿Qué nivel de calidad tienen los productos que usted oferta?

Tabla 4.16. Nivel de calidad

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente bueno	100	32%
Probablemente bueno	123	39%
Bueno	87	27%
Probablemente malo	6	2%
Definitivamente malo	1	0%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.14. Nivel de calidad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

De las 317 personas encuestadas, el 32% informo que el nivel de calidad de los productos es definitivamente bueno, mientras que el 39% indico que la calidad del producto es

probablemente bueno, el 27% indico que es bueno y el 2% manifestó que probablemente es malo.

Un gran porcentaje de las personas encuestadas informaron que la calidad de los productos es probablemente bueno, debido que sus productos si son demandados por los consumidores, por sus características.

17. ¿Posee infraestructura y procesos adecuados para la recolección de los productos?

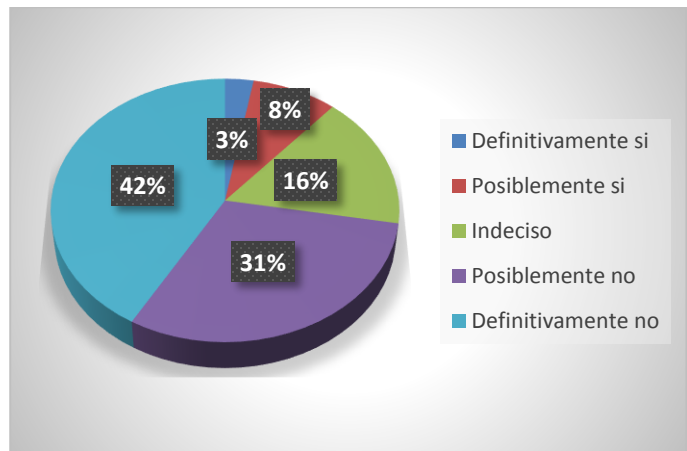
Tabla 4.17. Infraestructura y procesos

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	9	3%
Posiblemente si	27	8%
Indeciso	52	16%
Posiblemente no	97	31%
Definitivamente no	132	42%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.15. Infraestructura y procesos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En la encuesta realizada el 3% indico que definitivamente si posee la infraestructura y procesos adecuados para la recolección de los productos, mientras que el 8% indico que posiblemente si posee la infraestructura necesaria, el 16% se encuentra indeciso con respecto a la pregunta, el 31% posiblemente no posee infraestructura y por último el 42% definitivamente no cuenta con infraestructura y proceso adecuados para la recolección de los productos.

Se observa que la mayoría de la personas definitivamente no posee infraestructura y procesos adecuados para la recolección de los productos, puesto que no se tienen el dinero necesario para implementar una infraestructura adecuada y no conocen de procesos adecuados para la recolección de los productos.

18. ¿Tiene un lugar adecuado para el almacenaje de los productos?

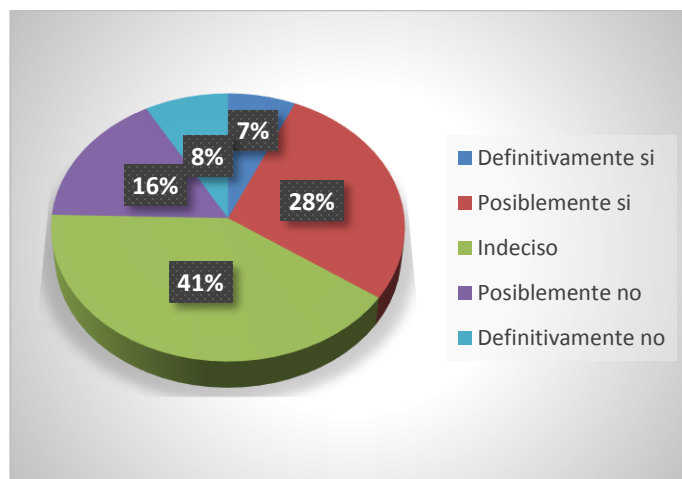
Tabla 4.18. Almacenaje

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Definitivamente si	21	28%
Posiblemente si	89	41%
Indeciso	129	16%
Posiblemente no	52	8%
Definitivamente no	26	7%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.16. Almacenaje



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

Del 100% de las personas el 28% indicó que definitivamente si tienen un lugar adecuado para el almacenaje de los productos, mientras que el 41% indicó que no cuentan con un lugar adecuado para el almacenaje, el 16% se encuentra indeciso con relación a la pregunta, el 8% respondió que posiblemente no cuenta con un lugar adecuado para almacenar los productos y el 7% indicó que definitivamente no tiene un lugar para el almacenaje de los productos.

Una gran mayoría de las personas encuestadas manifiestan que posiblemente si cuentan con un lugar adecuado en el cual almacenan los productos, es importante tener presente que el almacenaje de los productos es un factor importante en el proceso productivo.

19. ¿Usted recibe capacitación sobre el aspecto agropecuario?

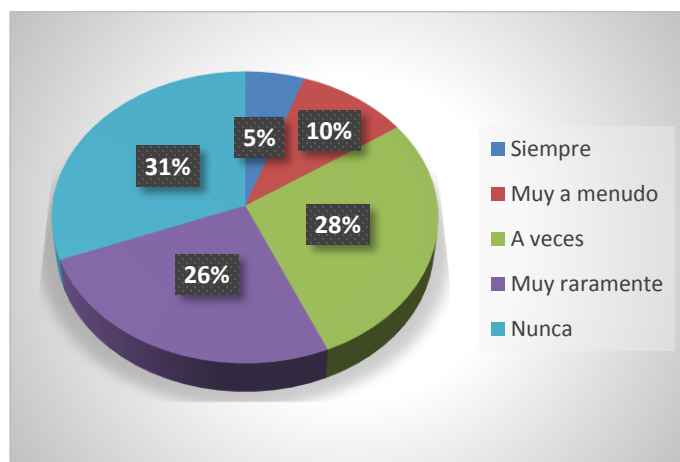
Tabla 4.19. Capacitación

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Siempre	17	5%
Muy a menudo	32	10%
A veces	89	18%
Muy raramente	81	26%
Nunca	98	31%
TOTAL	317	90%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.17. Capacitación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

En el estudio ejecutado el 5% indica que siempre recibe capacitación sobre el aspecto agropecuario, mientras que el 10% dijo que muy a menudo recibe capacitación, el 28% informó que a veces recibe capacitación sobre el aspecto agropecuario, el 26% muy

raramente recibe capacitación y por último el 31% manifestó que nunca ha recibido ningún tipo de capacitación sobre el aspecto agropecuario.

La mayor parte de las personas investigadas respondieron que nunca a recibido ningún tipo de capacitación con respecto al sector agropecuario, por lo tanto los productores de este sector no han desarrollado adecuadamente las actividades agropecuarias.

20. ¿Cuánto tiempo labora usted en el sector agropecuario?

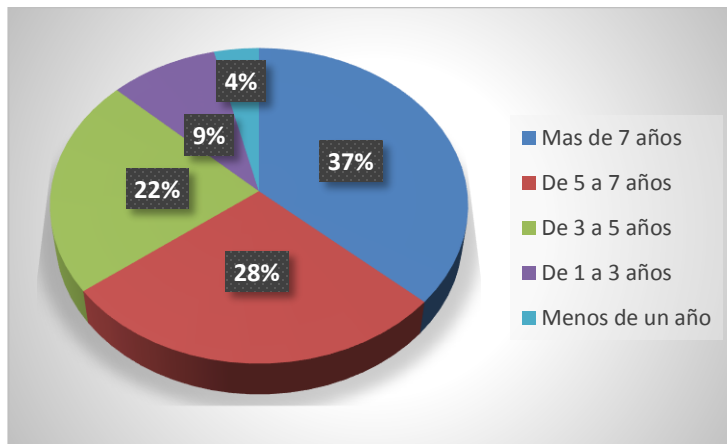
Tabla 4.20. Labora

ALTERNATIVAS	TOTAL	PORCENTAJE
Más de 7 años	116	37%
De 5 a 7 años	89	28%
De 3 a 5 años	71	22%
De 1 a 3 años	29	9%
Menos de un año	12	4%
TOTAL	317	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Gráfico 4.18. Labora



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Análisis e interpretación

El 37% de las personas encuestadas informaron que tienen más de 7 años laborando en el sector agropecuario, el 28% indico que labora de 5 años a 7 años en este sector, el 22% informo que labora de 3 a 5 años, el 9% indico que labora en este sector de 1 a 3 años y por último el 4% respondió que labora menos de un año en el sector agropecuario.

Un gran porcentaje de los productores informan que laboral más de 7 años en el sector agropecuario y todo este tiempo lo han realizado de manera empírica, es decir sin aplicar parámetros administrativos y contables, por lo tanto no han desarrollado adecuadamente en el sector.

4.2 Comprobación de hipótesis

La hipótesis a verificar es la siguiente: “El margen de utilidad incide en la competitividad de los productores agropecuarios de la empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato”

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

El planteamiento de la hipótesis se establece de la siguiente manera:

Ho: Hipótesis nula: El margen de utilidad NO incide en la competitividad de los productores agropecuarios de la empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

Hi: Hipótesis alternativa: El margen de utilidad SI incide en la competitividad de los productores agropecuarios de la empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

4.2.2 X² tabulado

4.2.2.1 Nivel de significación y de riesgo

El presente trabajo investigativo tendrá un nivel de confianza del 0,95 (95%), por lo tanto el nivel de riesgo es de 0,05 (5%).

4.2.2.2 Cálculo de los grados de libertad

$$gl = (c-1)(h-1)$$

Donde:

gl = Grados de libertad

c = columnas de la tabla

h = hileras o filas de la tabla

Tabla 4.21. Cálculo de los grados de libertad

PREGUNTA	Definitivamente si	Posiblemente si	Indeciso	Posiblemente no	Definitivamente no
5	92	63	77	54	31
10	112	91	67	27	20

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

$$gl = (c-1)(h-1)$$

$$gl = (5-1)(2-1)$$

$$gl = (4)(1)$$

$$gl = 4$$

Tabla 4.22. Grados de libertad

Grados de libertad (G1)	0,05	0,01
1	3,84	6,64
2	5,99	9,21
3	7,82	11,35
4	9,49	13,28
5	11,07	15,09
6	12,59	16,81

Fuente: Investigación

Elaborado por: Felipe Palacios

El X^2 tabulado con 4 grados de libertad y un nivel de significancia de 0,05 es igual a 9.48

4.2.3 X^2 calculado

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

X^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Datos observados

E = Datos esperados

4.2.3.1 Frecuencia observada

Tabla 4.23. Frecuencias observadas

PREGUNTA	Definitivamente si	Posiblemente si	Indeciso	Posiblemente no	Definitivamente no	TOTAL
5	92	63	77	54	31	317
10	112	91	67	27	20	317
TOTAL	204	154	144	81	51	634

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

La frecuencia esperada se calcula, mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$fe = \frac{(Total\ de\ la\ fila)(Total\ de\ la\ columna)}{N}$$

$$fe = \frac{(317)(335)}{634} = 167,50$$

Tabla 4.24. Frecuencias esperadas

PREGUNTA	Definitivamente si	Posiblemente si	Indeciso	Posiblemente no	Definitivamente no	TOTAL
5	102	77	72	40,5	25,5	317
10	102	77	72	40,5	25,5	317
TOTAL	204	154	144	81	51	634

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

Tabla 4.25. X² Calculado

OBSERVADOS	ESPERADOS	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
92	102	-10	100	0,98
112	102	10	100	0,98
63	77	-14	196	2,55
91	77	14	196	2,55
77	72	5	25	0,35
67	72	-5	25	0,35
54	40,5	13,5	182,25	4,50
27	40,5	-13,5	182,25	4,50
31	25,5	5,5	30,25	1,19
20	25,5	-5,5	30,25	1,19
X² Calculado				19,12

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

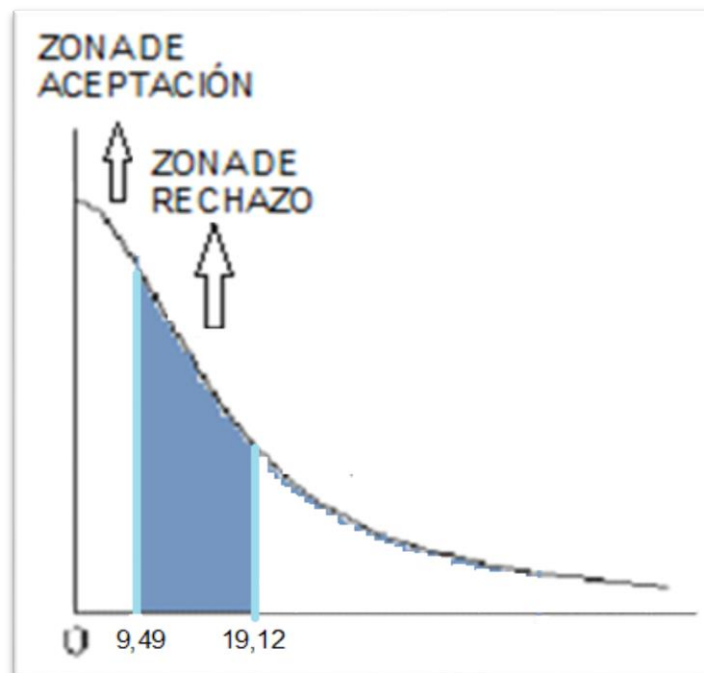
4.3 Decisión final

El X^2 calculado debe ser mayor que el X^2 tabulado para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

$$X^2 c = 19,12 > X^2 t = 9,49$$

Como podemos observar el X^2 calculado 19,12 es mayor que el X^2 tabulado 9,49 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que dice “El margen de utilidad SI inciden en la competitividad de los productores agropecuarios de la empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.”

Gráfico 4.19. Representación gráfica de X^2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Felipe Palacios

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

- El sector agropecuario del Ecuador aporta a la economía del país, por lo tanto instituciones como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) apoyan a este sector con la finalidad de mejorar el margen de utilidad y la competitividad de los Productores Agropecuarios.
- Los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista de Ambato no utilizan los parámetros administrativos y contables, por lo tanto no conocen con exactitud el margen de utilidad del proceso productivo.
- En el presente trabajo investigativo se puede concluir que los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista de Ambato determinan su margen de utilidad dividiendo la utilidad bruta para las ventas netas, siendo este en promedio 30.55%.
- Se concluye que el precio de los productos que ofertan los Productores Agropecuarios de la Municipal Mercado Mayorista de Ambato son competitivos frente a los competidores del mercado, por lo tanto los clientes se encuentran satisfecho.

- Mediante las encuestas se determinó que los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, no se encuentran capacitados, por lo tanto no desarrollan adecuadamente las actividades de la producción.
- El sector agropecuario satisface las necesidades primarias de los seres humanos por lo tanto es necesario que se dé mayor atención a este sector con la finalidad de obtener una utilidad adecuada.
- Se concluye que los productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, no llevan contabilidad de las transacciones que realizan, puesto que no se encuentran capacitados en el ámbito de la contabilidad y administración por lo tanto las actividades económicas se realizan de manera empírica.

5.2 Recomendaciones

- Es recomendable que las instituciones como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) sigan apoyando al sector agropecuario, puesto que aporta a la economía del país.
- Se recomienda que los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato utilicen parámetros administrativos y contables, con la finalidad de conocer con exactitud el margen de utilidad del proceso productivo.
- Es recomendable que los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista de Ambato, apliquen las fórmulas contables con la finalidad de conocer su rentabilidad exacta con respecto a su actividad económica.
- Es recomendable que los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato sigan ofertando precios competitivos en un mercado competente y de esta manera los clientes se encontraran satisfechos.
- Se recomienda realizar capacitaciones a los Productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, sobre los aspectos contables con la finalidad que desarrollen adecuadamente las actividades post producción, mejorando así su control sobre utilidad y margen de utilidad.
- Es recomendable que el sector agropecuario realice adecuadamente las actividades con la finalidad de satisfacer las necesidades primarias de los seres humanos por lo tanto es necesario que se dé mayor atención a este sector.

- Se recomienda elaborar una guía de contabilidad con la finalidad de mejorar el margen de utilidad y potenciar la competitividad de los productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

CAPÍTULO VI

6 LA PROPUESTA

6.1 Tema

Elaborar una guía de contabilidad con la finalidad de mejorar el margen de utilidad y potenciar la competitividad de los productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

6.2 Datos informativos

Institución ejecutora: Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Dirección: Av. El Cóndor y Tres Carabelas

Ubicación:

Gráfico 6.1. Ubicación



Fuente: (Empresa Pública Municipal Mercado Mayorista Ambato, 2015)

Elaborado por: (Empresa Pública Municipal Mercado Mayorista Ambato, 2015)

Beneficiario: Productores de Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

Tiempo estimado: Noviembre – diciembre 2015

Equipo técnico responsable: Nivel Directivo

6.3 Antecedentes de la propuesta

En la investigación realizada en la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, se observó que los productores no conocen del proceso contable, por lo tanto no registran las ventas de sus productos, no conocen los costos exactos de la producción, no realizan un análisis financiero, por ende se considera necesario crear una guía de contabilidad, el mismo que ayude al buen desempeño económico.

En el estudio realizado por (Gutierrez Luzmila, 2003, pág. 5) con el tema: "Diseño de una Sistema de Contabilidad de Costos para el International Park Hotel", alude lo siguiente:

Como se ha evidenciado a lo largo de la investigación, el International Park Hotel no cuenta con un sistema adecuado de costos, por lo tanto el registro de entradas y salidas de insumos no se la realiza adecuadamente, además la información recibida de los centros de costos no son discriminados ya que estos se realizan en forma arbitraria

Expuestas las conclusiones como resultado de la demostración de la hipótesis y el cumplimiento de los objetivos las recomendaciones son: La aplicación de un sistema de Contabilidad de Costos, la aplicación de procedimientos y utilización de formularios descritos en el Manual de Procedimientos, la adopción de un plan de cuentas específico a Costos y Finalmente ña Aplicación del Manual de Organización y funciones propuesto.

Por lo expuesto anterior se menciona que la contabilidad de costos es una herramienta de gran ayuda para la gerencia, debido a que ayuda a planear y controlar sus actividades dentro de las entidades u organizaciones.

Se considera que costos implica el cálculo de lo que cuesta producir un artículo o que cuesta venderlo, es de gran importancia buscar herramientas que ayuden en el giro de la empresa, es así que la aplicación de la contabilidad de costos permitirá establecer un sistema de información para registrar, determinar, distribuir, acumular, analizar controlar e informar los costos de adquisición, producción, administración y financiamiento.

Para el Autor (Gastal Edmundo, 2001, pág. 5) del Libro “El análisis Económico de los Resultados de la Investigación Agropecuaria, menciona lo siguiente:

La contabilidad de costos es la técnica que puede proporcionar la información para el análisis y control e las operaciones, así como la evaluación económica y social de la investigación.

La contabilidad de costos es una rama de la contabilidad que tiene por objeto el cálculo de costos unitarios y/o totales proporcionar además los antecedentes necesarios para su análisis. El cálculo de costos se refiere tanto a los costos unitarios como a los costos, por actividad, por proyecto, por programa, por

sector, etc., dependiendo de distintos factores la modalidad de costos y el sistema para su cálculo.

Se señala que la contabilidad de costos es una disciplina contable que es utilizada por la contabilidad administrativa para determinar, entre otros, el margen de contribución, el punto de equilibrio el costo del producto y la posible toma de decisiones.

Los datos que arroja la contabilidad de costos por lo general se toma como base los estados financieros proyectados, y sirve también de apoyo para el cálculo de variaciones de costos estándar encaminados a la medición del desempeño de algunos de los departamentos de una compañía.

Se concluye que la contabilidad de costos sirve de herramienta a las empresas, para determinar en cualquier momento cuánto le cuesta producir o vender un producto o servicio que realiza la entidad.

Por otro lado de acuerdo a (Llenque Guillermo, 2011, pág. 57)

En la actualidad, en forma práctica se observa el éxito alcanzado con la explotación de la ganadería lechera en otras zonas del país, pero desde un punto de vista de análisis de costes y análisis financiero, no se conoce los beneficios del mismo.

Es así como la importancia de este trabajo radicará, p un lado, en la aportación de una herramienta que nos ayude en la realización de un análisis de creación de valor a partir del sistema de costeo determinado y, por otro lado, en la generación de un modelo de estudio derivado de la misma. Además, los resultados podrían ser extrapolados hacia otras empresas del mismo sector industrial del ámbito e incluso de países vecinos en la región.

Mediante este trabajo de investigación, se va a permitir conocer un sistema de costeo al que acudirán las empresas ganaderas chalcas, centrando su atención en sus operaciones y el mercado.

Es así que la contabilidad de costos es el conjunto de técnicas y procedimientos contables utilizados para llegar a determinar el valor total de los productos y otros

insumos en la elaboración de un artículo o en la prestación de un servicio. Los objetivos de la contabilidad de costos están enfocados en la obtención de información oportuna y eficaz.

6.4 Justificación

La contabilidad de costos influye en las fases de la empresa y tiene como objetivo proporcionar una información que sirva como guía oportuna para la contabilidad, con el fin de realizar una buena planeación y evaluación con respecto a los costos para mejorar las actividades actuales de las empresas, por lo tanto la contabilidad de costos ayuda a tomar decisiones acertadas, por lo cual es necesario que las empresas desarrollen adecuadamente las actividades económicas esto se lograra a través de un sistema organizado, dirigido, integrado y controlado de todas las actividades que se realicen.

Por lo tanto el desarrollo de la presente guía de contabilidad es necesario e importante puesto que la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato deben tomar decisiones, por lo tanto debe poseer una información oportuna con respecto a sus actividades económicas, con la finalidad de fijar expectativas de competitividad en el mercado.

6.5 Objetivos

6.5.1 Objetivo general

- Elaborar una guía de contabilidad con la finalidad de mejorar el margen de utilidad y potenciar la competitividad de los productores Agropecuarios de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

6.5.2 Objetivos específicos

- Determinar la estructura organizacional de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
- Establecer la estructura de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
- Mejorar la gestión contable de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

6.6 Modelo operativo

Gráfico 6.2. Modelo operativo

FASE	ESTRUCTURA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
I	Estructura Organizacional	Determinar la estructura organizacional de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato	Reseña histórica
			Misión
			Visión
			Valores corporativos
II	Estructura Funcional	Establecer la estructura de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato	Recurso humano del Mercado Mayorista
			Sectores del Mercado Mayorista
			Organigrama estructural
III	Estructura Contable	Mejorar la gestión contable de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato	Definición de contabilidad de costos
			Importancia de contabilidad de costos
			Tipos de costos por sector productivo
			Costos de PYMES industriales y productivas
			Elementos del costo productivo
			Registro y control de los costos
			Importancia del control de productos
			Determinación de los costos de producción
			Determinación del ingreso
			Determinación de la utilidad

Fuente: Investigación
Elaborado

por:

Felipe

Palacio

6.7 Guía de contabilidad

6.7.1 Fase I Estructura Organizacional

6.7.1.1 Reseña histórica

La Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, es una de las empresas fundadoras de la Cámara de Mercados Mayoristas del Ecuador, este mercado ha crecido de manera considerable en el aspecto financiero, operativo y administrativo con relación a otros mercados del país.

La Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, es una institución con autonomía administrativa, operativa, financiera y patrimonial, cuyo propósito es promover el desarrollo económico, productivo y agropecuario mediante la aplicación de políticas, programas y proyectos que se realiza de manera coordinada con otras organizaciones públicas y privadas.

Las actividades de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato, se encaminan a dar un mejor servicio a los usuarios, transparentando la gestión financiera, operativa y administrativa, para ello cuenta con un equipo comprometido con la empresa.

6.7.1.2 Misión

Facilitar los procesos de comercialización de productos agropecuarios de calidad con nuestra identidad territorial “Ambato” hacia todo el Ecuador y el mundo.

6.7.1.3 Visión

Ser un centro de acopio y distribución de productos agropecuarios más grande del Ecuador cumpliendo con los parámetros de Seguridad Alimentaria.

6.7.1.4 Valores corporativos

- **Valores morales:** Entre los valores morales más destacados tenemos el respeto, honestidad, dedicación, puntualidad, honradez, etc., por lo tanto las actividades se lo realiza guiados por los principios.
- **Transparencia:** Se refiere al compromiso de realizar las cosas con claridad para alcanzar los objetivos propuestos.
- **Credibilidad:** Ejecutar las actividades de manera seria y responsable.
- **Servicio:** Ofrece al consumidor lo que la empresa está en capacidad de cumplir, otorgando el mejor servicio.
- **Competitividad:** Ofertamos servicios y productos de calidad, a precios competitivos.
- **Responsabilidad:** Debemos ser responsables con el producto que ofrecemos, cumpliendo con las obligaciones.
- **Respeto:** Se debe respetar a la gente, por el trabajo y por las decisiones que se tomen referente a la empresa.

6.7.2 Fase II Estructura Funcional

6.7.2.1 Recurso Humano del Mercado Mayorista

Tabla 6.1. Recurso humano

AREAS	Nº DE FUNCIONARIOS
Gerencia	2
Financiero	8
Comercialización	1
Comisaria	1
Talento humano	1
Operación y control	15
Área medica	2
Operadores de garitas	12
Mantenimiento	2
Guardianía	1
Higiene y saneamiento ambiental	13
Choferes	2
Guardias	15
TOTAL	75

Fuente: (Empresa Pública Municipal Mercado Mayorista Ambato, 2015)

Elaborado por: Felipe Palacios

6.7.2.2 Sectores del Mercado Mayorista

Tabla 6.2. Sectores del Mercado Mayorista

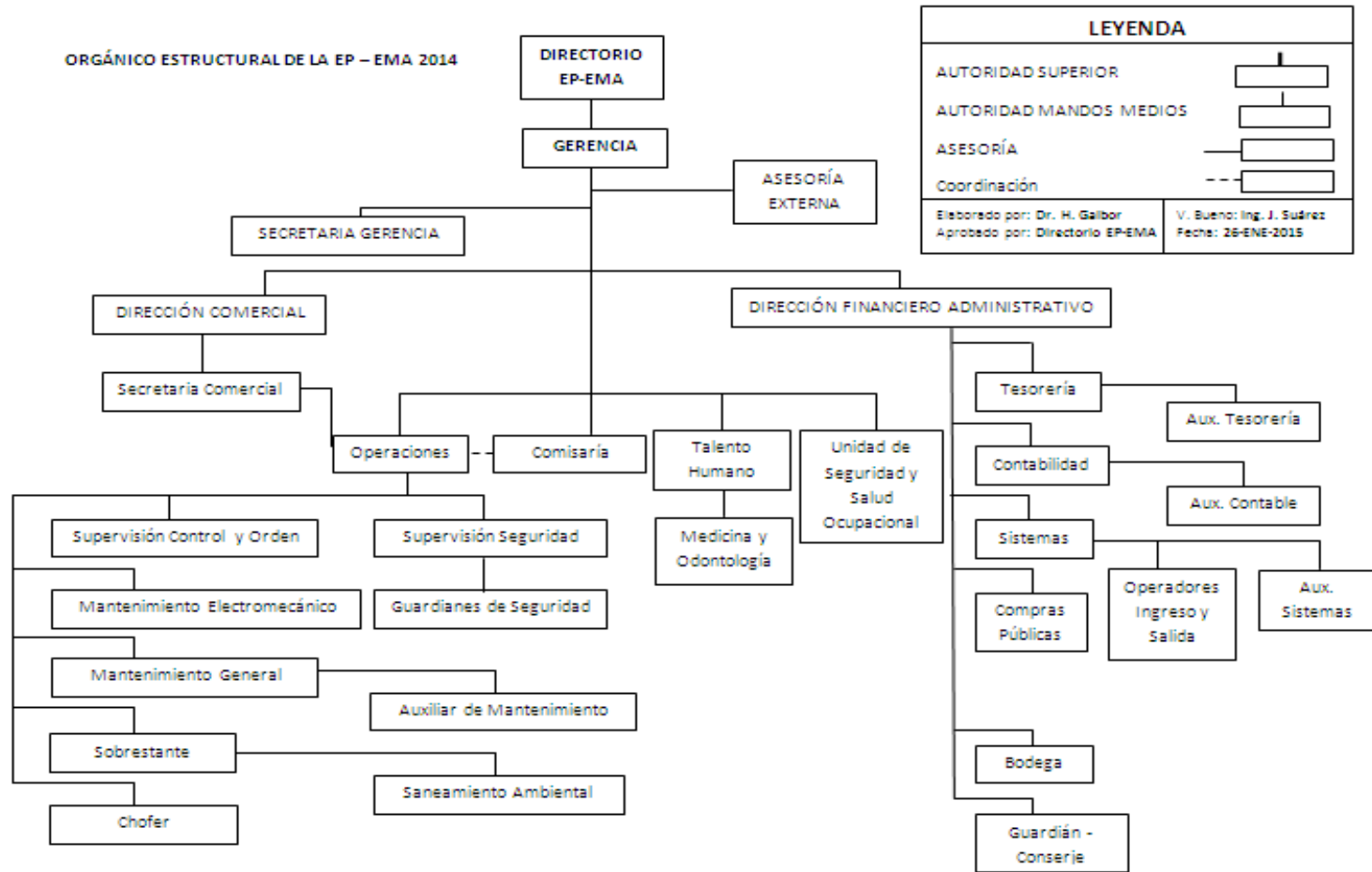
SECTOR	PUESTOS
BATERIAS SANITARIAS	10
NAVE P Frutas de la Costa	103
NAVE M Ajo Cebolla	121
NAVE B Tomate riñón Zanahoria	169
NAVE Q Fruta de la Sierra	104
NAVE C Fruta importada Naranja	69
NAVE D Granos tiernos	117
NAVE K Fruta del valle	121
NAVE H Papas	118
NAVE F Papas	111
NAVE LL Moras Fresas Envases vacíos	78
NAVE L Tomate de árbol Cebolla rama	104
NAVE O Hortalizas	80
NAVE N Cebolla	119
AMBULANTES	170
BODEGAS, LOCALES Y COCINAS	225

Fuente: (Empresa Pública Municipal Mercado Mayorista Ambato, 2015)

Elaborado por: Felipe Palacios

6.7.2.3 Organigrama estructural

Gráfico 6.3. Organigrama estructural



Fuente: (Empresa Pública Municipal Mercado Mayorista Ambato, 2015)

Elaborado por: (Empresa Pública Municipal Mercado Mayorista Ambato, 2015)

6.7.3 Fase III Estructura Contable

6.7.3.1 Definición contabilidad de costos

La contabilidad de costos es un híbrido entre la contabilidad financiera y la contabilidad administrativa que mide los costos y gastos de producir y vender un artículo o servicio. Cuando se utiliza para medir el costo del producto y el costo de ventas con base en los principios de contabilidad generalmente aceptados, se emplea con fines de informes financieros. Cuando se utiliza para proporcionar información para planeación, toma de decisiones y control se emplea con fines administrativos. (Boulangier, 2007, pág. 32)

Por contabilidad de costos se entiende cualquier técnica o herramienta contable que permita calcular lo que cuesta producir un bien o prestar un servicio. Es decir que se trata de un sistema de contabilidad general al que le corresponde la manipulación de todos los detalles referentes a los costos totales de fabricación para determinar el costo unitario del producto.

Cabe destacar que la contabilidad de costos implanta una serie de objetivos los mismos que deben ser cumplidos a lo largo del ejercicio contable.

- Acumular los datos de costos para determinar el costo unitario del producto fabricado.
- Proporcionar a la administración de la empresa datos de costos necesarios para la planeación de las operaciones y el control de los costos de producción.
- Contribuir al control de las operaciones.
- Proporcionar a los diferentes niveles de la administración toda la información de costos necesarios para el presupuestario, los estudios económicos y otras decisiones especiales, relacionadas con inversiones a largo plazo y mediano plazo.
- Brindar racionalidad en la toma de decisiones.

Para el logro de los objetivos la empresa debe proporcionar la siguiente información.

- El flujo de productos.
- El establecimiento de medios de registro
- Análisis de la información de costos que refleja la actividad de producción.
- La obtención de información sobre cantidades y valor de materia prima y las requisiciones de materiales e insumos.
- Información del valor de la mano de obra.
- Información sobre la forma de asignación de los costos indirectos y de los productos.

6.7.3.2 Importancia

Es importante enfocarse en la contabilidad de costos, debido a que permite conocer el precio de un producto en el mercado para posteriormente tener una utilidad rentable dentro de una entidad u organismo.

La importancia de implementar la contabilidad de costos tiende a eliminar por medio de análisis y estudios los desperdicios de material, mano de obra y costos indirectos de fabricación, proporcionar los informes necesarios para mantener el stock de materiales convenientes, permite también controlar y asignar responsabilidades, ayuda a disminuir los costos en la medida que indica las variaciones producidas entre lo real y lo previsto y por consiguiente sirve para aumentar la productividad de los recursos, y finalmente facilita la comparación de diferentes alternativas que implican la adopción de medidas tales como: Variación del diseño del producto, empleo de sustitutos de materiales, racionalización de los procesos productivos.

Para (Olavarrieta Jorge, 2005) en su tema de libro “Conceptos generales de productividad, sistemas, normalización y competitividad” alude que:

La competitividad de la empresa depende fundamentalmente de:

1. Sus costos, ya que repercuten directamente en los precios.
2. Su calidad, que debe corresponder con las expectativas del cliente.
3. El servicio que debe proporcionar a sus clientes.
4. La oportunidad que está relacionada con el tiempo de respuesta a las demandas del mercado, tanto en cuanto a tiempos de entrega como a desarrollo oportuno de nuevos productos.

El conocimiento, el análisis y el control de los costos en una empresa son vitales para su éxito aunque nadie puede dudar de que los costos existen y son reales, esto no implica que sean conocidos y comprendidos en todas las empresas, y en un segundo lugar, a proporcionar información más o menos oportuna de su estado financiero-contable. Es poco frecuente que se tenga un buen sistema de costos, el cual puede constar de los siguientes componentes:

- a) Estimación de costos
- b) Determinación de costos estándar
- c) Centros de costos o de responsabilidad.
- d) Control presupuestal
- e) Costeo basado en la actividad (ABC)

6.7.3.3 Tipos de costo por sector productivo

Los costos se determinan acorde a las actividades económicas que realizan es decir:

- Costos de Pymes Industriales o Productivos
- Costos de PYMES comerciales y
- Costos de PYMES de Servicios.

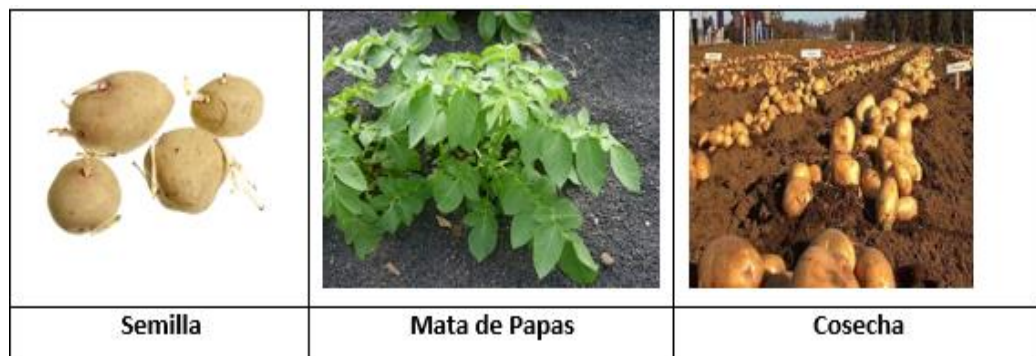
Para efecto de la presente investigación se analizará los costos que intervienen en el sector Productivo es decir los costos de Pymes Industriales o Productivos.

6.7.3.4 Costo de PYMES industriales y productivas

Son llamadas así debido a que son dedicadas a las actividades productivas, donde evalúa la transformación de las materias primas, pasando por distintos procesos hasta obtener un producto capaz de satisfacer las necesidades del mercado ecuatoriano.

Este tipo de empresa maneja un proceso desde su cultivo hasta obtener el producto final, como se puede apreciar en el siguiente ejemplo.

Gráfico 6.4. Proceso de cultivo



Fuente: Investigación
Elaborado por: Felipe Palacios

6.7.3.5 Elementos del costo productivo

Los elementos que conforman el costo productivo los productores lo conocen muy bien, ya que se encuentra conviviendo diariamente, a continuación se detalla los elementos del costo productivo:

Materia prima

La materia prima son aquellos recursos naturales que se utiliza en el proceso productivo, para ser transformado en productos de consumo.

Mano de obra

La mano de obra es un elemento básico para dentro del proceso productivo, este elemento participa de manera directa en el proceso productivo.

Gastos de fabricación

Este es un tercer elemento se define como aquellos gastos que apoyan al proceso productivo.

Gráfico 6.5. Elementos del costo productivo



Fuente: Investigación
Elaborado por: Felipe Palacios

6.7.3.6 Registro y control de los costos

Es necesario que los productores aprendan a controlar los desembolsos que son originados en el proceso productivo.

Registro permanentes en unidades

Este registro controla las materias primas, en el cual se registra de manera exacta las entradas y salidas.

La tarjeta de control tiene la siguiente información.

- **Nombre del insumo:** es con el cual se identifica
- **Fecha:** se debe poner la fecha de ingreso y de salida
- **Ingreso:** se coloca el total que ingresa
- **Salida:** se coloca el total que sale

Ejemplo:

- El 21 de diciembre del año 2015, según la factura N° 123 compramos 5 quintales de semillas de papas a \$20,00 cada quintal, en el cual se canceló un total de \$100,00.
- El 22 de diciembre del año 2015, según notas de pedido N° 321 hemos utilizado 2 quintales de semilla de papas.

TARJETA DE CONTROL VISIBLE				
Nombre del insumo: Semillas de papas				
FECHA	REF. DEL DOCUMENTO	INGRESO	SALIDA	SALDO
21/12/2015	Fact. N° 123	5 quintales		5 quintales
22/12/2015	NP N° 321		2 quintales	3 quintales

Al momento de registrar el ingreso y salida nos da un stock disponible.

Inventario permanente – manejo de kardex

Este documento de control se realiza en una tarjeta muy similar al anterior puesto que se controla los ingresos y las salidas de insumos y su diferencias es que se encuentra valorizada.

La tarjeta de control tiene la siguiente información.

- **Nombre del insumo:** es con el cual se identifica
- **Unidad de medida:** si son quintales, kilos, etc.
- **Fecha:** se debe poner la fecha de ingreso y de salida
- **Ingreso:** se coloca el total que ingresa
- **Salida:** se coloca el total que sale
- **Importe:** se refiere al precio

Ejemplo:

- El 21 de diciembre del año 2015, según la factura N° 123 compramos 5 quintales de semillas de papas a \$20,00 cada quintal, en el cual se canceló un total de \$100,00.
- El 22 de diciembre del año 2015, según notas de pedido N° 321 hemos utilizado 2 quintales de semilla de papas.

TARJETA DE KARDEX										
Nombre del insumo: Semillas de papas										
Unidad de medida: Quintales										
FECHA	REF. DEL DOCUMENTO	INGRESO			SALIDA			SALDO		
		UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
21/12/2015	Fact. N° 123	5	20,00	100,00				5	20,00	100,00
22/12/2015	NP N° 321				2	20,00	40,00	3	20,00	60,00

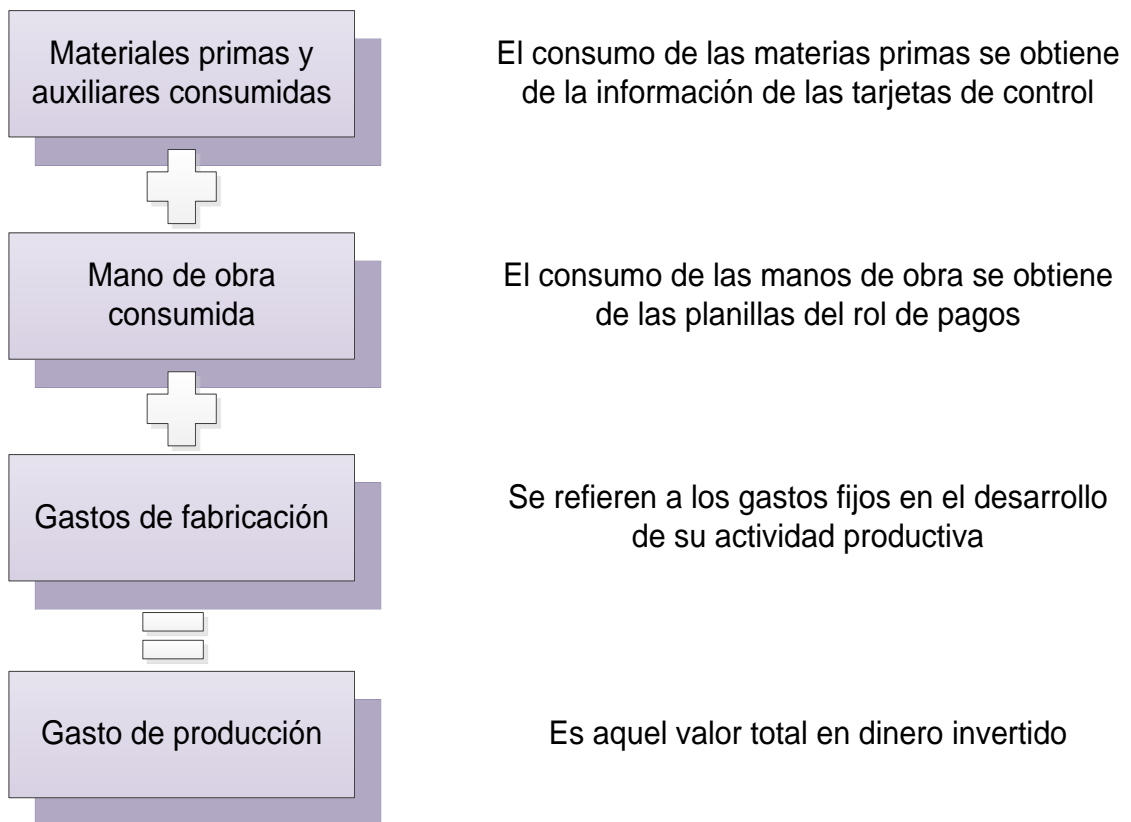
6.7.3.7 Importancia del control de productos

El control de los productos en el proceso productivo es importante, puesto que permite valorizar el proceso productivo y minimizar costos. El control se puede llevar de manera manual o mediante programas computarizados.

Al realizar un adecuado control los insumos que se utilizan en el proceso productivo no se perderán debido al control mediante las tarjetas kardex.

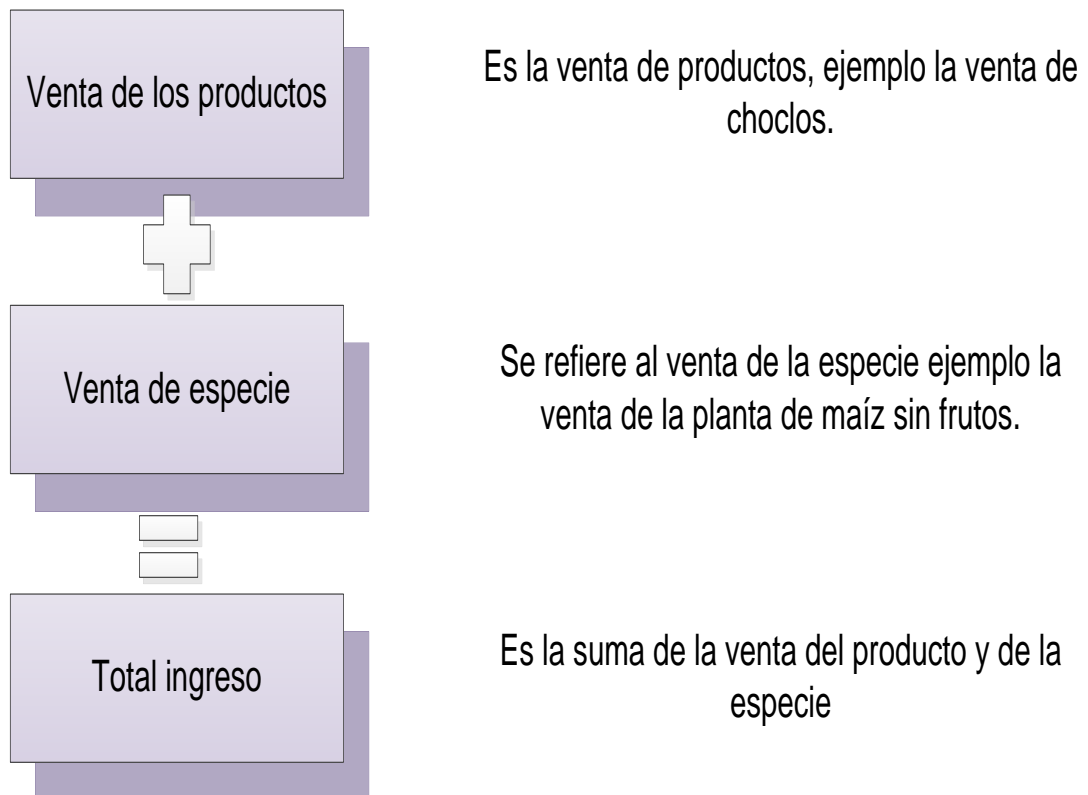
6.7.3.8 Determinación de los costos de producción

El valor aculado en dinero de los tres elementos, es un aspecto importante para determinar los costos de producción.



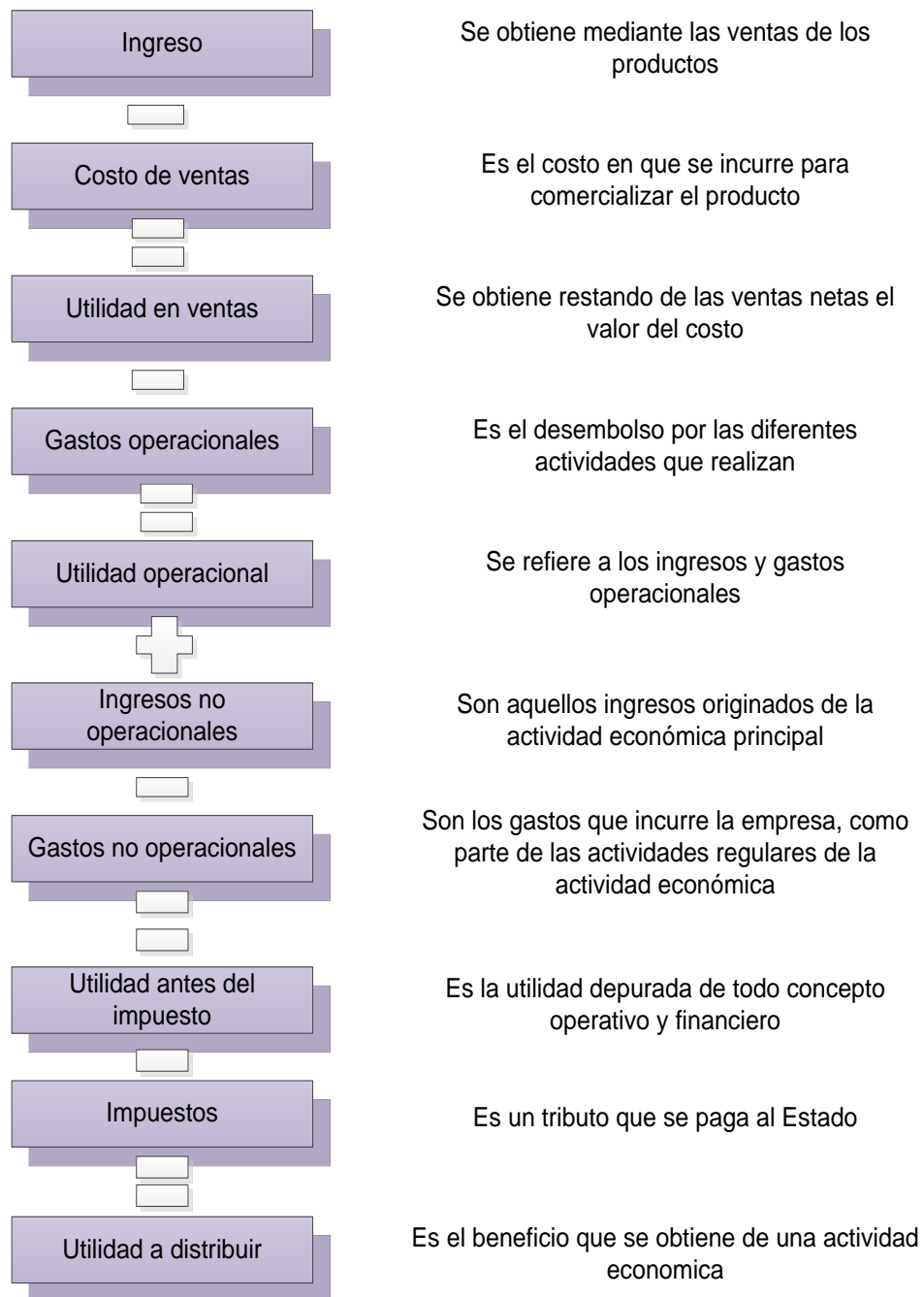
6.7.3.9 Determinación del ingreso

Para obtener ingresos es necesario que se venda los productos, en un determinado mercado.



6.7.3.10 Determinación de la utilidad

Es el valor útil o la ganancia obtenida por haber realizado una actividad económica.



6.8 Administración de la propuesta

Con la aplicación de una guía de contabilidad, se podrá mejorar el margen de utilidad y de esta manera se cumplirá con los objetivos propuestos, la guía de la contabilidad

también ayudara a reducir la cantidad de desperdicios, puesto que se controlara mediante la tarjeta kardex.

La contabilidad de costos es un sistema de información que permite registrar, analizar, interpretar e informar acerca de los costos de producción, el decir los costos implica calcular lo que cuesta producir un bien, por lo tanto es necesario que los productores conozcan sobre los aspectos contables.

6.9 Previsión de la evaluación

Matriz de monitoreo y evaluación de la propuesta

Tabla 6.3. Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Los productores de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
¿Por qué evaluar?	Es necesario evaluar para determinar el cumplimiento de las actividades de los productores de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.
¿Para qué evaluar?	¿Para prevenir los conflictos en el proceso productivo de los productores de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato?
¿Qué evaluar?	¿Las actividades de los productores en la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato?
¿Quién evalúa?	¿El nivel directivo de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato?
¿Cuándo evalúa?	¿Se puede evaluar a los tres meses, para conocer si se está realizando adecuadamente las actividades?
¿Cómo evalúa?	¿Observando las actividades que se han realizado los productores de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato?
¿Con que evalúa?	Mediante la utilización de un instrumento de medición como la observación directa o mediante la aplicación de una encuesta a los productores de la Empresa

Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.

Fuente: Investigación
Elaborado

por:

Felipe

Palacios

BIBLIOGRAFÍA


- Araneda, H. (2000). *Finanzas públicas*. Chile: Universitaria.
- Arjona Torres, M. (2005). *Dirección estratégica u n enfoque práctico* . Madrid: Díaz de Santos.
- Barreiros Carrera, A. E. (2012). *Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa Kawa Motors*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Bets, Michael. (2013). *Inteligencia colectiva*. México: Dantm.
- Boulanger, F. (2007). *Costos industriales*. Costa Rica: Cartago.
- Brun, X., & Moreno, M. (2008). *Analisis y selección de inversión en mercados financieros*. Barcelona: Bresca.
- Bunge, M. (2005). *Diccionario de filosofía*. México: Siglo veintiuno.
- Cabrera, C., & Gutiérrez, A. (2005). *Principales indicadores financieros* . México: Facultad de economía.
- Cabrera, C., & Gutiérrez, A. (2005). *Principales indicadores financieros y del sector externo de la economía mexicana*. México: Facultad de economía.
- Constitución Política de la República del Ecuador. (2008). Quito.
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad la salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Di Rienzo, J. A., Casanoves, F., & Gonzalez, L. A. (2010). *Estadística para las ciencias agropecuarias*. México: Brujas.
- Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). *Fundamentos de Administracion Financiera*. México: Pearson Educación.
- Empresa Pública Municipal Mercado Mayorista Ambato. (2015). *Informe administrativo y financiero del primer cuatrimestre de 2015*. Ambato: GAD Muniscipalidad de Ambato.
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

- Fernandez, E., Montes, J., & Vazquea, C. (2010). *La competitividad de al empresa*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- García Avendaño, P. (2006). *Introducción a la investigación*. Venezuela: Universidad Central de Venezuela.
- Garrillo Luque, A. (2006). *Sociopsicología del trabajo*. Barcelona: UOC.
- Gastal Edmundo. (2001). *"El Analisis Economico de Los Resultados de la Investigacion Agropecuaria"*. Costa Rica : Biblioteca del IICA-CIDIA.
- Gitman, L. J. (2005). *Principios de Administracion Financiera*. Distrito Federal, México: Pearson Educación.
- Horngren, C. (2006). *Contabilidad administrativa*. México: Pearson.
- Juran, J., & Gryna, J. (2005). *Manual de control de la calidad*. México: Reverté.
- Laza Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.
- Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaría. (2010). Quito.
- Martínez, E. (2006). *Cátedra de Metodología de la Investigación* . Caracas: Universidad Metropolitana de Venezuela.
- Martínez, J. (2006). *Definiendo Competitividad*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Massons, J. (2014). *Finanzas análissi y estartegía financiera*. España: Hispano Europea
- Medina Cárdenas, M. E. (2011). *Análisis de los gastos operarios y su incidencia en el margen de utilidad del supermercado Superskandinavo Cía. Ltda. para el segundo semestre del año 2010*. Ambato, Mexico: Universidad Técnica de Ambato.
- Mendoza, J. (2007). *Proyecto y paradigmas planos del conocimiento* . Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez: Caracas .
- Mompín Poblet, J. (2000). *Planificación y rentabilidad de proyectos industriales*. España: Marcombo.
- Murcia, H. (1985). *Administración de Empresas Asociativas de Producción Agropecuaria*. Bogotá, Colombia: IICA Biblioteca Venezuela.
- Naresh, M. (2004). *Investigacion de mercados*. México: Pearson.

- Olavarrieta Jorge. (2005). *"Conceptos generales de productividad, sistemas, normalización y competitividad para la pequeña y mediana empresa"*. México: Universidad Iberoamerica.
- Pérez Rodríguez, M. T., & Arratia García, Ó. (2009). *Innovación en docencia universitaria*. Alicante: Club Universitario.
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Plaza & Janés.
- Ramirez, J. C., & Osorio, H. (2010). *Escalafón de la competitividad de los departamentos en Colombia*. Bogotá: Cepal.
- Rodríguez Combeller, C. (2002). *La cultura de calidad y productividad en las empresas*. México: Iteso.
- Rosales Obando, J. (2010). *Elementos de micro economía*. México: Euned.
- Rouco Ibañez, A., & Martínez Teruel, A. (2002). *Economía agraria*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Santacruz Quevedo, G. (2011). *Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas*. Quito, Argentina: Universidad Andina Simón Bolívar.
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Senplades.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Trejo Medina, D. (2013). *Convergencia de la administración del conocimiento*. México: Dantm.
- Vega Rojano, R. d. (2011). *El control interno y su efecto en la rentabilidad de la empresa Akabados de la ciudad de Ambato durante al año 2010*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Verjano, F. (2000). *El hombre subacuático*. Madrid: Díaz de santos.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para los productores del Mercado Mayorista de Ambato

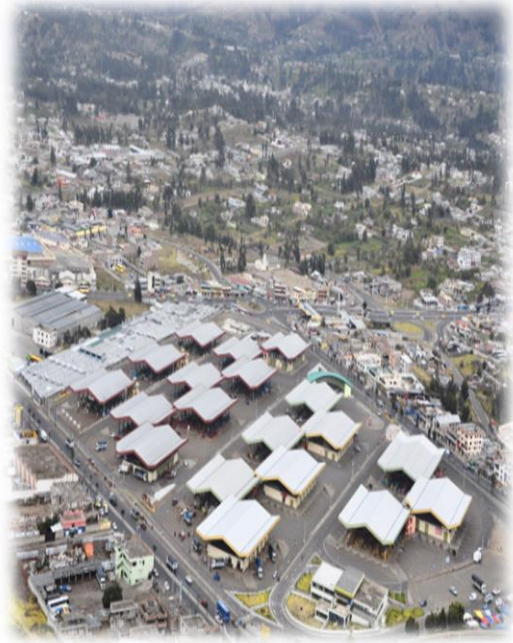
Encuesta para los productores del Mercado Mayorista de Ambato		
Objetivo: Determinar el margen de utilidad y la competitividad de los productores Agropecuarios de la empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato.		
Instrucciones		
<ul style="list-style-type: none"> • Lea detenidamente cada una de las preguntas. • Conteste cada pregunta de acuerdo a su criterio • Responda todas las preguntas. 		
Cuestionario		
1. ¿El sector agropecuario aporta a la economía del país?		
Definitivamente si		
Probablemente si		
Indeciso		
Probablemente no		
Definitivamente no		
2. ¿La utilidad por la venta de los productos agropecuarios es?		
3. ¿Registra la venta de sus productos?		
Siempre		
Muy a menudo		
A veces		
Muy raramente		
Nunca		
4. ¿Su ingreso total por la venta de los productos agropecuarios es?		
5. ¿Se encuentra satisfecho con el margen de utilidad percibido por su actividad productiva?		
Definitivamente si		
Probablemente si		
Indeciso		
Probablemente no		
Definitivamente no		
6. ¿Usted conoce los costos exactos de su producción?		
Siempre		
Muy a menudo		
A veces		
Muy raramente		
Nunca		
7. ¿De manera general los ingresos superan a los gastos incurridos en el proceso de producción?		
Completamente verdadero		
Verdadero		
Ni verdadero, ni falso		

Falso	
Completamente falso	
8. ¿Usted lleva la contabilidad de su producción?	
Siempre	
Muy a menudo	
A veces	
Muy raramente	
Nunca	
9. ¿Usted considera que un análisis financiero es necesario?	
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	
10. ¿El precio de los productos que oferta es competitivo frente a sus competidores en el mercado?	
Definitivamente si	
Probablemente si	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	
11. ¿Considera importante crear una guía o plan que le ayude a manejar de mejor manera todos los costos, gastos e ingresos en los que incurre en su actividad productiva?	
Definitivamente si	
Probablemente si	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	
12. ¿El sector agropecuario satisface las necesidades primarias de los consumidores?	
Siempre	
Muy a menudo	
A veces	
Muy raramente	
Nunca	
13. ¿En qué mercados se vende su producción?	
Mercado nacional	
Mercado internacional	
14. ¿Considera usted que los consumidores se encuentran satisfechos con los productos que usted oferta?	
Definitivamente si	
Probablemente si	
Indeciso	

Probablemente no	
Definitivamente no	
15. ¿La producción lo realiza en grandes cantidades?	
Definitivamente si	
Probablemente si	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	
16. ¿Qué nivel de calidad tienen los productos que usted oferta?	
Definitivamente bueno	
Probablemente bueno	
Bueno	
Probablemente malo	
Definitivamente malo	
17. ¿Posee infraestructura y procesos adecuados para la recolección de los productos?	
Definitivamente si	
Probablemente si	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	
18. ¿Tiene un lugar adecuado para el almacenaje de los productos?	
Definitivamente si	
Probablemente si	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	
19. ¿Usted recibe capacitación sobre el aspecto agropecuario?	
Siempre	
Muy a menudo	
A veces	
Muy raramente	
Nunca	
20. ¿Cuánto tiempo labora usted en el sector agropecuario?	
Más de 7 años	
De 5 a 7 años	
De 3 a 5 años	
De 1 a 3 años	
Menos de 1 año	
Gracias por su colaboración	

Anexo 2. Fotos

Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato



Personal de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato



Servicio médico de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato



Implementación del sistema de video vigilancia de la Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato



Empresa Municipal Mercado Mayorista del cantón Ambato

