



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**CARRERA: TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

TEMA:

**Estudio de los costos de producción y comercialización de la pepa
de cacao en la hacienda “Herrera Sánchez”**

Autora:

Lapo Sánchez Jennifer Aracely

Tutor:

PhD. Guzmán Hernández Ramón

Guayaquil, Ecuador

2019

ESTRUCTURA DEL DISEÑO

Contenido

Página

ESTRUCTURA DEL DISEÑO	8
1.3. Situación conflicto	12
1.4. Formulación del problema.....	12
1.5. Variables de la investigación.....	12
Variable independiente: costo de producción y comercialización	12
1.6. Delimitación del problema	12
1.8.3. Justificación de la investigación.....	14
2. Antecedentes históricos de la producción de cacao en Ecuador, enfazando en el costo de producción y comercialización	16
2.13 FUNDAMENTACION LEGAL.....	32
Constitución de Soberanía Económica	32
Capítulo de Trabajo y Producción.....	33
NIC 41 ACTIVOS BIOLÓGICOS.....	33
2.14. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
Costo de producción	35
2.15. DEFINICIONES CONCEPTUALES	35
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos con la aplicación de instrumentos de investigación:.....	47
Encuesta	47
La misma se aplicó a:	47
Objetivo de la propuesta:	67

Bibliografía.....	82
ANEXOS.....	83

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador existen diversos productos en materia prima de exportación que son vitales en la economía del país uno de ellos es la pepa de cacao que es conocido como uno de los productos de mayor tiempo de exportación dentro del país hasta la actualidad por su fuerte demanda de producción dentro del sector agropecuario, creando nuevas fuentes de trabajo y aportando con sus costos de producción y comercialización tanto externo e interno contribuyendo en la mayor parte de la economía en el Ecuador por lo que la pepa de cacao es conocida como la pepa de oro siendo una importante fuente de ingreso para el Ecuador. (BARRIGA, 2011)

Según Alfonso García Moscoso en su proyecto define Dentro de la balanza comercial la producción y comercialización de la pepa del cacao se obtiene un 50% generando un buen porcentaje que va superando periodos económicos en el Ecuador, además tenemos su dependencia a las exportaciones en la actualidad, se ha sentido en la necesidad de cambiar su matriz productiva y comercial por ende los agricultores piden diversificar sus productos. (Moscoso, 2014)

La producción del cacao en primera estancia era buena pero con el pasar del tiempo la demanda de dicho producto fue creciendo y con ello nace la competencia de los contrabandos, que generan conflictos al momento de

producir y comercializar el producto por tal motivo el valor de la pepa del cacao fue disminuyendo, por lo tanto la falta del conocimiento contable es uno de los problemas que se da dentro del sector agropecuario por el déficit del costo de la pepa de cacao y su difícil comercialización ha generado la disminución de la fuente de empleo y dificultad de remuneraciones a los trabajadores por la disminución de la misma.

1.2 Ubicación del problema en un contexto

La falta de conocimientos en los procedimientos contables son uno de los principales problemas en la actualidad para las organizaciones agrícolas en el país, ya que la producción del cacao y su exportación son de mayor actividad económica dentro y fuera del país, por tal motivo, surge uno de los grandes problemas en el agricultor ecuatoriano ya que no tiene los conocimientos necesarios sobre costos de producción y costos de comercialización por lo tanto no sabe cuánto está invirtiendo en el proceso de dicha producción, Según Delia Guamán (2019) la economía del país está en una gran parte conformada por sectores agrícolas en beneficio de los campesinos, lo que convierte a este país en uno de los que tiene más participación en el producto interno de exportación.

Basándose en lo dicho por Delia Guamán, se establece como parte del desarrollo de esta investigación se estudia los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao para recopilar datos y obtener información sobre la situación económica dicha problemática se presenta en la hacienda “Herrera Sánchez” en el recinto campamento parroquia Roberto Astudillo perteneciente al cantón Milagro de la provincia del Guayas, en esta hacienda los administradores no cuentan con una estructura clara de los costos de producción y costos de comercialización de dicho cultivo y así no pueden determinar su rentabilidad financiera.

Que es ocasionado por una mala administración, por tal motivo, está afectando la rentabilidad que posee por la venta del cacao en la hacienda “Herrera Sánchez” por dicho motivo no logran cumplir los objetivos de producción y comercialización propuestas dentro de esta organización agrícola generando en los trabajadores un ambiente de preocupación.

1.3. Situación conflicto

La hacienda “Herrera Sánchez” se encuentra ubicada en la parroquia Roberto Astudillo Recinto Campamento que pertenece al cantón Milagro provincia del Guayas, la misma que inicio sus actividades de producción el 15 de enero del 2009 está hacienda cuenta con 3 hectáreas de cultivo de cacao, la entidad no tiene un método de costeo para establecer el costo de producción y costo de comercialización.

Al no tenerse claro los valores reales del costo de producción y comercialización de la pepa de cacao, no se ha logrado establecer con exactitud su precio de venta. Los extensionistas y los agricultores necesitan entender los costos de comercialización para convertir los precios dados por el SIM en precios a puerta de finca que incluyen... los costos de transporte pueden establecer una gran diferencia entre el precio de mercado y el precio a puerta de finca. (Shepherd, 2001)

Toda empresa incurre en unos costos, tanto este se dedica a producir como si se dedica exclusivamente a comerciar bienes que adquiere a otras empresas.

1.4. Formulación del problema.

¿Cómo analizar los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao que permita establecer la rentabilidad financiera real de la hacienda “Herrera Sánchez”, ubicada en el cantón Milagro, ¿provincia del Guayas periodo 2019?

1.5. Variables de la investigación

Variable independiente: costo de producción y comercialización

Variable dependiente: rentabilidad financiera

1.6. Delimitación del problema

- **Campo:** Contable Financiero
- **Área:** Costo de producción y comercialización
- **Aspecto:** Análisis del Proceso de producción y comercialización
- **Contexto:** Hacienda “Herrera Sánchez”
- **Cantón:** Milagro

- **Provincia:** Guayas
- **Año:** 2019

1.7. Evaluación del problema

El problema presentado tiene los siguientes aspectos:

Delimitado: La presente problemática se limita en la escasez de conocimientos de costos de producción y comercialización por tal motivo no se conoce su rentabilidad económica dentro y fuera de la hacienda “Herrera Sánchez”.

Claro: El presente trabajo de investigación está desarrollado con una terminología adecuada y profesional para permitir al lector una comprensión eficaz

Evidente: Permite sugerir los procesos adecuados para así aplicar los costos de producción y comercialización para poder mejorar su rentabilidad en la hacienda “Herrera Sánchez” y así obtener un cultivo mejor desarrollado

Concreto: En el transcurso del desarrollo de esta investigación se obtiene la siguiente solución al problema detectado, es de llevar un informe de los costos de producción y comercialización para que los administradores de la hacienda “Herrera Sánchez” tengan conocimientos y puedan fluir mejor en su producción, comercialización y su rentabilidad.

Relevante: El informe obtenido nos permitirá conocer más a fondo de los costos de producción y comercialización, al ponerlos en práctica nos ayudará a incrementar más la producción y el margen de su rentabilidad además la hacienda “Herrera Sánchez” generará más fuente de trabajo.

Factible: Tienen disponibilidad a los recursos necesarios al llevar a cabo las metas y objetivos indicados en la hacienda “Herrera Sánchez”

1.8. OBJETIVOS

1.8.1. Objetivo General

Realizar el estudio de los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao para establecer la rentabilidad financiera de la hacienda “Herrera Sánchez”

1.8.2.Objetivos Específicos.

- ✓ Establecer los fundamentos teóricos que sustentan el costo de producción y comercialización, y su relación con la rentabilidad financiera
- ✓ Diagnosticar los costos de producción y comercialización previo a su determinación de la rentabilidad financiera de la hacienda “Herrera Sánchez”
- ✓ Determinar del costo de producción y comercialización de la pepa de cacao y su incidencia en la rentabilidad financiera de la hacienda “Herrera Sánchez”.

1.8.3. Justificación de la investigación

La presente investigación se desarrolla con la finalidad de implementar la contabilidad de costos a esta pequeña empresa, de tal forma que conozcan de manera real cada uno de los elementos del costo que intervendrán en la producción y comercialización de la pepa de cacao, esto permitirá tener mayor control y mejor aplicación de los costos que conllevara a tener un precio accesible hacia el consumidor. Y permitir que la empresa sea rentable.

Adicionalmente se procederá a generar reportes y análisis minuciosos de los valores que se aplican durante el proceso, con la finalidad de tomar decisiones acertadas a favor de esta hacienda que actualmente carece de estas herramientas contables para el mejor control.

1.8.4.Relevancia social

Según Andrade (2017), la agricultura puede ser definida como la producción, procesamiento, comercialización y distribución de cultivos (...) a medida que se desarrolla la agricultura, la producción aumenta y el excedente comercializable se expande. Aquí vale la pena mencionar que el desarrollo de Japón y otros países fue posible gracias al excedente de la agricultura.

1.8.5. Valor práctico

Realizar el estudio de los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao para establecer la rentabilidad financiera de la hacienda “Herrera Sánchez”

CAPITULO II

MARCO TEORICO

FUNDAMENTACION TEORICA

2. Antecedentes históricos de la producción de cacao en Ecuador, enfatizando en el costo de producción y comercialización

El cacao ha sido uno de los productos de mayor exportación del Ecuador aportando un gran porcentaje en la economía hasta la actualidad.

“El cacao es una fruta de origen tropical que proviene del árbol del cacao, cuyo nombre científico es *Theobroma cacao*, *Theobroma* significa en griego; alimento de los dioses” (observatoriodelcacao, s.f.)

En Ecuador por ser un clima cálido se produce el cacao ya que es un fruto tropical cuyo fruto es un racimo de unos 5 a 8 metros de altura sus hojas son alargadas y su flor es pequeña su fruto está formado por un cascarón largo que por dentro contiene granos cubiertos de un dulce sabroso en sabor y olor su nombre científico fue denominado como *theobroma cacao*. Su cultivo se encuentra mayormente en el litoral y en la Amazonia. Es un árbol con flores pequeñas que se observan en las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar. La producción de cacao se encuentra principalmente en los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos. (H., 2013)

En milagro cabe resaltar que la producción y rentabilidad del cacao se encuentra afectada por varios factores externos como : plagas, clima de la

zona, altos precios de insumos agrícolas provocando inestabilidad en la producción y mala calidad del producto, en lo que cabe en la rentabilidad se vio afectada en gran parte en su descenso en los últimos años ya que existe en exceso de producción y la ausencia de planes por parte del gobierno para mejorar la situación , además en ocasiones los costos de producción son más elevados que el precio de venta.

Ecuador se convirtió en el primer exportador de cacao en grano en América y ocupa el cuarto puesto en el mundo, entre todos los tipos de este producto, lo que representa un aumento del 168% en estos últimos 10 años.

Este incremento se dio gracias al proyecto de reactivación de café y cacao nacional fino de aroma, que ejecuta el ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca (MAGAP). (Ministerio de agricultura y ganadería, s.f.)

El proyecto tiene como objetivo mejorar la economía de los productores de estos cultivos, mediante el impulso a las plantaciones existentes y el establecimiento de nuevas plantaciones. (Ministerio de agricultura y ganadería, s.f.)

En Ecuador se cultivan dos clases de cacao: El cacao ccn-51 y el denominado cacao nacional. Es un cacao fino de aroma conocido como “arriba”, desde la época colonial. El Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento del mercado mundial con un 63%. (H., 2013)

2.1.1. Producción y desarrollo del cultivo del cacao

Al desarrollar una plantación de cacao esta se requiere tener una superficie adecuada para obtener una producción sustentable. El sector seleccionado debe obtener todo tipo de suelo, condiciones climáticas para establecer una plantación productiva con las respectivas labores necesarias.

El cacao es exigente en cuanto a sus requerimientos climáticos, para un óptimo crecimiento y producción. Temperaturas de 24-29 °C son adecuados; cuando jóvenes son sensitivas a temperaturas superiores a

32 °C que pueden ocasionar daños a las hojas jóvenes. (...) se desarrolla en terrenos no inundables preferiblemente en suelos fértiles ricos en materia orgánica, profundos, con buen drenaje y pH 3,9 que puede manejarse con fertilización. Tolera a negación temporal de ciclo corto. (anonimo, 2018)

El área cacaotera ecuatoriana no sufre de vientos fuertes originados en sistema atmosféricos, por estar en la zona ecuatorial, ni es afectada por huracanes o depresiones tropicales.

La composición del suelo en su mayoría en las cercanías de las cordilleras es de origen ígneo volcánico y cuando más se acerca al mar se vuelve más aluviales, lo que hace que los suelos sean ricos en materia orgánica y elementos nutritivos para los cultivos. (negocios, 2008)

En una plantación de cacao, incluyen los costos de instalación: preparación del suelo, plantación de cacao, podas de formación, control de malezas, aplicación de fertilizantes. Está compuesta con una infraestructura que compone canales de drenaje, riego, caminos internos, fermentadores y secadoras.

El mantenimiento de esta producción se requiere de un gran capital que cubra la realización de podas de mantenimiento, aplicación de fertilizantes, control de malezas, fungicidas, pesticidas, cosecha y beneficio posterior del grano. La mayoría de los productores utilizan métodos de prevención y control natural, ya que no cuenta con certificación de ser orgánicos.

2.1.2. Comercialización del Cacao

El cacao se lo comercializa por medio de asociaciones de productores que son: comisionistas, intermediarios y exportadores. La comercialización de cacao está formada por una estructura de canales que difiere de región a región.

Los agricultores venden el grano a pequeños acopiadores en sus locales y otros acopiadores visitan las fincas individuales del agricultor.

Una vez que los acopiadores están abastecidos del grano de cacao lo pasan a vender a mayoristas quienes, a su vez, lo revenden a exportadores.

Al otro lado de esta comercialización del cacao, se lo vende directamente al exportador. Ya que se lo realiza a través de un grupo de asociaciones y cooperativas de productores de cacao, en ocasiones las agrupaciones exportan directamente

2.1.3. Precio

Por el saco del grano de cacao hoy en día se paga entre \$110 y \$120 por la venta de su producto, ya que a inicio del año se vendía a \$70 y \$80 el saco. Estos precios iniciaron hace 2 años atrás e inicios de este año por lo tanto los agricultores no tenían recursos para mantener el cultivo adecuadamente.

En el mercado internacional el precio por tonelada de cacao es de \$2000, y ahora está en los \$2.700 y \$ 2.800 por lo tanto favorece al sector cacaotero ya que nos permitirá un mejor estilo de vida y así seguir en la producción al incrementar y darle un manejo idóneo a sus cultivos.

2.2. Historia de contabilidad

Según katalyna Uricoechea, (2012) la contabilidad existía de forma profesional en el antiguo Egipto también existió teneduría la dinastía chou (1256-1122 a.c) con el fin de registrar el origen y destino de los impuestos solo hasta 1885 se empezó a hablar de contabilidad de costes sin decir que no se existiera si no que se empezó a tomar como disculpa. Antes del siglo XIX las transacciones tenían lugar en el mercado entre un propietario (empresario) e individuos ajenos a la empresa (proveedores de materia prima, trabajadores a destajo y clientes). (Uricoechea, 2012)

Se entiende que en el antiguo Egipto la contabilidad existió de forma profesional y teneduría la dinastía para registrar el origen y destino de los impuestos. En 1885 la contabilidad empezó a hablar de costes, antes del siglo XIX las transacciones obtuvieron lugar en el mercado.

Según estudios se dice que se llevaban algunos libros en donde se registraban los costos para el tratamiento de los productos, estos libros recopilaban las memorias de la producción y se podrían considerar como los actuales manuales de costos. Se entiende que estudiaban libros en

los cuales registraban tratamientos para una mejor producción. (Giovanny Gómez, 2002)

Según Estefanía Mac, (2019) la contabilidad es la manera en que las empresas y las personas hacen seguimiento de los gastos que tienen, de la manera en que pueden utilizar su presupuesto y una herramienta inigualable para vigilar nuestras finanzas. (Mac, 2019)

Se entiende que por medio de la contabilidad las empresas y personas hacen seguimientos de gastos para que así puedan utilizar un presupuesto, herramientas inigualables para obtener presente nuestras finanzas.

En un sentido general, la contabilidad de costos es la técnica empleada para recoger, registrar y reportar la información relacionada con los costos y, con base en dicha información, decidir de manera óptima y adecuada relacionada con la planeación y el control de los mismos. Dicho de otra forma, similar, la contabilidad de costos es un sistema de información empleado por la empresa para determinar, registrar, controlar, analizar e interpretar toda la información relacionada con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento de la entidad. (Giovanny Gómez, 2001).

La contabilidad de costos es un sistema de información que se encarga de recoger, registrar, recopilar datos con base de dicha información en manera óptima está relacionada con la planeación y el control de los mismos.

A decir de Gutiérrez y Román, (2005) los costos de producción son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados, además Estévez, (2013) manifiesta que los Costos de Producción Agropecuarios, van por lo general, desde la selección y preparación del terreno hasta la venta de los productos agrícolas y pecuarios, según corresponda; y estos costos de producción, expresan la magnitud de los recursos materiales, laborales y monetarios necesarios para alcanzar cierto volumen de producción. (Niño, 2011)

Los costos de producción se entienden que transforma la materia prima por productos terminados además de expresar los recursos materiales, laborales, monetarios para así alcanzar un volumen de producción.

Es necesario resaltar la importancia que tiene el costo de producción en la fabricación de un producto, ya que al no realizar un análisis minucioso de la carga de dichos valores al producto este puede ocasionar un incremento en sus costos y por ende su precio se elevaría, conllevando a que los consumidores no adquieran el producto sino al de la competencia que puede tener en menos costo.

La rentabilidad financiera son los beneficios obtenidos por invertir dinero en los recursos financieros, es decir, el rendimiento que se obtiene a consecuencia de realizar inversiones. (mytriplea, 2018)

Por consiguiente, al verificar si la hacienda "Herrera Sánchez" tiene establecido algún modelo de análisis de costos de producción y comercialización se evidencia su ausencia del mismo, lo que le ha conllevado a manejar su rentabilidad financiera de manera empírica, sin tener resultados que le permita tomar decisiones a favor en engrandecer su patrimonio.

2.3. Antecedentes referenciales

El siguiente tema de investigación está formado por teoría contable, costos de producción y comercialización que se describe a continuación se redactara la fundamentación teórica del presente trabajo.

2.4. Microempresa

Microempresa es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicio, con la finalidad de obtener beneficios económicos y personales. Su capital máximo es de US\$25.000 y el número de trabajadores no supera los 10, incluyendo el dueño. (Aguirre, 2006, p.38)

Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una

facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma

La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas empresas. Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

2.5. Contabilidad financiera

Recolecta y transmite información del estado financiero de determinada empresa. Presenta estados contables a terceros, como los dueños, accionistas, gerentes, socios, inversionistas, organismos públicos y al público en general.

Se utiliza para obtener de forma estructurada y sistemática información cuantitativa expresada en unidades monetarias. Muestra el panorama a grandes rasgos de la situación financiera de la empresa, por medio de los balances de situación y de pérdidas y ganancias.

En general la contabilidad financiera ofrece a personas ajenas a la empresa a datos como: liquidez, solvencia, ciclo de caja, rentabilidad económica, rentabilidad financiera y apalancamiento. (Matías Riquelme, 2017)

La contabilidad financiera nos enseña a utilizar de forma adecuada y sistemática una información de manera solvente en unidades monetarias de una determinada entidad. Además, nos presenta estados contables a terceros, como a los dueños, accionistas, socios, gerente, etc. también nos muestra los riesgos de la situación financiera en la empresa a través de los balances de situación, de pérdidas y ganancias y así mostrar su liquidez, ciclo de caja, rentabilidad económica, y rentabilidad financiera.

2.5.1. Objetivos

El objetivo general de la contabilidad financiera es generar información útil y oportuna para la toma de decisiones de los diferentes usuarios, de la misma forma es objeto de la contabilidad financiera:

- controlar todas las operaciones financieras realizadas en las entidades.
- informar sobre los efectos que las operaciones practicadas han producido a las finanzas de la empresa.

En términos generales la contabilidad puede ser definida como: la técnica que se utiliza para producir sistemática y estructuradamente información cuantitativa expresada en unidades monetarias de las transacciones que realiza una entidad económica. (Lara Martínez, 2005)

Genera información útil y oportuna al momento de tomar decisiones para la entidad.

- Controla operaciones financieras
- Informar operaciones practicadas en la empresa
- Es la técnica que produce información de la economía de la empresa.

2.6. Contabilidad de costos

En un sentido general, la contabilidad de costos es la técnica empleada para recoger, registrar y reportar la información relacionada con los costos y, con base en dicha información, decidir de manera óptima y adecuada relacionada con la planeación y el control de los mismos. Dicho de otra forma, similar, la contabilidad de costos es un sistema de información empleado por la empresa para determinar, registrar, controlar, analizar e interpretar toda la información relacionada con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento de la entidad. La contabilidad de costos tiene un enfoque gerencial ya que proporciona información básica a los gerentes de las empresas de cara a la adecuada planeación y el control de la misma, así como para el costeo de sus productos y servicios. Por lo tanto, esta contabilidad ayuda a los gerentes a tomar mejores decisiones dentro de la empresa. (Giovanny Gómez, 2001).

La contabilidad de costos es una técnica empleada para recoger, registrar, y reportar información de manera óptima y adecuada que está

relacionada con la planeación y el control de una entidad controla, analiza toda la información relacionada con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento de la entidad, además de proporcionar información básica a los gerentes de la empresa.

2.6.1. Objetivos de la contabilidad de costos

- Proporcionar la información para determinar el costo de ventas y poder calcular la utilidad o pérdida del período.
- Determinar el costo de los inventarios, con miras a la presentación del balance general y el estudio de la situación financiera de la empresa.
- Suministrar información para ejercer un adecuado control administrativo y facilitar la toma de decisiones acertadas.
- Facilitar el desarrollo e implementación de la estrategia del negocio.

Giovanny Gómez, (2001)

Los objetivos de la contabilidad de costos nos ayudan a suministrar información para un mejor control administrativo, además de estudiar estrategias del negocio, proporciona información que determine el costo de venta para poder calcular una utilidad o pérdida del periodo.

2.6.2. Clasificación de los costos

- **Costos de Producción:** Estos se relacionan al cuánto implica la elaboración de un artículo o el ofrecer un servicio.
- **Costos de Mercadeo:** Esto se reduce a la promoción y venta.
- **Costos Administrativos:** Los encargados de generar los pagos al personal en general.
- **Costo Financiero:** Buscan la manera de obtener dinero para que siga en pie la compañía y al mismo tiempo, los encargados de cancelar esos créditos o prestamos realizados.

2.7. Costo de producción

Según Gutiérrez y Román, (2005) los costos de producción son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados, además Estévez, (2013) manifiesta que los Costos de Producción Agropecuarios, van por lo general, desde la selección y preparación del terreno hasta la venta de los productos agrícolas y pecuarios, según corresponda; y estos costos de producción, expresan la magnitud de los recursos materiales, laborales y monetarios necesarios para alcanzar cierto volumen de producción. (ingeniería, 2005)

Transforman la materia prima en productos terminados, también trabaja en la selección y preparación del terreno hasta la venta de la producción agrícola expresa la magnitud de los recursos materiales, laborales monetarios y así alcanzar un gran volumen de producción.

2.7.1. Importancia de costos de producción

- Por el ámbito empresarial todo empresario debe conocer y analizar los costos de un producto o servicio.
- Facilita las decisiones que se presentan con relación a los recursos materiales y humanos que poseemos.
- Proporciona un informe que ayudan a medir la utilidad y evaluar el inventario (estado de resultados y balance general).
- Ofrece información administrativa de las operaciones y actividades de la empresa.
- Proporcionan información a la administración para fundamentar la planeación y la toma de decisiones.
- Garantiza la toma de decisiones para obtener mejores resultados, con el mínimo gasto.
- Medir el comportamiento sobre la eficiencia y eficacia de la empresa y sus dependencias.
- Conocer que bienes o servicios producen utilidades o pérdidas y en que magnitud.

- Se utiliza para controlar los costos reales en comparación con los costos predeterminados; es decir, la comparación entre el costo presupuestado con el costo realmente generado.
- Al desconocer de los costos puede acarrear riesgos para la empresa, y en los mayores casos el cierre de la empresa. (de Blogger, s.f.)

Se entiende que un empresario conoce y analiza los costos de producción o de un servicio, además de facilitar información sobre los recursos materiales y humanos que se posee. En un informe ayuda a medir la utilidad, evaluar los inventarios y medir el comportamiento de la eficacia y eficiencia de la entidad. Además de conocer los bienes y servicios que producen utilidades y pérdidas en gran magnitud. (de Blogger, s.f.)

2.8. Clasificación de los costos

Los costos pueden clasificarse de acuerdo a sus relaciones con la producción. La clasificación está relacionada directamente con los elementos del costo de un producto y es el principal objetivo del control. Las dos categorías basadas en las relaciones con la producción son los costos primos y de conversión.

- **Costos primos:** son los materiales directos y la mano de obra directa, es decir los costos relacionados directamente con la producción del artículo.
- **Costos de conversión:** son los relacionados con el procedimiento de materiales dentro de los productos terminados. Los costos de conversión son la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Los costos se clasifican en relación a la producción y sus elementos los principales son costos primos y costos de conversión.

Los costos primos: es el material directo, mano de obra

Los costos de conversión: se relacionan en materiales de productos terminados

2.9. Tipos de costos de producción

2.9.1. Costos fijos

Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio o emprendimiento. Puedes tener meses que no produzcas o vendas, pero en los que de todas formas deberás pagar.

María Paz Peralta, (2015)

Se entiende que, en una empresa o negocio, aunque no produzca ningún tipo de cultivo los dueños o socios del mismo deberá pagar sus egresos normalmente.

2.9.2. Costos variables

Son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar. (Peralta, 2015)

En este ítem nos indica que la entidad o negocio los socios o dueños deben pagar por el volumen de producción y por sus servicios.

2.9.3. Costo total

Según Duque Navarro, (2018) El costo total corresponde a la totalidad de los costos implicados para conocer o determinar el costo de sus productos o servicios. Esto quiere decir que si se quisiera analizar los costos totales de un producto se tendría que conocer los costos totales de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación:

Costo total de producción = Materia prima + Mano de obra + CIF
(Navarro, 2018)

Se encarga de la totalidad de los costos de una producción o de los servicios prestados, como mano de obra y costos indirectos de fabricación.

2.9.4. Costo unitario

Según Duque Navarro, (2018) El costo unitario permite determinar el costo por una unidad de su producto o servicio, es decir que, al analizar este tipo de costo, usted podrá determinar cuánto cuesta en materia

prima, en mano de obra y en costos indirectos de fabricación a nivel unitario:

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{No. de unidades fabricadas}}$$

Se entiende que por medio de una fórmula se puede determinar el valor de un producto o servicio por unidad, además de permitir conocer a nivel unitario mano de obra, materia prima. (Navarro, 2018)

2.9.5 Costo Indirecto de Fabricación

Se considera costos indirectos de fabricación a todos los costos que no se les pueda incluir directamente en la partida del proceso de fabricación, o que no se identifican con el producto.

Estos costos son imprescindibles en la empresa o negocio para la ejecución o puesta en marcha de la producción. Es por ello que son absorbidos en su totalidad por la producción.

En definitiva, los costos indirectos de fabricación son todos aquellos costos que no son materiales directos, mano de obra, gastos administrativos o ventas. (enciclopediaeconomica, 2017)

2.10. Elementos del costo de producción

- Materia prima
- Mano de obra
- Costos indirectos

Todo proceso de producción empieza y termina con un orden determinado. A medida que el proceso productivo avanza, lo que fue materia prima se aproxima más a ser un producto acabado. La contabilidad de costos en empresas manufactureras se enfoca a la valuación de inventarios de productos en proceso y de productos terminados.

La producción tiene un orden determinado que avanza en la materia prima y se aproxima más en ser producto terminado.

2.10.1. Materia Prima

Se clasifica por dos elementos naturales o en productos terminados de una industria al componer un producto.

- materia prima directa
- materia prima indirecta.

2.10.2. Materia prima directa: La industria utiliza elementos naturales o productos terminados para identificar fácilmente al elaborar un producto.

2.10.3. Materia prima indirecta: se puede identificar fácilmente en un producto, al tener poca importancia en el mismo. Al hablar del primer elemento del costo como es la materia prima estaríamos hablando de la materia prima directa.

2.10.4. Mano de Obra

Los trabajadores invierten su tiempo en un proceso de producción de manera manual y mecánica que se utiliza al fabricar los productos, es decir se lo denomina costo de tiempo.

2.10.5. Mano de obra directa e indirecta.

La directa incluye todo el tiempo del trabajo que directamente se aplica a la fabricación física del producto. La indirecta al tiempo invertido en el proceso productivo pero que no se relaciona directamente con los productos, sino que se ayuda.

2.10.6. Costos Indirectos

Los costos indirectos no pueden ser cuantificables en forma individual dentro a los productos ya que están incluidos todos los costos al realizar y producir una operación productiva. Los costos están integrados por los siguientes:

- Materia prima indirecta
- Mano de obra indirecta
- Gastos Indirectos de fábrica

2.11. Costo de comercialización

Se los denomina costos de comercialización a los conjuntos de actividades desarrolladas con objetivo de facilitar al agricultor la venta de su producción y así poder generar rentabilidad.

Los cuales son los siguientes:

- Sueldos a trabajadores
- Comisión por venta
- Flete del establecimiento del productor hasta que llegue al consumidor. etc.

2.12. Rentabilidad financiera

Según Iván García, la rentabilidad financiera engloba el beneficio que consiguen los distintos socios de un negocio. Se encarga de medir la capacidad de una empresa para generar ingresos a partir de sus fondos. Hace referencia a la relación entre el beneficio neto y el patrimonio neto de la compañía. (Garcia, 2017)

La rentabilidad financiera se puede mejorar de varias maneras:

- Incrementando la deuda para que resulte mayor la diferencia entre el activo y los fondos propios
- Incrementando el margen
- Reduciendo el activo o aumentando las ventas (Garcia, economiasimple.net, 2017)

La rentabilidad financiera beneficia a los socios de una entidad o negocio esta mide la capacidad de la misma para así poder generar ingresos desde sus fondos. Se referencia entre beneficio neto y el patrimonio de los socios de una entidad o negocio, también se puede mejorar de varias formas como: incrementar su margen.

2.12.1. Margen de rentabilidad del cacao

= (valor venta a exportadores/costo-1) x100

A continuación, se relaciona los trabajos fundamentales:

1.- “proyecto de factibilidad para la producción de cacao con vista a la exportación en la finca “Lesly” ubicada en la provincia de santo domingo de los Tsáchilas”. (Guerron, 2018).

Autor: Raquel Lucia Guerron San Martin

Institución: universidad católica de Santiago de Guayaquil

El proyecto de titulación del autor (Guerron, 2018) tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad de la finca “Lesly” para la producción y exportación de cacao para evaluar su sostenibilidad empresarial.

Al realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de cultivo de cacao.

Desarrollar el estudio técnico que determine los recursos a utilizar en el desarrollo del proyecto y así elaborar una evaluación financiera del proyecto para determinar su rentabilidad.

2.- “análisis de la producción agrícola exportable de cacao teobroma cacao en el cantón Simón Bolívar de la provincia del guayas y su impacto socioeconómico en el periodo 2010 a 2014”. (Escalante, 2016)

Autor: Marlon Manuel Escalante Campuzano

Institución: universidad de Guayaquil

El proyecto de titulación del autor (Escalante, 2016) tiene como objetivo describir el proceso productivo del cacao de exportación para identificar el valor del cacao, además de estudiar una gran problemática pro parte del sector cacaotero de la provincia del guayas. También debemos evaluar el impacto socioeconómico que se obtiene en una producción del mismo, además de crear una asociación comercializadora de los productos derivados del cacao y así poder incentivar al desarrollo socioeconómico.

3.- “análisis de producción del cacao y su rentabilidad agrícola en el cantón milagro provincia del guayas, ecuador” (Flores, Juela, 2018).

Autores: Angélica Estefanía Flores Miranda y Juela Jadan Gladys Elizabeth

Institución: universidad estatal de milagro

El proyecto de titulación de los autores (Flores, Juela, 2018) tiene como objetivo determinar la regulación del precio del cacao, la cantidad de producción por superficie por cuadra, además de examinar los precios de los insumos agropecuarios para el proceso de dicha producción.

El estudio realizado indica que los pequeños productores obtienen varias irregularidades y fracaso productivo al no poseer una central de acopio que regule el ente público, que permitan entregar de manera rápida y directa a los comerciantes mayoristas y así poder elevar su precio.

2.13 FUNDAMENTACION LEGAL

El presente trabajo de investigación tiene como fundamento legal la normativa de orden vigente para regular y modificar la actividad en materia prima agropecuarias del cacao, además, que lo respaldan; La Constitución de la República del Ecuador (2008) y El Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021)

Constitución de la República del Ecuador

Constitución de Soberanía Económica

Art-283. En este artículo se entiende que el estado ecuatoriano impulsa a empresas de gran producción y por medio de políticas protegen el desarrollo económico en la hacienda “Herrera Sánchez”.

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal (Constitución de la República del Ecuador, 2018, pág. 157).

En este artículo se estipula que el estado regulara, controlara e intervendrá y sancionara al que explote la especulación de bienes y servicios además el perjuicio al derecho económico y demás bienes públicos y colectivos, además de proteger y orientar los precios de la producción nacional, se sancionara para evitar cualquier práctica de monopolio o abuso en el mercado.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (ECUADOR, 2008)

Según define la ley el estado asegurara e impulsar el comercio justo a bienes y servicios de buena calidad, además de su transparencia y eficacia en los mercados.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica (Constitución de la República del Ecuador, 2018, pág. 157).

En conclusión, a este artículo se dice que el estado promueve el desarrollo de infraestructura para un acopio, transformación, transporte y así priorizar la comercialización además de mejorar la economía ecuatoriana.

Capítulo de Trabajo y Producción

Art. 320.- esta ley propone sujetarse a principios y normas de calidad, que estimule una organización de los procesos de producción además de la valoración del trabajo y eficiencia económica y social en la hacienda “Herrera Sánchez”

NIC 41 ACTIVOS BIOLÓGICOS

Esta norma se dirige al sector agrícola; son los productos obtenidos de los activos biológicos de una entidad, pero solo hasta su punto de cosecha o recolección, de ahí en adelante son de la NIC 2 inventario.

Además de tener como objetivo prescribir un tratamiento contable, la cual el agricultor presente los estados financieros e información a relevar en

relación con la actividad agrícola cada año en sus ventas y costos en su producción de la hacienda “Herrera Sánchez”.

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021” Toda Una Vida”

El presente trabajo de investigación tiene un alcance y concordancia con el plan nacional del buen vivir establecido en políticas y objetivos

Tenemos como ejemplo en el eje 2:

Eje 2.- Economía al servicio de la Sociedad

El Eje 2 señala: al sector rural que obtiene un porcentaje bajo en la producción y comercialización de productos vulnerables, se requiere incentivos regulaciones y políticas para que promuevan la productividad y competitividad. Además de proteger el medio ambiente es necesario y justo trabajar con dedicación al buen vivir Rural.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

El Ecuador cuenta con una base importante de recursos naturales, renovables y no renovables, que determinan el crecimiento económico en la extracción de su producción y comercialización de materias primas, los cuales impulsaron un modesto proceso de desarrollo productivo que genera una estructura productiva de escasa especialización y bajo contenido tecnológico a un sector importante de servicios dependientes.

Objetivo 6: desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir Rural.

Se trata de un incremento productivo el cual no consideraban al medio ambiente ni al suelo o el agua, por lo consiguiente las políticas se concretaron, generalmente con programas sectoriales que fueron clasificados como de “lucha” contra la pobreza rural y así apoyar a los pequeños agricultores y campesinos ante una cadena productiva. Además de brindar una innovación a la posibilidad de implementar nuevas técnicas productivas para una mejor transformación a la agricultura

familiar campesina a medida que va surgiendo a la tecnología se puede experimentar de manera exitosa ya que es de menor costo y de aplicación fácil.

2.14. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable independiente: costo de producción y comercialización

Costo de producción

Es la estimación monetaria de un gasto al generar durante un proceso de transformación de un artículo determinado dentro una entidad, directo como indirecto al realizar un seguimiento y control del gasto.

Ya que es de gran importancia para la entidad por que podrá tomar decisiones para un determinado precio del producto, y así obtener una mayor ganancia y poder recuperar lo invertido.

Costo de comercialización

Los extensionistas y los agricultores necesitan entender los costos de comercialización para convertir los precios dados por el sim en precios a puerta de finca que incluyen...

Los costos de transporte pueden establecer una gran diferencia entre el precio de mercado y el precio a puerta de finca.

Variable dependiente: rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera obtiene varias decisiones y políticas, la rentabilidad muestra un efecto combinado de la liquidez, administración del activo además de ejercer deudas sobre los resultados de las operaciones. La rentabilidad tiene un beneficio resultante en las operaciones de una entidad o negocio con un capital invertido.

2.15. DEFINICIONES CONCEPTUALES

1. **Contabilidad de costos.** – Rama de la contabilidad general que sintetiza y registra los costos de las empresas manufactureras, de servicios y comerciales de una empresa, con el fin de que puedan medirse, controlarse e interpretarse. (Guerrero, 2019)

2. **Costo de producción.** – Incluye los costos de transformación que lleve a cabo una empresa, como la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, y las variaciones de los inventarios de productos en proceso y de los inventarios de productos terminados. (Guerrero, 2019)
3. **Costo de comercialización.**- se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. (Camarena, 2015)
4. **Rentabilidad.** – se refiere a los beneficios conseguidos o que pueden obtenerse procedentes de una inversión realizada con anterioridad. Este concepto resulta muy importante tanto en el ámbito empresarial como el de las inversiones, ya que permite conocer la capacidad de una compañía para remunerar los recursos financieros empleados. (Garcia, economiasimple.net, 2017)
5. **Contabilidad financiera.** – es una área de la contabilidad que tiene como objetivo preparar y elaborar información contable destinada a los usuarios. Dicha información está sujeta a una regulación externa a la empresa (del estado, de organizaciones profesionales, etc.) (Alcarria, 2002)

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Para diagnosticar los costos de producción y comercialización previo a su determinación de la rentabilidad financiera de la hacienda “Herrera Sánchez”. Se ejecuta actividades de carácter ocupacional que se describe a continuación.

3.- Presentación de empresa

La hacienda “Herrera Sánchez” está registrada a nombre de Víctor Herrera Mosquera, la cual es conocida en la localidad como La hacienda “Herrera Sánchez”, misma que fue adquirida a inicios del año 2009 por medio de herencia de sus padres, es dueño de 3 hectáreas de cultivo de cacao nacional y de poca producción, los propietarios Víctor Herrera Mosquera y Flora Sánchez Monteros realizaron la plantación de cacao en el año 2010 también se efectúa siembra de plátano ya que su ciclo de producción es más corto, aproximadamente 8 meses a diferencia del cacao que es de 3 años.

A medida que la producción de la misma fue aumentando, se sostuvo un capital adicional del cual se logró adquirir por medio de compra, 3 hectáreas más de terreno vacío en los cuales se realizó la plantación de cacao, en la actualidad se cuenta con 6 hectáreas del cultivo de cacao del tipo CCN51.

La hacienda cuenta con 3 trabajadores esporádicos, los cuales son empleados en tiempo de cosecha además también se cuenta con equipo agrícola como bombas de agua a motor, sistema de riego por aspersión, guaraña, machetes, podones, zaranda y secadora de cacao.

Los dueños son integrantes de la asociación cacaotera situada en Recinto Campamento, parroquia Roberto Astudillo, del Cantón Milagro provincia

del Guayas. Al momento de realizar la comercialización del producto se obtiene una mayor rentabilidad en esta asociación cacaotera, la cual vende el producto a la compañía de exportación agro vida además de contar con 2 sellos orgánicos importantes uno de ellos es el comercio justo pagan anualmente por tonelada \$200 adicionales.

Su principal proveedor en venta de productos agropecuarios

Misión:

Obtener una producción de cacao de mejor calidad, innovar los procesos de mantenimiento y producción del mismo mediante técnicas y estudios del cultivo que sean amigables con el medio ambiente respetando el ecosistema favoreciendo al progreso socioeconómico de manera responsable para la naturaleza de la provincia del Guayas.

Visión:

Formar parte de las mejores haciendas productoras de cacao ofreciendo a nuestros clientes una mejor calidad y aroma, a su vez garantizar la imagen de los agricultores dedicados a la producción del cacao promoviendo el desarrollo integral en el mercado internacional.

En la siguiente tabla 3.1.2 indicaremos el total de trabajadores al producir el cacao en la hacienda “Herrera Sánchez”

En la siguiente tabla 3.1.3 indicaremos el total de trabajadores al producir el cacao en la hacienda “Herrera Sánchez” según su categoría ocupacional.

3.1. Diseño de investigación

En la presente investigación, se asume un enfoque mixto; es decir, cuali-cuantitativo, considerando el modo en que se llevará a cabo el procesamiento e interpretación de los resultados

Investigación descriptiva

Consiste en dar a conocer situaciones y costumbres mediante la descripción exacta de actividades, objetivos, personas. No está limitada en la recolección de datos, sino en identificar las relaciones que tienen entre dos o más variables, para obtener la información correcta se analiza cuidadosamente la base de datos de una hipótesis o teoría la misma que

se resume de manera ordenada los resultados reflejados en dicha investigación.

Cuantitativo

Consiste en los valores numéricos de encuestas y entrevistas obteniendo su debido resultado. Y así poder analizar el estudio de la muestra y sus variables, este método no descubre el valor sino, es la construcción del conocimiento sobre los valores reales.

Esta investigación permite reconocer los métodos, técnica, y procedimientos que se requiere para el control de los costos en los insumos para la producción del cacao. También se podrá definir el margen de rentabilidad, y cuanto se produjo en referencia se identifica el valor de los insumos, mano de obra, y demás costos que forman parte del proceso de producción.

Cualitativo

Tiene como objetivo detallar cualidades de fenómenos que buscan formar parte de la realidad, explorando participación de un ambiente natural en relación de un contexto. Además de desarrollar preguntas durante y después de un recolección y análisis de datos importantes.

3.2.- Población y Muestra

Población

En la presente investigación tiene la población objeto de estudio, está integrado por pequeñas agrupaciones dedicadas a la producción de cacao perteneciente a 25 socios en la asociación de agricultores “agro vida” del Cantón.

La población escogida son pequeños productores de cacao, ya que se han dedicado ya varios años atrás a dicho cultivo, y así poder obtener datos relevantes y reales para este proyecto.

Definimos a la población como el universo o conjunto de la totalidad de elementos para hacer un estudio de investigación, la misma puede ser finita o infinita.

Muestra

Es definida parte representativa de una población, se extrae de manera técnica de muestreo al formar parte o ser un subconjunto de elementos seleccionados a la población para así enfatizar un estudio.

En la presente investigación se escogió como muestra a 12 agricultores, a continuación, detallaremos la población y muestra elegida

3.3 Técnicas de recolección de datos.

En la presente investigación se utilizarán en la presente investigación son:

1. Encuesta. La misma se aplicará a algunos agricultores y comerciantes de la Parroquia Roberto Astudillo
2. Entrevista: A agricultores y comerciantes(incluye al jefe de la hacienda)

La encuesta: Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla

La entrevista: Es recíproca, donde el entrevistado utiliza una técnica de recolección mediante una interrogación estructurada o una conversación totalmente libre; en ambos casos se utiliza un formulario o esquema con preguntas o cuestiones para enfocar la charla que sirven como guía. Es por esto, que siempre encontraremos dos roles claros, el del entrevistador y el del entrevistado (o receptor).

A continuación, se presentan los instrumentos de investigación que se utilizarán para diagnosticar el problema

Encuesta dirigida a los agricultores

Objetivo: Obtener información acerca de criterios y puntos de vistas de agricultores y comerciantes, sobre del margen de rentabilidad al momento de obtener o sacar al mercado la producción y comercialización del cacao, así como propuestas de acciones para la mejora.

Agradecemos de antemano su cooperación en responder las siguientes preguntas.

Datos de interés:

1. Edad:

- 25- 30
- 31-35
- 36- 40
- 41-45
- >45

2. Producción:

- Pequeña (< xx Has.)
- Regular (> xx Has.)

Sección General (Señale con un visto)

3. ¿Cuántos años lleva usted en la producción de cacao?

- 10
- 15
- 20

4. ¿Cuántos quintales de cacao se produce por quincena?

- 5 – 7
- 8 - 10
- 11 - 14

5. ¿Qué medio de comercialización utiliza al momento de vender su producción?

- Asociaciones
- Comerciantes pequeños

6 ¿Cuál es el precio que le pagan por quintal de cacao?

- Menos de 70
- 90 - 100
- o más

7. ¿Cuál sería el factor de mayor importancia que influye en el precio del cacao?

- Calidad
- Contrabando
- Intermediarios
- Otras

8. ¿Le resulta satisfactorio la forma que se comercializa su producto?

- Si
- No

9. ¿Cuál sería la mejor variable para obtener un precio rentable al momento de comercializar su producción?

- Evitar los intermediarios y buscar el contacto comercial directo
- compra en contrabando
- Otra (menciónela) _____

10. ¿Cuál es la influencia de los intermediarios en el precio final que obtiene por los quintales de cacao?

- Negativa

- Positiva
- No tiene influencia

11. ¿Usted utiliza o conoce alguna estrategia de comercialización?

- Si
- No
- talvez

12. ¿Considera usted que una estrategia de comercialización mejoraría las condiciones de venta de la producción?

- Si
- No
- talvez

Encuesta Dirigida a Comerciante

Objetivo:

Obtener información que ayude a tener una visión del proceso de mantenimiento, producción y comercialización desde el productor hasta el comercializador final con énfasis a los costos de dichos procesos.

Agradecemos su cooperación en responder las siguientes preguntas.

Datos de interés:

1. Edad:

- 25- 35
- 36-56

Sección General (Señale con un visto)

2. ¿Con que fin compra usted la pepa de cacao?

- Venta
- elaboración de productos derivados
- Otros (mencione)_____

3. ¿Cuáles son los lugares de comercialización del cacao que compra a los agricultores?

- Centros de acopio
- Asociaciones
- Exportaciones
- Empresas que elaboran productos derivados

4. ¿Cuál es su centro de almacenamiento para el cacao obtenido de la compra?

- Casa
- Bodega
- otros

5. ¿En qué tiempo usted realiza la comercialización luego de la compra a los agricultores?

- 0 – 3 días
- 4 - 7 días
- 1 semana >

6. ¿Cuál es el porcentaje de utilidad que usted obtiene por quintal de cacao?

- Menos de 5%
- 10%
- 15%
- o más

7. ¿Cuál es la cantidad aproximada de quintales de cacao que usted compra?

- 20 - 30
- 40 - 50
- 60 – o mas

8. ¿Cuál es el medio de pago que usted tiene con sus proveedores?

- Contado
- Crédito
- Otros

9. ¿Qué motivos le llevaría a usted a pagar menos del valor oficial?

- Mercado con sobre oferta
- Ingreso de contrabando
- Otros

10. ¿Qué tipo de cacao prefiere usted comercializar?

- Cacao nacional
- INIAP 15
- FL – 1480
- Otros

11. ¿En la venta del cacao que realiza, usted utiliza estrategias de comercialización con ese fin?

- Siempre
- Regularmente
- A veces
- Nunca

Entrevista

Objetivo: Obtener información acerca del comportamiento de la rentabilidad financiera de la empresa y su relación con los costos de producción y comercialización

- 1 ¿Cuál es la importancia en la producción y comercialización del cacao?
- 2 ¿Cuáles son los problemas y causas que contribuyen en la escasez que se presentan dentro de la comercialización del cacao de los productores?
- 3 ¿De qué manera ha afectado el precio bajo del cacao en los últimos años? ¿Cree que esta situación puede mejorar?
- 4 ¿Qué tan grande es el compromiso del estado con los productores de cacao?
- 5 ¿Cree usted que es rentable dedicarse a la producción y comercialización de cacao a pesar de las complicaciones que ha traído esta problemática?
- 6 ¿Debido a qué se debe el motivo, por el cual los productores de cacao venden a los intermediarios y porque no utilizan otro canal directo?
- 7 ¿Usted que propone para que mejore la comercialización del cacao?
- 8 ¿Cree usted que necesitan aplicar estrategias para que puedan comercializar los pequeños productores de cacao?

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos con la aplicación de instrumentos de investigación:

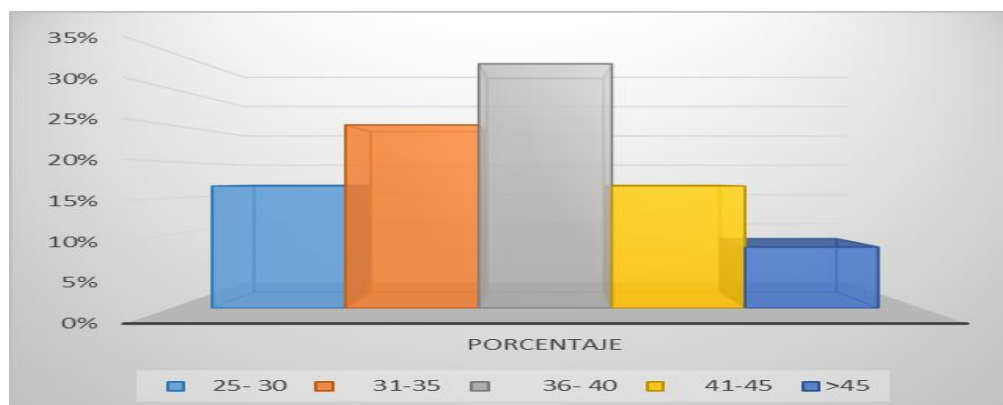
Encuesta.

La misma se aplicó a:

- doce pequeños productores de cacao, con el fin de obtener información concreta y directa, en el procesamiento de datos los resultados de la encuesta se lo realizo en Microsoft Excel, para facilitar rápidamente los resultados.
- Tres comerciantes de cacao en el sector, para conocer el criterio de cómo llevar a cabo la producción y comercialización del cacao y sus estrategias empleadas.

A continuación, presentamos los elementos utilizados en la recopilación de datos y demás técnicas que lo acompañan.

1. Edad

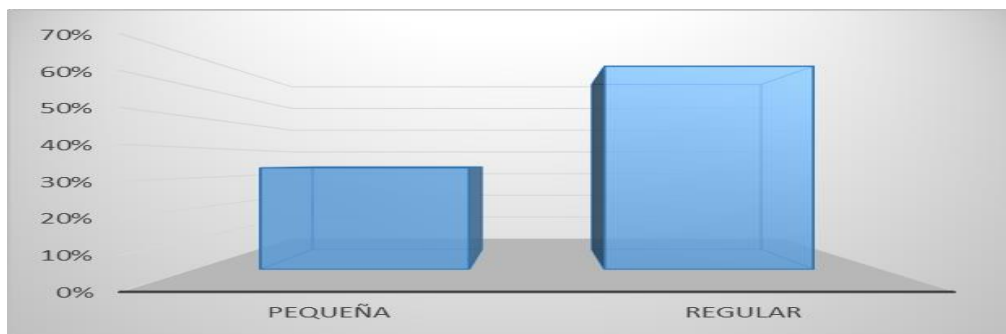


Elaborado por: La Autora

Figura 1 Pregunta No.1 Productores (Edad)

De la encuesta realizada a los productores de cacao se obtuvo la siguiente información que dentro de las edades de mayor índice son de 36-40 años de edad contando con un 33%, en lo que cabe en las demás edades de 31-35 con un 25%, entre las edades de 25-30 y 41-45 con un 17% y 45 en adelante con un 8%.

2. Producción

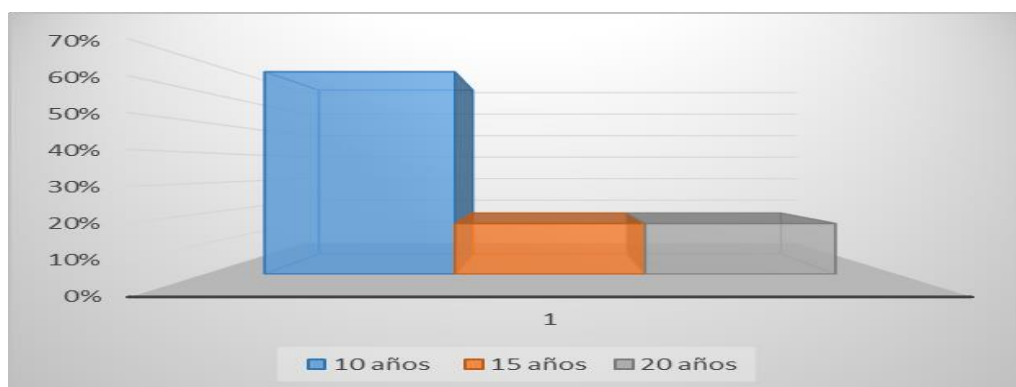


Elaborado por: La autora

Figura 2 Pregunta No.2 Productores (Producción).

Dentro de la información obtenida la producción regular cuenta con un 67% de productores de cacao poseen una extensión de terreno de más de 10 Has (regular) y un 33% poseen menos de 6 Has. (Pequeño)

3. ¿Cuántos años lleva usted en la producción de cacao?

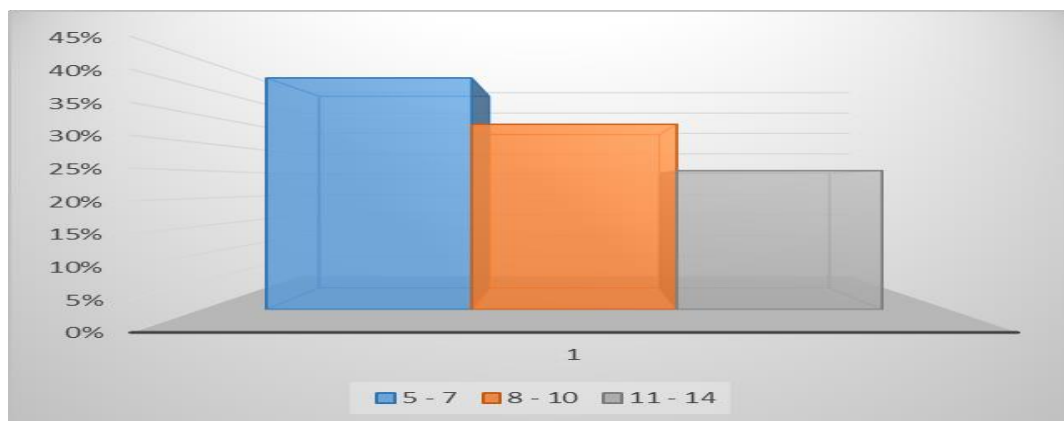


Elaborado por: La autora

Figura 3 Pregunta No.3 Productores (Tiempo de producción).

Dentro de la antigüedad en el que los agricultores se encuentran produciendo cacao tenemos que un 67% se encuentra en el rango de 10 años dedicados a esto, seguidos de un 17% que se encuentra en 15 y 20 años.

4. ¿Cuántos quintales de cacao se produce por quincena?



Elaborado por: La autora

Figura 4 Pregunta No.4 Productores (Quintales por quincena).

Se puede observar que debido a la cantidad de terreno se puede establecer que la producción promedio es de 5 a 7 quintales por mes representado con un 42% del total de encuestados, 8-10 quintales por mes representando con un 33%, y 11-14 quintales por mes representando con un 25%.

5. ¿Qué medio de comercialización utiliza al momento de vender su producción?

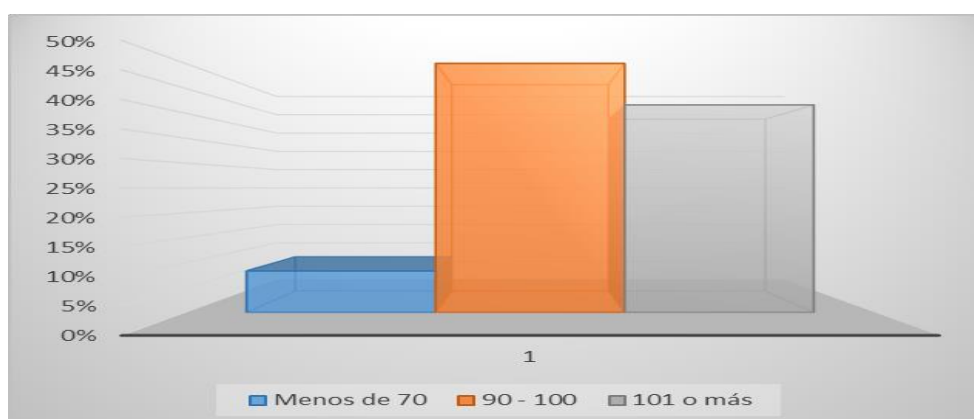


Elaborado por: La autora

Figura 5 Pregunta No.5 Productores (Comercialización). Elaborado

Se puede establecer por criterio de los productores que la vía más factible de comercialización se da por medio de asociaciones, teniendo así un 67% del total de agricultores encuestados mientras que otros agricultores optan por comercializar a comerciantes pequeños contando con un 33%.

6. ¿Cuál es el precio que le pagan por quintal de cacao?



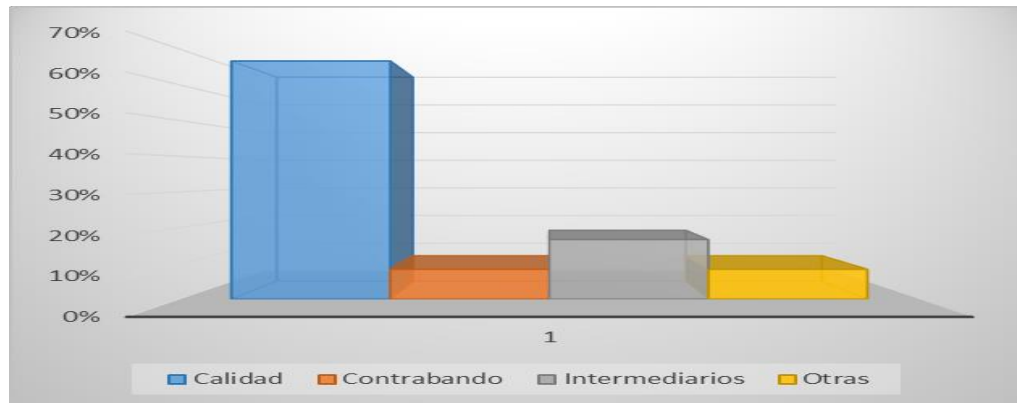
Elaborado por: La autora

Figura 6 Pregunta No.6 Productores (Precio del cacao).

Entre los encuestados un 50% indicó que el precio del cacao varía dentro de los 90 a 100 dólares por quintal, seguido de un 42% que afirmó

obtener de 101 dólares o más, mientras que un 8% el precio de cacao estaba a menos de 70 .

7. ¿Cuál sería el factor de mayor importancia que influye en el precio del cacao?

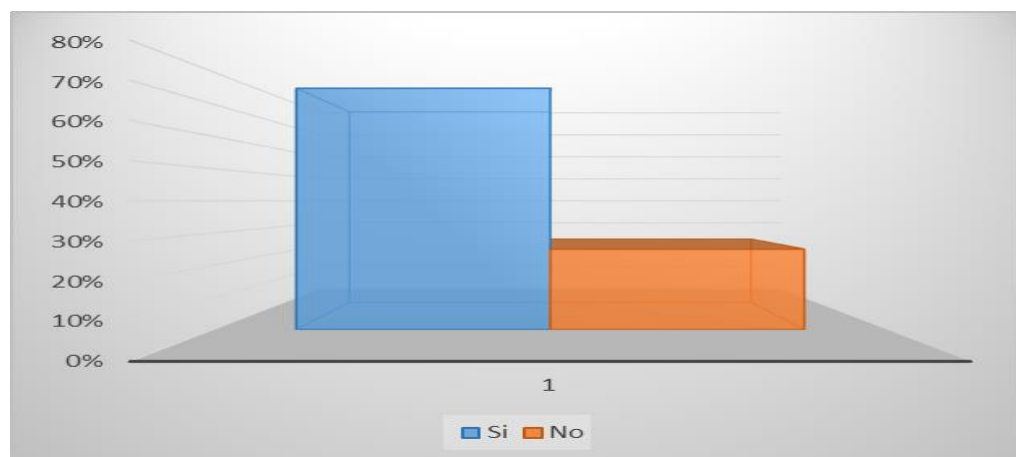


Elaborado por: La autora

Figura 7 Pregunta No.7 Productores (Precio del cacao).

Entre los encuestados, los comerciantes les gusta la calidad de la producción de cacao ya que es de gran importancia para la alimentación de la humanidad contando con un 67%, los intermediarios son señalados como el factor de mayor incidencia para que baje el precio del cacao al agricultor que lo comercializa, Otras causas mencionadas fueron: de contrabando y otras influencias con un 8%.

8. ¿Le resulta satisfactorio la forma que se comercializa su producto?



Elaborado por: La autora

Figura 8 Pregunta No.8 Productores (satisfacción de comercialización).

Dentro de la información recopilada el 75% de agricultores se encuentra conforme con la comercialización del cacao debido a las asociaciones ya que estas les brindan un mejor precio, también se tienen un 25 % de los mismos los cuales se encuentran inconformes al momento de comercializar su producto.

9. ¿Cuál sería la mejor variable para obtener un precio rentable al momento de comercializar su producción?



Elaborado por: La autora.

Figura 9 Pregunta No.9 Productores (precio rentable).

Elaborado por: La autora.

De todos los encuestados se obtuvo que un 83% expreso que para tener un precio más rentable se debe evitar los intermediarios y buscar el contacto comercial directo y el 17 % sostuvo que se debería buscar otras variables para vializar el comercio del producto para el crecimiento económico del país.

10. ¿Cuál es la influencia de los intermediarios en el precio final que obtiene por los quintales de cacao?

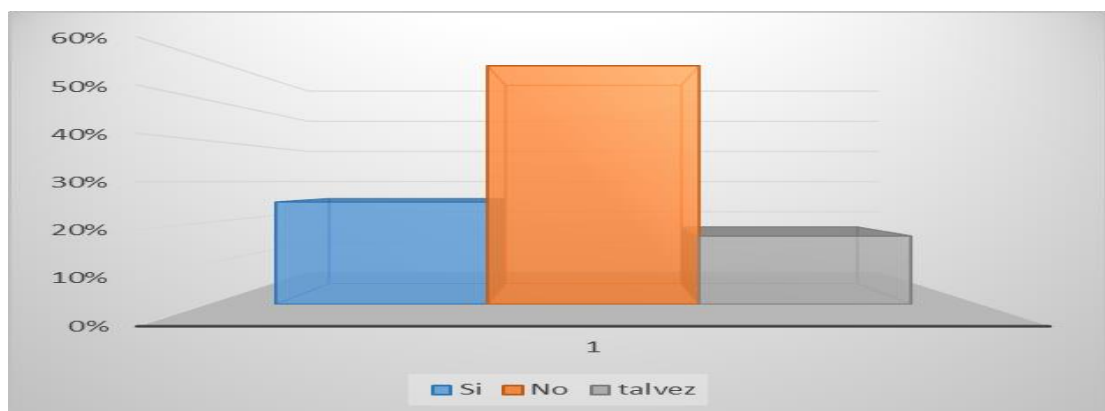


Elaborado por: La autora.

Figura 10 Pregunta No.10 Productores (influencia de intermediarios).

Se puede evidenciar que a criterio de los productores el intermediario tiene gran influencia para el cambio de precio sobre el quintal de cacao con un 75% que opina que su participación es negativa, sobre un 25% que opina que no tiene influencia.

11.- ¿Usted utiliza o conoce alguna estrategia de comercialización?

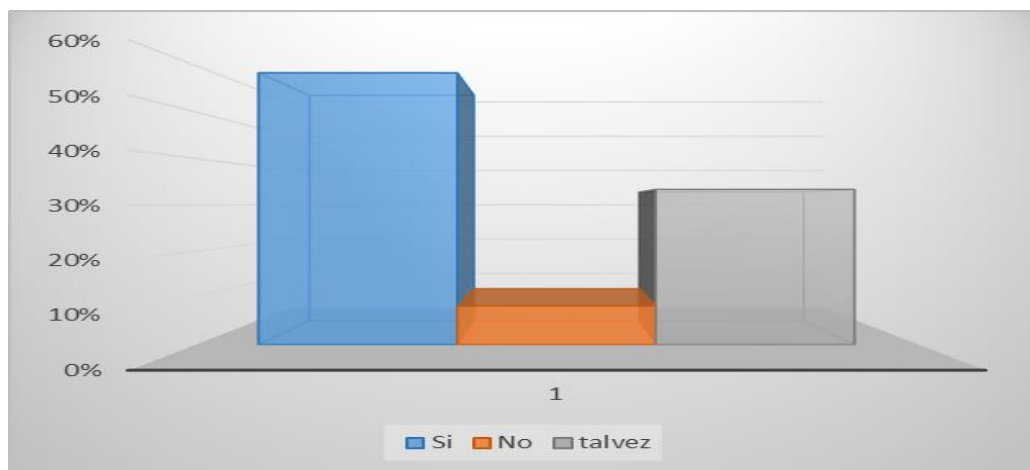


Elaborado por: La autora.

Figura 11 Pregunta No.11 Productores (estrategia de comercialización).

Tenemos como resultado e interpretación de la encuesta realizada que un 58% desconoce de técnicas o estrategias de comercialización, seguida de un 25% que si tiene un conocimiento básico del mismo y un 17% que tiene breves conocimientos para obtener un mejor valor de su producto.

12. ¿cree usted que una estrategia de comercialización mejoraría las condiciones de venta de la producción?



Elaborado por: La autora.

Figura 12 Pregunta No.12 Productores (estrategia de comercialización).

Como resultado de la pregunta realizada a los encuestados tenemos que un 58% opina que el conocimiento de nuevas estrategias de comercialización del cacao abriría nuevas puertas para el crecimiento económico y la rentabilidad del mismo, adquiriendo un valor agregado e innovando los procesos de mercadeo, seguido de un 33 % que se encuentra dudoso al respecto, ya que consideran riesgos y ganancias, finalizando con un 8% que opina que las estrategias que manejan son confiables y les aseguran un capital fijo sin el riesgo de perder el valor de su producto

Análisis general de la encuesta dirigida a los agricultores

Una vez realizada la encuesta trabajada a los agricultores de la producción de cacao se obtuvo los siguientes datos y conclusiones:

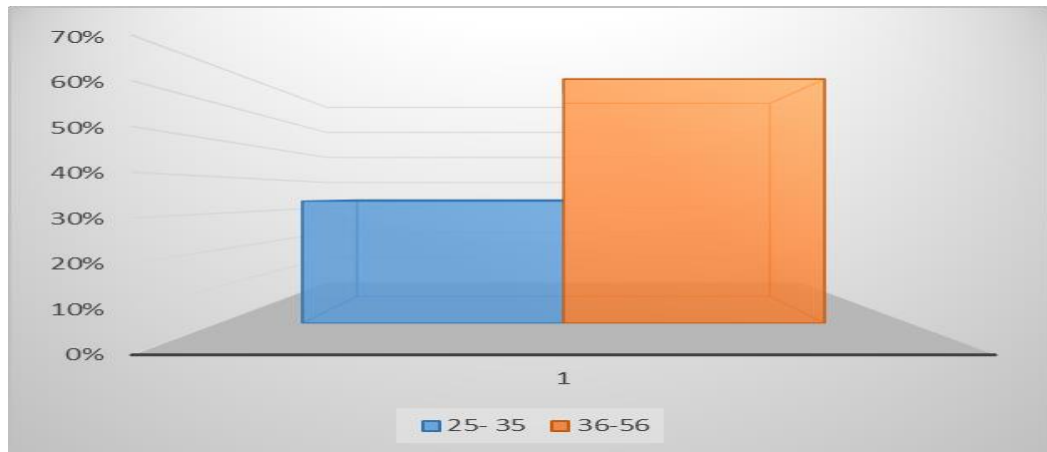
Los agricultores en la actualidad son jóvenes de los cuales constan dentro de un rango de 36-40 años de edad equivalente a 33%, dentro de la producción contamos con un 68% en producción regular de cacao, en lo que cabe en los años de dedicación en la producción de cacao contamos con un 67% de los agricultores que llevan 10 años en este proceso, la producción del cacao es de 42% equivalente a 5-7 quintales por quincena, tenemos un 67% de comercialización a las asociaciones ya que su valor monetario es de 90-100 dólares por quintal con un 50% a beneficio de los agricultores en el caso de mayor índice de importancia del precio del cacao tenemos un 17% en la mejor calidad del producto, un 75% de los agricultores están gustosos con la forma de comercialización de su producto.

Los productores en un 83% evitan a los intermediarios y buscan el contacto comercial directo, se obtiene un 75% en la negatividad de la influencia de los intermediarios en el precio final del quintal de cacao, el 58% no cuentan con estrategia alguna para comercializar su producción, y el 58% de los agricultores opinan que si es importante una estrategia para mejorar la producción y comercialización además de mejorar su valor monetario.

Encuesta Dirigida a Comerciante

Análisis estadísticos de la encuesta

1. Edad

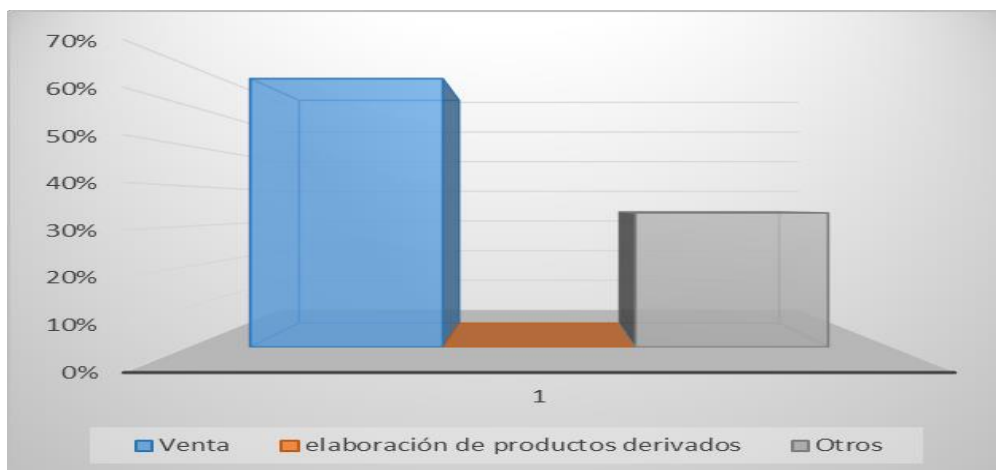


Elaborado por: La autora.

Figura 1 Pregunta No.1 Comerciantes (edad).

Dentro de los encuestados encontramos que sus edades oscilan mayormente de 36 a 56 años con 67% seguido de un 33% que representa las edades de 25 a 35 años.

2.- ¿Con que fin compra usted la pepa de cacao?



Elaborado por: La autora.

Figura 2 Pregunta No.2 Comerciantes (finalidad de la compra de cacao).

Como principal motivo de la compra de la pepa del cacao se tiene la venta para exportación del mismo con un 67% seguido de otros motivos como la reventa a empresas dedicadas a la elaboración de productos derivados.

3.- ¿Cuáles son los lugares de comercialización del cacao que compra a los agricultores?

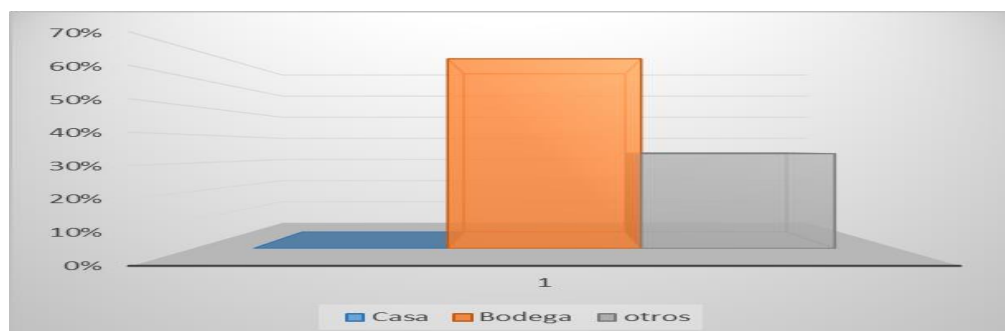


Elaborado por: La autora.

Figura 3 Pregunta No.3 Comerciantes (comercialización del cacao).

Como resultado obtenido en la encuesta se tiene que un 67% de los comerciantes que compran cacao se dedican a la exportación de dicho producto sobre un 33% que se dedica a la venta a empresas que realizan derivados de este.

4 ¿Cuál es su centro de almacenamiento para el cacao obtenido de la compra?

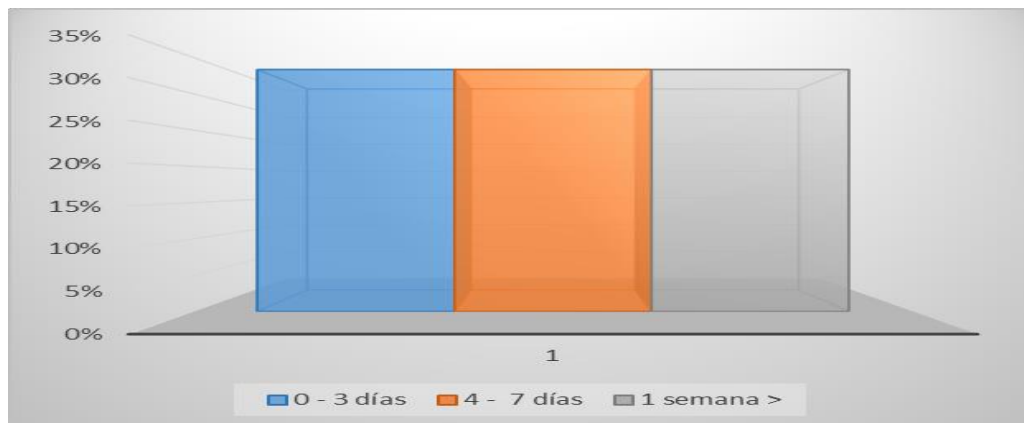


Elaborado por: La autora.

Figura 4 Pregunta No.4 Comerciantes (Almacenamiento).

Se obtiene como resultado que luego de comprar el cacao el 67 % de los encuestados utiliza bodegas para el almacenamiento del producto antes de su exportación o venta a empresas que realizan derivados del mismo y el 33 % lo guarda en camiones o se entrega directamente.

5.- ¿En qué tiempo usted realiza la comercialización luego de la compra a los agricultores?

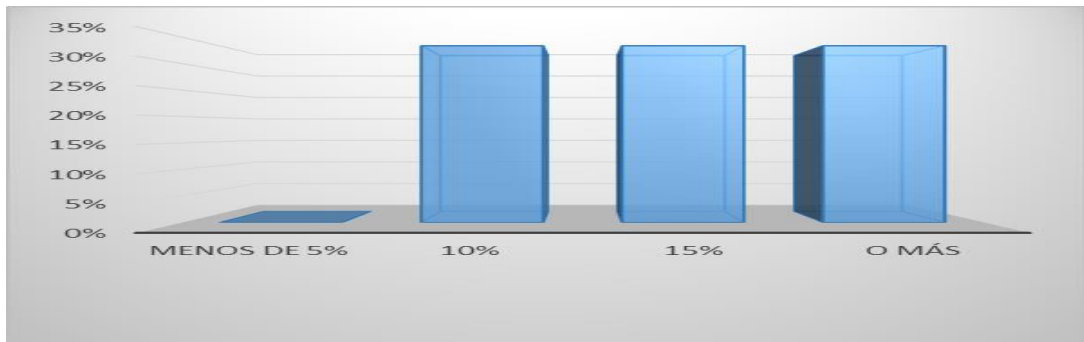


Elaborado por: La autora.

Figura 5 Pregunta No.5 Comerciantes (tiempo de comercialización).

El tiempo de comercialización luego de la compra a agricultores se da de 0 a 3 días con un 33% de comerciantes, de 4 a 7 días con un 33% e inclusive lo pueden realizar hasta una semana y más, debido a los mecanismos de transportación y distancias recorridas para que el producto llegue a su destino.

6.- ¿Cuál es el porcentaje de utilidad que usted obtiene por quintal de cacao?

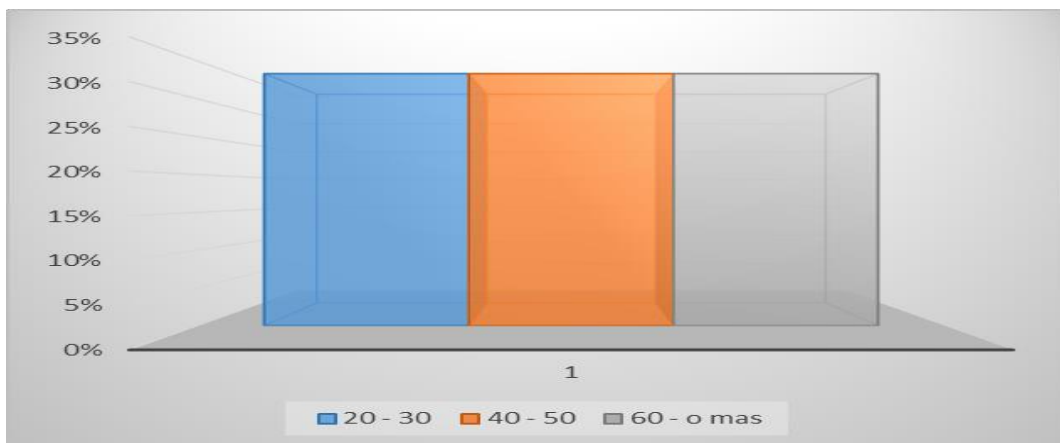


Elaborado por: La autora.

Figura 6 Pregunta No.6 Comerciantes (utilidad).

Dentro de las utilidades que obtiene el comerciante se tiene que el valor de ganancia supera el 5%, y tiene una fluctuación acorde a diversos factores como; transporte, gastos adicionales, clientes, etc. Y varía hasta 15% o más.

7.- ¿Cuál es la cantidad aproximada de quintales de cacao que usted compra?

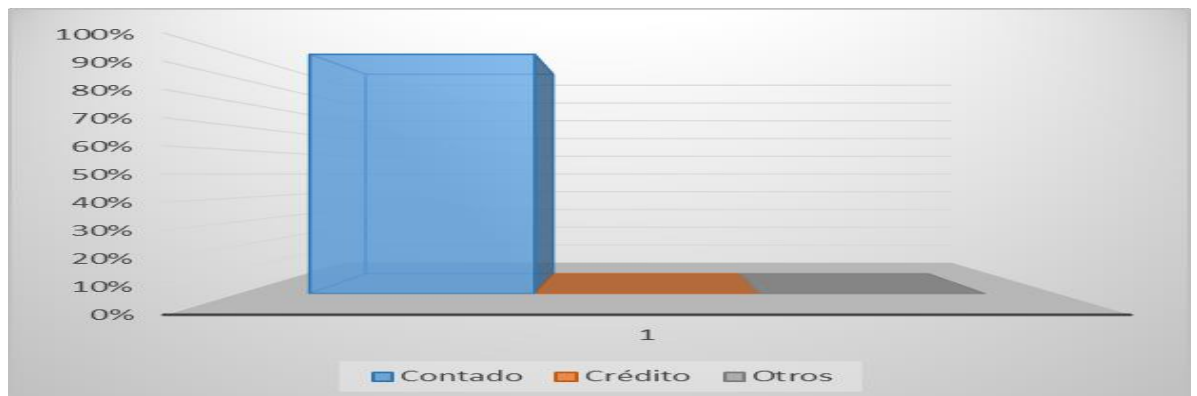


Elaborado por: La autora.

Figura 7 Pregunta No.7 Comerciantes (influencia en el valor del cacao).

Dentro de lo encuestado se obtiene la información que los comerciantes compran la cantidad que el agricultor lleve a su punto de comercialización

8 ¿Cuál es el medio de pago que usted tiene con sus proveedores?

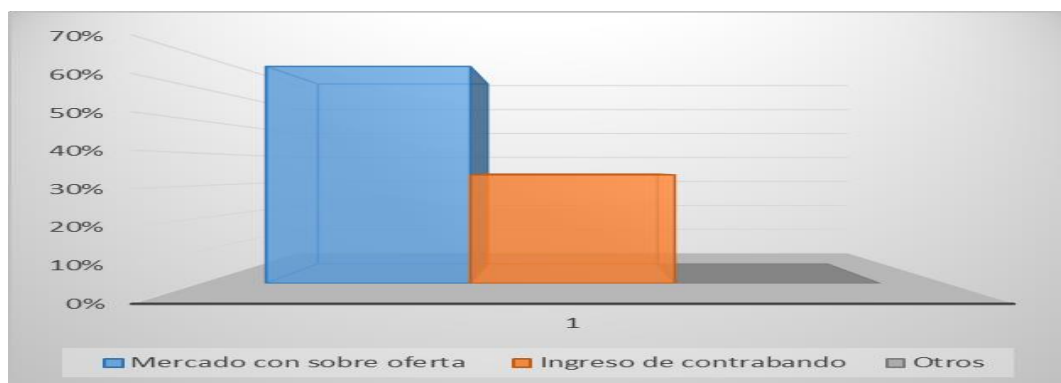


Elaborado por: La autora.

Figura 8 Pregunta No.8 Comerciantes (financiero).

Dentro de economía del comerciante siempre se ha manejado por el método financiero obteniendo un 100% ya que por medio del método de crédito no le resultaba al agricultor.

9. ¿Qué motivos le llevaría a usted a pagar menos del valor oficial?



Elaborado por: La autora

Figura 9 Pregunta No.9 Comerciantes (comercialización).

En la figura 9 se puede apreciar el resultado interno de la comercialización en la demanda del mercado con sobre oferta nos dando como resultado un 67% que es alta, también obtenemos un ingreso de contrabando obteniendo un 33% a medida de estos porcentajes varía el valor del cacao.

10.- ¿Qué tipo de cacao prefiere usted comercializar?

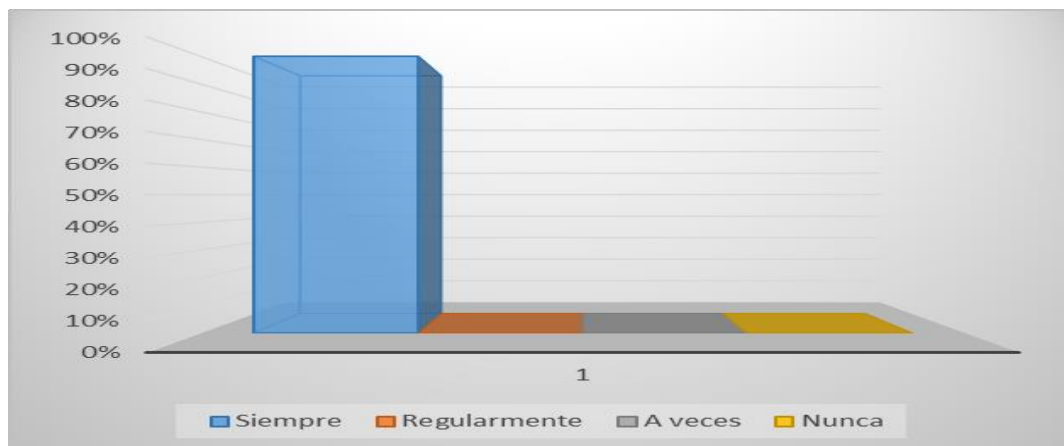


Elaborado por: La autora.

Figura 10 Pregunta No.10 Comerciantes (comercializar).

De acuerdo a lo encuestado los comerciantes prefieren el cacao nacional con un 67%, mientras que otros comerciantes compran variedad de cacao con un 33%.

11. ¿En la venta del cacao que realiza, usted utiliza estrategias de comercialización con ese fin?



Elaborado por: La autora

Figura 11 Pregunta No.11 Comerciantes (comercialización).

La información obtenida nos da a conocer que algunos comerciantes emprenden estrategias para comercializar su producto con un 100% favorable.

Análisis general de la encuesta dirigida a los comerciantes

Una vez realizada la encuesta trabajada a los comerciantes de cacao se obtuvo los siguientes datos y conclusiones:

Los comerciantes considerados en el presente estudio presentan una edad ubicada en un grupo etéreo entre los 36 a 56 años de edad (67%), al consultarles sobre la finalidad con la que realizan la compra se identifica que lo adquieren principalmente para la venta del grano (67%), referente a los lugares que los comerciantes visitan para la comercialización del cacao se identifica que en el 67% de los casos son los exportadores quienes son las diferentes empresas dedicadas a esta actividad. Otro aspecto relevante dentro de los hallazgos se presenta al reconocer que en el 67% de los casos los comerciantes almacenan el cacao en sus bodegas de almacenamiento para posteriormente realizar la venta de los mismos o de sus derivados en el caso de quienes lo adquieren para procesarlo.

Referente al tiempo que los comerciantes emplean para la comercialización del cacao se presenta que existe un período que va menos de los 3 días (33%), puede ser entre 4 a 7 días (33%) o incluso en una semana (33%) de acuerdo a las necesidades de los exportadores y las distancias que requiere recorrer el producto. Concerniente al porcentaje de utilidad que los comerciantes han obtenido por cada quintal de cacao que comercializan se presenta un dato importante identificando que alrededor del 33% genera un 10%, porcentaje similar obtiene un 15% de utilidad y el mismo porcentaje puede obtener más de estos porcentajes de rentabilidad. Se identifica que los comerciantes pueden comprar entre 20 a más de 60 quintales de acuerdo a sus necesidades y las ventas pronosticadas, para cancelar la compra lo realizan a través del pago de contado, porque el crédito no es un sistema de pago que favorezca al agricultor.

Los comerciantes de cacao en un 67% manifestaron que el motivo para pagar menos del valor oficial por el cacao es el mercado con sobre oferta lo que puede ser un medio que posibilita que adquieran a un menor costo,

con relación al tipo de cacao que prefiere comercializar el 67% manifiesta que el cacao nacional, además se destaca que el total de comerciantes considerados en el estudio (100%) siempre aplica estrategias de comercialización con el propósito de mejorar sus ventas y captar clientes.

Entrevista

1.- ¿Cuál es la importancia en la producción y comercialización del cacao?

Tiene una gran importancia tanto la producción como la comercialización del cacao porque esta produce muchos beneficios a la sociedad ya que es la principal fuente de alimentación y el que otorga grandes beneficios económicos al estado. Esta actividad se basa por cadenas de valor que se establecen en torno a la materia prima del cacao, por ser también la principal fuente económica del país.

2.- ¿Cuáles son los problemas y causas que contribuyen en la escasez que se presentan dentro de la comercialización del cacao de los productores?

La persona entrevistada pudo identificar mediante los problemas más influyentes a la hora de la comercialización las siguientes.

La sobreproducción es una de las más relevantes causas, es decir que si hace 50 años se cosechaban 250.000 en la actualidad esta cantidad es el doble. Debido a que los que siembran los hacen en la misma época, es decir en los últimos 6 meses de los años. Al momento de industrializar, las grandes empresas compran el cacao ya seco y tratado, es decir con una buena calidad. La variedad en el cacao, es otro factor, buscan el de mejor calidad, lo que ocasiona una desigualdad. En cuanto al precio este también suele caer, es debido a la cantidad de competencia, la calidad y por la intermediación que manifiesta ente los productores.

3.- ¿De qué manera ha afectado el precio bajo del cacao en los último años? ¿Cree que esta situación puede mejorar?

Me he sentido afectado considerablemente, lo que se gana no es mucho en base al esfuerzo y trabajo que requiere la cosecha. Por lo que para que no se pierda el producto hay que venderlos. Pueda que este panorama mejore pero para eso se necesita mucho de la ayuda del gobierno

4.- ¿Qué tan grande es el compromiso del estado con los productores de cacao?

Las principales respuestas contestadas a esta pregunta fueron:

Cabe destacar que el gobierno si se ha interesado por el grupo productivo de cacao, existe varios programas que da el MAG, más las existencia de la Unidad de Almacenamiento (UNA), que han trabajado sí, pero no ha hecho lo suficiente, ya que se ven muy pocos cambios, falta mucho por trabajar para mejorar.

5.- ¿Cree usted que es rentable dedicarse a la producción y comercialización de cacao a pesar de las complicaciones que ha traído esta problemática?

Si es rentable, puesto que en la producción y comercialización de cacao, producirá un excedente en el cual se obtendrá una ganancia del 90% de su rentabilidad, en el cual representa excelentes ingresos tanto para que el productor agrícola como para el que comercializador generándose estos ingresos a mediano plazo.

6.- ¿Debido a qué se debe el motivo, por el cual los productores de cacao venden a los intermediarios y porque no utilizan otro canal directo?

No usan otro canal directo porque en este caso el cacao se vende en estado natural, cosechados y sin ser procesado, directamente del productor agrícola por, el cual perciben su paga de manera inmediata a cambio de sus productos. Representando estas buenas ventas y compras para ambas partes por la calidad del producto.

7.- ¿Usted que propone para que mejore la comercialización del cacao?

Será ofrecer a las grandes y medianas empresas del sector chocolatero, este producto para generar más ingresos a este sector y llevar un control financiero sobre los gastos y costos de la producción del cacao tanto para el agricultor como para el comercializador.

8 ¿Cree usted que necesitan aplicar estrategias para que puedan comercializar los pequeños productores de cacao?

Sí, necesitan aplicar estrategias desde la misma producción como por ejemplo renovar las plantaciones por hectáreas, lo cual será más rendidor, optimizar recursos, mejorar la calidad del cacao , para ofertar el producto a comerciantes seguros y que disponga de una solvencia económica que le ofrezcan pagos justos e inmediatos para tener una venta segura.

Análisis general de la entrevista dirigida a un experto en producción cacaotera en materia financiera

Una vez realizada la entrevista realizada a un experto en producción cacaotera en materia financiera se obtiene que la producción y comercialización de cacao es importante porque genera varios beneficios para la población que se dedica a esta actividad, donde se involucran los agricultores, comercializadores e incluso a los exportadores, otro hallazgo permitió conocer que las causas que contribuyen en la escasez que se presentan dentro de la comercialización del cacao de los productores es la sobreproducción y la variedad de cacao que existe en el mercado.

Con relación a la manera en la que se afectado el precio bajo del cacao en los último años se obtiene que se ha afectado de manera considerablemente lo que ha ocasionado que se solicite la ayuda del gobierno para poder suplir las necesidades de este sector. Referente al compromiso que deben cumplir el estado con los productores se destaca

la presencia de una unidad de Almacenamiento para evitar que el producto se dañe y no se pueda vender.

El experto considera que dedicarse a esta actividad puede ser rentable porque produce una ganancia del 90%, además destaca que los productores venden el cacao de manera indirecta a los exportadores o comerciantes no utilizan un canal directo, por lo tanto proponen que el producto se ofrezca de manera directa a las empresas para su producción con la finalidad de evitar intermediarios para esto consideran necesario aplicar estrategias como mejorar las plantaciones y optimizar recursos para ofrecer un cacao de mejor calidad al cliente.

PROPUESTA DEL ESTUDIO DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PEPA DE CACAO EN LA HACIENDA “HERRERA SÀNCHEZ”, Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD FINANCIERA

INTRODUCCIÓN

La actividad cacaotera es una de las que mayor rentabilidad ha generado en el país a lo largo de los años, sin embargo, el bajo nivel académico que presentan los agricultores, quienes desde muy pequeños se dedican a las labores del campo, constituye un obstáculo para que puedan desarrollarse en mayor medida, por esta razón, la presente propuesta realizamos un estudio a los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao y para complementar dicho estudio realizaremos un plan de capacitación para los agricultores de cacao del sector donde se delimitó el estudio, para garantizarles una mayor rentabilidad.

Esta propuesta se justifica porque fortalecerá la capacidad de los agricultores, con relación al aporte numérico relacionado con la contabilización de los costos y de los ingresos procedentes de la actividad cacaotera, con el fin de promover mayores índices de rentabilidad y

liquidez en esta actividad agrícola, de gran importancia para los habitantes de las comunidades campesinas de la costa ecuatoriana.

Objetivo de la propuesta:

Realizar el estudio de los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao para establecer la rentabilidad financiera de la hacienda “Herrera Sánchez”.

Para llevar a cabo el estudio de los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao se utilizó una metodología que es síntesis de la revisión bibliográfica y la experiencia acumulada por espacialidad en el tema; dicha metodología consta de los siguientes pasos:

1. Estudio de las particularidades agro productivas del cultivo del cacao, así como revisión de producciones históricas, incluyendo el comportamiento de indicadores productivos y económicos.
2. Precisión de las actividades que generan gasto en el proceso de producción del cultivo, desde la preparación del suelo hasta la cosecha y su comercialización. Se consideró el método de costeo ABC (costo por actividades), tomando como unidad de estudio una hectárea
3. Considerar materia prima directa para la producción de una ha de cacao.
4. Considerar fertilizantes para la producción de cacao
5. Considerar control de malezas
6. Considerar control fitosanitario para la producción del cacao.
7. Considerar mano de obra directa para la producción de cacao por ha.
8. Considerar actividades post-cosecha del cacao.
9. Considerar gastos administrativos y de ventas de la producción de cacao.
10. Determinar costos de producción de 1 ha de cacao.
11. Determinar ingresos anuales por comercialización de cacao en 1 ha.

12. Determinar utilidad neta de la producción de cacao.

13. Determinar Costos fijos y variables del cacao.

A continuación, se desarrolla cada uno de los pasos enumerados que representan en su conjunto un modo práctico de realización del estudio de los costos de producción, considerando el cultivo del cacao, variedad fino aroma.

Cacao fino aroma

Las materias primas para la producción del cacao de la variedad de fino aroma, que es el que se cultiva a nivel nacional, están referidas a las plantas, fertilizantes, artículos para quitar malezas, entre otros, además de los elementos para el control fitosanitario, los cuales han sido descritos en las siguientes tablas:

Tabla 1. Materia prima directa para la producción de una ha. de cacao.

Rubros	Cantidad	Costos. unid \$	costos total \$
Plantas de cacao	1000	\$ 0,35	\$ 350,00

Fuente: Investigación de campo

Las plantas de cacao para el cultivo de una ha. cuestan \$350,00. Mientras que los fertilizantes se presentan seguido:

Tabla 2. Fertilizantes para la producción de cacao.

Costos de fertilizantes para el cultivo de cacao				
Fertilizantes	Cant	Unidad	costos unitario	costo total \$
10-30-10	3	sacos	\$ 40,00	\$ 120,00
Urea	3	sacos	\$ 35,00	\$ 105,00
Muriato de potasio	1	sacos	\$ 40,00	\$ 40,00
Superfosfato triple.	1	sacos	\$ 45,00	\$ 45,00
			Costos totales	\$ 310,00

Fuente: Investigación de campo

Los fertilizantes para el cultivo de una ha. de cacao cuestan \$310,00. mientras que los aditivos para el control de malezas se presentan seguido:

Tabla 3. Control de malezas

Costos de productos utilizados para controlar la maleza en el cultivo de cacao				
Prod. Control maleza	Cantidad	Unid	costos unitario \$	costo total \$
Quexmas	4	litro	\$ 10,00	\$40,00
Aminopac	1	litro	\$ 7,00	\$ 7,00
Glifosato	9	litro	\$ 7,00	\$63,00
Costos totales				\$110,00

Fuente: Investigación de campo

Los aditivos para el control de malezas en una ha. de cacao cuestan \$110,00. Mientras que los aditivos para el control fitosanitario se presentan seguido:

Tabla 4. Control fitosanitario para la producción del cacao.

Costos de productos utilizados para control fitosanitario para el cultivo de cacao				
Prod. Control fitosanitario	Cant	Unid	costos unitario	costo total
Rumano	1	litro	\$ 42,00	\$ 42,00
Counter	8	kg	\$ 8,00	\$ 64,00
Oxido cuproso	1	kg	\$ 15,00	\$ 15,00
Ciorpirifos	1	litro	\$ 12,00	\$ 12,00
Costos totales				\$ 133,00

Fuente: Investigación de campo

Los aditivos para el control fitosanitario en una Ha. de cacao cuestan \$133,00.

Con relación al a materia prima para el cultivo de cacao de fino de aroma, se adquirieron 1000 plantas cultivadas en viveros, cuyo costo fue \$0.35 cada una, dando un valor de \$350.00. Los fertilizantes utilizados fueron: 30-10-30 de urea, muriato de potasio y superfosfato triple cuyo costo sumaron \$310,00. Para el control de maleza, se utilizaron los siguientes químicos: 4 Quexmas por litro cada uno de \$100,00 = \$40,00, 1 Aminopac por litro de \$7,00 = \$6,00, 9 Glifosato por litro cada uno de \$7,00 = \$7,00, es decir, un valor total de \$110,00. Para el control fitosanitario se gastó \$133,00.

Prosiguiendo con el análisis de los costos de producción del cacao de fino de aroma, por cada hectárea, se ha realizado la siguiente tabla:

Tabla 5. Mano de obra directa para la producción de cacao por ha.

Costos de actividades pre siembra del cacao				
Actividades	Cant	Unid	C. unid.	C. total
Champeas	6	jornal	\$ 15,00	\$90,00
Tumbas (motosierra)	2	jornal	\$ 30,00	\$60,00
Repique y quema	10	jornal	\$ 15,00	\$150,00
Hoyados y siembras de las plantas	6	jornal	\$ 15,00	\$90,00
Sómbrales (plátanos)	4	jornal	\$ 15,00	\$60,00
			Costos totales	\$450,00

Fuente: Investigación de campo.

En cuanto a la mano de obra directa es el capital humano principal para llevar a cabo en cuanto al desarrollo de actividades que se efectúan en la plantación del cultivo de cacao nacional o de fino aroma, con un monto de \$450,00. El mantenimiento y labores culturales requieren la aplicación de herbicidas, fertilizantes, fungicidas, poda de formación, que ascienden a \$975,00. La post-cosecha del cacao nacional o de fino aroma, requiere \$196,50. Los gastos administrativos sumaron \$220,00.

Prosiguiendo con el análisis de los costos de producción del cacao de fino de aroma, por cada hectárea, se ha realizado la siguiente tabla referente a los gastos indirectos:

Tabla 6. Mantenimiento y labores culturales para la producción del cacao.

Costos de mantenimiento y labores culturales del cacao				
Actividades	Cant	Unid	C. Unid.	C. Total
Champeas y corona	10	jornal	\$ 15,00	\$ 150,00
Aplicación de herbicida	4	jornal	\$ 15,00	\$ 60,00
Aplicación de insecticidas	2	jornal	\$ 15,00	\$ 30,00
Aplicación de fungicidas	2	jornal	\$ 15,00	\$ 30,00
Aplicación de fertilizante	4	jornal	\$ 15,00	\$ 60,00
Poda de formación	6	jornal	\$ 20,00	\$ 120,00
Poda fitosanitario	6	jornal	\$ 20,00	\$ 120,00
Riego	12	jornal	\$ 15,00	\$ 180,00
Apuntalamiento del cacao	5	jornal	\$ 15,00	\$ 75,00
Roleo de plantas sombreales (plátano)	4	jornal	\$ 15,00	\$ 60,00
Cosecha de cacao	6	jornal	\$ 15,00	\$ 90,00
			Costos totales	\$ 975,00

Fuente: Investigación de campo

Los costos para el mantenimiento de una Ha. de cacao cuestan \$975,00. Mientras que las actividades post-cosechas se citan a continuación:

Tabla 7. Actividades post-cosecha del cacao.

Costos de las actividades de la actividad post-cosecha en el cultivo de cacao				
Post-cosecha	Cant	Unid	costos unitario	costo total \$
Fermentación	5	jornal	\$ 15,00	\$ 75,00
secado	6	jornal	\$ 15,00	\$ 90,00
transporte	1.890	Kg.	\$ 0,75	\$ 31,50
Costos totales				\$ 196,50

Fuente: Investigación de campo

Los costos de producción de 1 hectárea de cacao nacional o de fino aroma, dieron como resultado un total de \$2.966,50. En el costo de producción anual del cacao nacional o de fino aroma, se obtuvo una cantidad de **1890 Kg.** al año cuyo costo de cada uno es de **\$2.67** por Kg., dando el dato de la información total de **\$5.040,00**, información obtenida de la investigación de campo en la producción de los agricultores “Unión y Progreso”, porque mensualmente 1 ha produce 13.500 Kg., este valor se lo divide por los 80 socios, dando un resultado de 180 Kg. por socio por Ha., obteniendo un total de \$5.040,00. En el siguiente cuadro se presenta el detalle del flujo de caja:

Prosiguiendo con el análisis de los gastos administrativos de producción del cacao de fino de aroma, por cada hectárea, se ha realizado la siguiente tabla:

Tabla 8. *Gastos administrativos y de ventas de la producción de cacao.*

Gastos administrativos y de ventas en el cultivo del cacao.				
Rubros	Cant	Unid	costos unitario \$	costo total \$
Administración	1	ha	\$ 95,00	\$ 95,00
Personal técnico	1	ha	\$ 95,00	\$ 95,00
Imprevistos	1	ha	\$ 30,00	\$ 30,00
			Costos totales	\$ 220,00

Fuente: Investigación de campo

Los gastos administrativos y de ventas en una Ha. de cacao de fino aroma, cuestan \$220,00. Mientras que los costos de producción por cada hectárea suman lo siguiente:

Tabla 9. *Costos de producción de 1 ha de cacao.*

Elementos de costos de producción de 1ha de cacao.	
Descripción	V. Total
Materia prima directa	\$ 903,00
Mano de obra directa	\$ 1.590,00
Costos indirectos de fabricación	\$ 222,00
Materiales y suministros indirectos	
Energía eléctrica	\$ 90,00
Combustible (motor y bomba de fumigación)	\$ 70,00
Gastos varios	\$ 62,00
Gastos de administración y de ventas	\$ 220,00
Sueldo personal administrativo	\$ 95,00
Sueldo personal de ventas	\$ 95,00
Otros gastos (imprevistos)	\$ 30,00
Gastos de transportes	\$ 31,50
Total costos de producción	\$ 2.966,50

Fuente: Investigación de campo

Los costos de producción por hectárea de cacao suman la cantidad de \$2.966,50, mientras que los ingresos anuales producto de la comercialización del cacao nacional, suman lo siguiente:

Tabla 10. Ingresos anuales por comercialización de cacao en 1 ha.

Costos de producción anual de cacao.				
Prod. de cacao nacional	Cant	U	Costos unitario	Costos totales
Producción (materia prima).	1.890	Kg.	\$ 2,67,00	\$ 5.040,00
			Costos totales	\$ 5.040,00

Fuente: Investigación de campo

Los ingresos anuales por hectárea de cacao suman la cantidad de \$5.040,00. Mientras que la utilidad neta producto de la comercialización del cacao nacional suma lo siguiente:

Tabla 11. Utilidad neta de la producción de cacao.

Descripción	V. Cost. Prod. Total \$	V. Ingreso por venta \$	V. Total. \$
Valores para sacar la utilidad neta.	\$ 2.966,50	\$ 5.040,00	\$ 2.073,50
Total utilidad neta			\$ 2.073,50

Fuente: Investigación de campo

Las utilidades anuales por hectárea de cacao suman la cantidad de \$2.073,50. Finalmente, se citan los costos fijos y variables de la producción de cacao nacional o de fino aroma.

Tabla 12. Costos fijos y variables del cacao.

Costos para estimar el punto de equilibrio del cacao			
Descripción	Costos total	Costos variables	Costos fijos
Materia prima	\$ 903,00	\$ 903,00	
Mano de obra directa	\$ 1.590,00	\$ 1.590,00	
Costos indirectos de fabricación	\$ 222,00	\$ 160,00	\$ 62,00
Gastos de administración y de ventas	\$ 220,00		\$ 220,00
Gastos de transportes	\$ 31,50		\$ 31,50
Gastos no operacionales	\$ 25,00		\$ 25,00
Totales	\$ 2.991,50	\$ 2.653,00	\$ 338,50

Fuente: Investigación de campo

Los costos fijos del cacao nacional suman \$338,50, mientras que los variables de \$2.653,00, totalizando los costos la cantidad de \$2.991,50, como se aprecia en el cuadro.

Como se puede apreciar en las páginas anteriores, se han concretado ciertos pasos que dan cuenta del estudio de los costos de producción de pepas de caca; ello, sirve de guía para proponer a su vez, ciertas acciones de capacitación que garantizan la preparación del personal y con ello, un mejor seguimiento al proceso contable en la producción de pepas de cacao.

PLAN DE CAPACITACIÓN DIRIGIDO A LOS AGRICULTORES DEL SECTOR CACAOTERO DE LA HACIENDA HERRERA SANCHEZ

Luego de determinar mediante las entrevistas la falta de conocimientos que presentan los agricultores de la hacienda, se propone la propuesta de implementar las capacitaciones relacionadas a los costos de producción y comercialización del cacao, por lo que también, se especifica la parte agronómica del cultivo, describiendo las actividades más relevantes que se requiere para el logro de una producción eficiente.

CAPACITACIÓN No. 1

- **Tema:** Selección y manejo adecuado de terreno
- **Objetivos:** Dar a conocer a los agricultores las técnicas y herramientas para la plantación del cacao.
- **Duración:** 1 día (3 de febrero del 2020).
- **Carga horaria:** 4 horas.
- **Participantes:** Agricultores de la hacienda.
- **Facilitadoras:** Personal del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (Técnicos)

Contenido	Actividades	Técnicas	Recursos	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Selección de terreno 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y muestreo de suelo • Identificación de tipos de suelo 	<ul style="list-style-type: none"> • Diapositivas. • Lluvia de ideas. • Técnicas de dinámica grupal. • Entrega de material didáctico y trípticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitadoras • Laptop • Impresora • Proyector de diapositivas • Resaltadores • Tiza líquida • Borradores • Papelería 	<ul style="list-style-type: none"> • Preguntas y respuestas. • Exposición. • Retroalimentación.
<ul style="list-style-type: none"> • Selección de sistema de 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de marco de siembra • Selección de tipo de 			

siembra y riego	sistema de riego			
Selección de semilla	Selección de variedad de semilla			
Selección de podas	Tipos de podas			

Elaborado por: Autora.

CAPACITACIÓN No. 2

- **Tema:** Prescripción de insumos agrícola orgánicos y químicos
- **Objetivos:** Dar a conocer a los agricultores los tipos de insumos agrícolas empleados en la plantación del cacao.
- **Duración:** 1 día (4 de febrero del 2020).
- **Carga horaria:** 4 horas.
- **Participantes:** Agricultores de la hacienda Herrera Sánchez.
- **Facilitadoras:** Personal del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (Técnicos)

Contenido	Actividades	Técnicas	Recursos	Evaluación
Aplicación de abonos orgánicos inorgánicos y químicos	Selección e identificación de abonos orgánicos. Selección e identificación abonos inorgánicos Selección abonos químicos Selección e identificación del	Diapositivas. Lluvia de ideas. Técnicas de dinámica grupal. Entrega de material	Facilitadoras Laptop Impresora INFOCUS Resaltadores Tiza líquida Borradores	Preguntas y respuestas. Exposición. Retroalimentación.

Aplicación de fungicida, insecticida, nematocida.	tipo de fungicida Selección e identificación del tipo de insecticida Selección e identificación del tipo de nematocida	didáctico y trípticos.	Papelería	
---	--	------------------------	-----------	--

Elaborado por: Autora.

CAPACITACIÓN No. 3

- **Tema:** Costos de producción
- **Objetivos:** Dar a conocer a los agricultores el concepto de los costos de producción y los tipos que existen dentro de su actividad productiva.
- **Duración:** 1 día (5 de febrero del 2020).
- **Carga horaria:** 4 horas.
- **Participantes:** Agricultores de la hacienda “Herrera Sánchez”.
- **Facilitadora:** Tecno. Lapo Sánchez Jennifer

Contenido	Actividades	Técnicas	Recursos	Evaluación
Definición de los costos de producción	Adecuaciones.	Diapositivas.	Facilitadoras	Preguntas y respuestas.
Relación precio ganancia	Selección de facilitadores	Lluvia de ideas.	Laptop	Exposición
Gastos Directos: Materia prima, Sueldos y salarios.	Trípticos informativos	Técnicas de dinámica grupal.	Impresora	·
Gastos	Listado de participantes	Entrega de material didáctico y trípticos.	INFOC	Retroalimentación.
	Presentación del plan		US	
	Dinámica		Resaltadores	
			Tiza líquida	

indirectos	✚	Formación de equipos de trabajo		✚	Borradores
✚ Pagos de servicios, Maquinarias, Supervisores, Mantenimiento		✚ Sistema de evaluación		✚	Papeleería

Elaborado por: Autora.

CAPACITACIÓN No. 4

- **Tema:** Costos de comercialización
- **Objetivos:** Dar a conocer a los agricultores el concepto de los costos de comercialización dentro de su actividad productiva.
- **Duración:** 1 día (6 de febrero del 2020).
- **Carga horaria:** 4 horas.
- **Participantes:** Agricultores de la hacienda “Herrera Sánchez”.
- **Facilitadora:** Lapo Sánchez Jennifer

Contenido	Actividades	Técnicas	Recursos	Evaluación
✚ Definición de los costos de comercialización	✚ Adecuaciones. ✚ Selección de facilitadores	✚ Diapositivas. ✚ Lluvia de ideas.	✚ Facilitadoras ✚ Laptop	✚ Preguntas y respuestas. ✚ Exposición.
✚ Transporte	✚ Trípticos informativos	✚ Técnicas de dinámica grupal.	✚ Impresora	✚ Retroalimentación.
✚ Material de empaque	✚ Listado de participantes	✚ Entrega de material didáctico y trípticos.	✚ INFOCUS	
✚ Marketing y publicidad.	✚ Presentación del plan		✚ Resaltadores	
✚ Talleres	✚ Dinámica ✚ Formación de equipos de trabajo ✚ Sistema de evaluación		✚ Tiza ✚ Líquida ✚ Borradores ✚ Papelería	

Elaborado por: Autora.

Conclusiones

En la hacienda “Herrera Sánchez” no tiene una debida metodología para determinar sus costos de producción y comercialización al producir la pepa de cacao, lo que ha traído consigo la afectación en los indicadores económicos y productivos.

El estudio de los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao se realizó utilizando una metodología con pasos que contemplan las actividades que se realizan para la producción del cacao en un hectárea materia prima, mano de obra, gastos administrativos y de ventas de la producción de cacao.

Recomendaciones

1. Sistematizar el estudio de los costos de producción y comercialización de la pepa de cacao en la hacienda “Herrera Sánchez”, tomando como base la metodología realizada en la propuesta.
2. Sistematizar la capacitación dirigida a los agricultores del sector cacaotero de la hacienda “Herrera Sánchez”. Considerando como el caso de la metodología propuesta.

Bibliografía

- Constitución de la República del Ecuador. (2018). *Sección quinta Intercambios económicos y comercio justo*. Ecuador. Recuperado el 1 de Mayo de 2018, de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- anonimo. (31 de mayo de 2018). Obtenido de FICHA TECNICA CACAO.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación Fundamentos y Metodología*. México : Pearson Educación .
- enciclopediaeconomica. (2017). *enciclopediaeconomica.com*. Obtenido de [enciclopediaeconomica.com](https://enciclopediaeconomica.com/costos-indirectos-de-fabricacion/):
<https://enciclopediaeconomica.com/costos-indirectos-de-fabricacion/>
- Garcia, I. (31 de Agosto de 2017). *economiasimple.net/*. Obtenido de [economiasimple.net/](https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad):
<https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>
- Gomez, G. (2001).
- Instituto nacional de estadística y censos INEC. (2010). *Población Y Demografía*. Recuperado el 14 de Mayo de 2019, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- negocios, c. a.-a. (2008). *calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en america latina*. roma,italia: fao.
- observatoriodelcacao. (s.f.). *observatoriodelcacao.com*. Obtenido de [observatoriodelcacao.com](http://www.observatoriodelcacao.com/origen/):
<http://www.observatoriodelcacao.com/origen/>
- Plan Nacional de Desarrollo Toda Una Vida. (2017). *Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad*. Ecuador . Recuperado el 1 de Mayo de 2018, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Shepherd, A. W. (2001). *fao.org*. Obtenido de [fao.org](http://www.fao.org/): <http://www.fao.org/>