



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

CARRERA DE ECONOMÍA AGROPECUARIA

ESTUDIO DE LA ADMINISTRACIÓN DE UN AGRONEGOCIO
APLICANDO LOS ÍNDICES DE RENTABILIDAD EN EL
DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

CUENCA VACA ARIEL FERNANDO
ECONOMISTA AGROPECUARIO

MACHALA
2023



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

CARRERA DE ECONOMÍA AGROPECUARIA

ESTUDIO DE LA ADMINISTRACIÓN DE UN AGRONEGOCIO
APLICANDO LOS ÍNDICES DE RENTABILIDAD EN EL
DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

CUENCA VACA ARIEL FERNANDO
ECONOMISTA AGROPECUARIO

MACHALA
2023



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

CARRERA DE ECONOMÍA AGROPECUARIA

TRABAJO TITULACIÓN
PROYECTO INTEGRADOR

ESTUDIO DE LA ADMINISTRACIÓN DE UN AGRONEGOCIO APLICANDO LOS
ÍNDICES DE RENTABILIDAD EN EL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

CUENCA VACA ARIEL FERNANDO
ECONOMISTA AGROPECUARIO

PRADO CARPIO EVELIGH CECILANIA

MACHALA, 13 DE MARZO DE 2023

MACHALA
2023

Rentabilidad Operacional Ccomercial

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

docplayer.es

Fuente de Internet

4%

2

nuregio.de

Fuente de Internet

3%

3

Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE

Trabajo del estudiante

2%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 80 words

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, CUENCA VACA ARIEL FERNANDO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE LA ADMINISTRACIÓN DE UN AGRONEGOCIO APLICANDO LOS ÍNDICES DE RENTABILIDAD EN EL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 13 de marzo de 2023



CUENCA VACA ARIEL FERNANDO
0604595660

DEDICATORIA

A mis padres Sr. Agustín Cuenca y Sra. Vanessa Vaca por su apoyo incondicional, todo lo que he logrado es gracias a ellos. Espero que este trabajo sea para ustedes un motivo de orgullo y satisfacción

También quiero dedicar este trabajo a mi abuela la Sra. Narcisa Martínez, que desde otro país me ha apoyado en este proceso.

A mis hermanos Ariana, Valentina y Adrián Cuenca Vaca, espero que este trabajo les motive a seguir adelante en sus propios proyectos y que juntos sigamos alcanzando nuevos retos.

A mi novia, le dedico esta tesis con todo mi amor y gratitud. Gracias por ser mi apoyo incondicional y mi fuente de inspiración. Agradezco su paciencia, comprensión y por creer en mí en todo momento. Esta tesis no habría sido posible sin su amor y apoyo.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi más profundo agradecimiento a la Universidad Técnica de Machala por haberme brindado la oportunidad de formarme académicamente y por haberme permitido acceder a los recursos necesarios para llevar a cabo esta investigación.

Agradezco en especial al cuerpo docente, por su dedicación y compromiso en mi formación profesional y por haberme brindado su apoyo y orientación durante todo el proceso de elaboración de esta tesis.

Asimismo, agradezco a las autoridades universitarias por su visión y compromiso en la formación de jóvenes profesionales. Esta tesis es el resultado de la formación integral que he recibido en esta casa de estudios, y me siento profundamente agradecido por haber sido parte de ella."

RESUMEN

La agricultura es una de las principales actividades por la cual muchas familias sustentan su economía, varios de los productos que se cultivan son de exportación. Para obtener productos de calidad los agricultores deben de tener técnicas e instrumentos que garanticen una cosecha impecable para ser competitivos en el mercado internacional.

Dentro de las técnicas, el campo, los cultivos, las cosechas y las buenas prácticas del suelo con un sistema de riego apropiado cubrirán las expectativas de los mercados.

Así mismo, las herramientas y técnicas que se usa para un buen manejo fitosanitario se deben a la gran variedad de productos con diferentes funciones para controlar hongos, eliminar insectos, fertilizantes foliares para nutrir a las plantaciones y mejorar su desarrollo, aportar al suelo los nutrientes que han de ser absorbidos por las plantas mediante la fertilización edáfica. Por lo tanto, debido a que existe una gran demanda de productos agrícolas que requieren de productos químicos y orgánicos para mejorar la calidad de sus cosechas, se ha puesto en ejecución un agronegocio con el nombre SURDULAGRO del cual con un corto tiempo de estar en el mercado se ha ido expandiendo a nivel provincial a través de sus clientes. Al trabajo se le ha formulado una problemática en la cual se pretende solucionar las deficiencias que se encuentren en los indicadores financieros, teniendo como base los primeros dos años desde su creación. La comercialización en la empresa debe de regirse por estrategias que logren motivar al cliente a realizar las compras respectivas para sus cultivos. El tipo de comercialización que ejecuta la empresa lo realiza mediante la compra al mayoreo, de este modo se obtiene precios bajos para competir en el mercado. La compañía distribuye productos a minoristas, es decir a pequeñas empresas que se han ido estableciendo en el mercado. Así mismo, las ventas se las realiza de forma directa con los agricultores siendo estos los consumidores finales. El establecimiento se encuentra ubicado en Pasaje, provincia de El Oro, en las calles Rocafuerte y Piedrahita zona céntrica de la ciudad, en la cual los consumidores pueden realizar sus compras sin ninguna dificultad. En cuanto al proceso de comercialización también ofrece el servicio de entrega gratuito, que se utiliza para brindarle un servicio completo y eficiente en los clientes y los pequeños o grandes productores y pequeñas empresas que compran al menudeo para brindarles precios razonables para que puedan obtener una ganancia que les permita crecer en el negocio agrícola.

La investigación realizada, es de carácter cuantitativa ya que se ha obtenido información financiera del SRI de los años 2020-2021, aplicando indicadores de rentabilidad, dando como resultado de forma positiva cada indicador financiero analizado. La empresa se ha convertido

en un referente de surgimiento empresarial de la provincia generando utilidad más del 15% en los dos años antes mencionados.

Para finalizar se ha buscado las soluciones a los problemas planteados, aunque las utilidades obtenidas por los dos años son positivas, se debe de ir mejorando en las técnicas de compra, hacer un análisis de cuáles son los productos que más se venden y los que no tienen acogida de los clientes.

Palabras Claves: Agronegocios, Rentabilidad, Indicadores, Comercialización, Agroproductos.

ABSTRACT

Agriculture is one of the main activities by which many families sustain their economy; several of the products grown are exported. In order to obtain quality products, farmers must have techniques and instruments that guarantee a flawless harvest to be competitive in the international market.

Within the techniques, the field, crops, harvests and good soil practices with an appropriate irrigation system will meet the expectations of the markets.

Likewise, the tools and techniques used for a good phytosanitary management are due to the great variety of products with different functions to control fungi, eliminate insects, foliar fertilizers to nourish the plantations and improve their development, provide the soil with nutrients to be absorbed by the plants through edaphic fertilization.

Therefore, since there is a great demand for agro-products that require chemical and organic products to improve the quality of their crops, an agribusiness has been implemented under the name SURDULAGRO which, after a short time in the market, has been expanding at the provincial level through its customers. A problem has been formulated to solve the deficiencies found in the financial indicators, based on the first two years since its creation.

Marketing in the company should be governed by strategies that motivate the customer to make the respective purchases for their crops. The type of marketing that the agribusiness carries out is through wholesale purchases, thus obtaining low prices to compete in the market. The agribusiness distributes products to retailers, i.e., small companies that have become established in the market. Likewise, sales are made directly to farmers, who are the final consumers.

The agribusiness is located in Pasaje, province of El Oro, on Rocafuerte and Piedrahita streets in the downtown area of the city, where consumers can make their purchases without any difficulty. As for the marketing process also offers free delivery service, which is used to provide a complete and efficient service to customers and small or large producers and small businesses that buy at retail to provide them with reasonable prices so they can make a profit that allows them to grow. in the agricultural business.

The research carried out is quantitative in nature, since financial information has been obtained from the SRI for the years 2020-2021, applying profitability indicators, resulting in a positive result for each financial indicator analyzed. The company has become a reference of business emergence in the province, generating a profit of more than 15% in the two years mentioned above.

Finally, we have looked for solutions to our problem, although the profits obtained for the two years are positive, we must improve our purchasing techniques, analyze which products are the best sellers and which are not well received by customers.

Key words: Agribusiness, Profitability, Indicators, Marketing, Agroproducts.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	5
1. INTRODUCCION.....	1
JUSTIFICACIÓN	2
PROBLEMÁTICA DEL ESTUDIO.....	3
ANTECEDENTES	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
OBJETIVOS	5
Objetivos generales	5
Objetivos específicos.....	5
2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	6
LOS AGRONEGOCIOS.....	6
PROCESO ADMINISTRATIVO	7
LOS AGROPRODUCTOS	11
COMERCIALIZACIÓN	15
PROCESO DE COMERCIALIZACION DE SURDULAGRO.....	18
ÍNDICES DE RENTABILIDAD.....	20
Factor: RENTABILIDAD.....	20

3. METODOLOGIA.....	25
4. RESULTADOS	34
Tabla 1. Resultados en porcentaje de los indicadores de rentabilidad.....	34
PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DEL AGRONEGOCIO.	37
6. RECOMENDACIONES	42
Bibliografía	43
ANEXOS	46
ANEXOS 1. Estado de resultados obtenidos del SRI del año 2020.	46
ANEXOS 2. Estado de resultados obtenidos del SRI del año 2021.	46
ANEXOS 3. Índices financieros de rentabilidad.	47
NEXOS 4. Empresa donde se realizó el estudio.....	47

1. INTRODUCCION

La agricultura es importante para las familias ecuatorianas, mediante este sector productivo se pueden lucrar y sustentar a sus familias, pero para competir en diferentes mercados, los productores deben de regirse a varios aspectos relacionados con el control de sus cultivos, es por ello que en la industria agrícola existen una gran variedad de productos químicos y orgánicos para el buen mantenimiento de sus plantaciones.

Es por ello que existe una gran demanda de agro insumos, siendo los agronegocios quienes satisfagan las necesidades de los agricultores. SURDULAGRO, es una empresa que se empeña en abastecer con una línea variada de fungicidas, herbicidas, insecticidas, fertilizantes foliares y edáficos, además con las diferentes herramientas que es de gran utilidad para el control fitosanitario de los cultivos.

El proceso de administración en una empresa permite que esta sea eficiente y eficaz para dirigir a la institución a una mayor rentabilidad, mediante las etapas del proceso administrativo se desarrolla un proceso cíclico en la cual se optimiza estructuralmente.

Los índices de rentabilidad permiten calcular y conocer si la empresa es rentable en el periodo 2020-2021, en la cual identificaremos los costos y gastos, mediante el análisis de los indicadores financieros se logra controlar las actividades administrativas, de esta manera, obtendremos mayores utilidades en las ventas realizadas (SuperIntendencia, n.d.).

JUSTIFICACIÓN

Nuestro país se destaca en la producción de materia prima, siendo la agricultura uno de los mayores rubros que le permite al Ecuador tener ingresos, gracias a las exportaciones de productos como el banano, cacao y mucho más. Es por ello, que se debe tener un estricto manejo y control de los cultivos debido a que existen varias plagas que pueden perjudicar las plantaciones.

Por lo tanto, existen diferentes plaguicidas para combatir cada una de las plagas y enfermedades que atacan a los cultivos, por lo cual la empresa SURDULAGRO se enfoca en abastecer a los productores agrícolas con los mejores agro insumos para repeler toda causa de daño en el cultivo.

Por otra parte, el enfoque de este caso de estudio es para conocer la eficacia que tiene la empresa en los últimos años, mediante los diferentes índices de rentabilidad y a través de los análisis de estudio plantear una solución para mejorar los resultados anteriores mediante la toma de decisiones.

PROBLEMÁTICA DEL ESTUDIO

En Ecuador existe una gran cantidad de entidades que están laborando en la industria agropecuaria y muchas de estas se dedican a la comercialización de productos agrícolas. Por la gran demanda que existe sobre los productos químicos en el proceso de manejo de diferentes cultivos que hay en la provincia. Se ha formado la empresa SURDULAGRO del cual se dedicará a abastecer a la mayor parte de la provincia de productores agrícolas.

Es el proceso de llevar a cabo actividades con el uso eficiente de los recursos o medios del cual dispone una empresa, institución o agronegocio para obtener un resultado. Este proceso representa las funciones o actividades primarias de la administración, clasificándose estas en planeación, organización, dirección y control. Las mismas que deben permitir una adecuada interrelación entre eficiencia y eficacia. (Carlos, 2007).

Es por ello que realizaremos un estudio tomando como referencia los índices de rentabilidad y definir si la empresa ha sido rentable en los periodos desde su creación, caso contrario identificar cuáles son los errores y tomar decisiones que logren mejorar la rentabilidad de la institución.

ANTECEDENTES

SURDULAGRO es un agronegocio, que fue constituida el 19 julio del año 2020, ya cuenta con mucha experiencia en el ámbito agrícola, brindando productos y servicio técnico a los productores orenses.

Es una empresa que ha venido brindando oportunidad de empleo, tanto como profesionales y mano de obra no calificada en lo cual se desempeñan en diferentes áreas como personal administrativo, técnico y transporte. De esta manera se promueve el crecimiento de la población económicamente activa.

La empresa se encuentra ubicada en el cantón Pasaje, en la provincia de El Oro, está conformada por un grupo de profesionales capacitados para resolver los problemas que puedan presentar los agricultores.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el nivel de rentabilidad en las ventas del agronegocio desde su creación y obtención de su rendimiento económico a futuro aplicando índices financieros?

OBJETIVOS

Objetivos generales

- Desarrollar un estudio de la administración de un agronegocio aplicando los índices de rentabilidad en el departamento de comercialización.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico actual de la administración del agronegocio.
- Identificar los problemas a través de indicadores de rentabilidad en el departamento de comercialización.
- Proponer un plan económico-financiero para mejorar la rentabilidad del agronegocio.

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

LOS AGRONEGOCIOS

Los agronegocios tienen como finalidad económica la producción, transformación, brindar asistencia y servicios, además la compra y venta de productos que provienen de origen animal o vegetal. Esta actividad está relacionada a otras industrias como lo son los negocios pesqueros y el forestal ya que se pretende obtener beneficios de los recursos naturales. En nuestra empresa la principal actividad es la comercialización de productos químicos y orgánicos para los diferentes cultivos de la zona (Carlos, 2007).

Los productores que trabajan con terrenos cultivados requieren la utilización de productos químicos u orgánicos en el proceso de cultivo para mejorar su rendimiento, es por ello que deben se debe de atender pertinentemente con los respectivos recursos técnicos, económicos y tratar de resolver cualquier problema que presente el cultivo (Carlos, 2007).

En todo agronegocio existen factores que influyen a la mejora del rendimiento, por ejemplo:

- Lugar del predio agropecuario.
- Como interactúa la zona productiva con otras en el país.
- Uso eficiente de los recursos humanos, naturales, tecnológicos y buena administración financiera.
- Estar en constante innovación tecnológica.
- Conocer la competencia y ser competitivos.
- Y estudiar el mercado (Carlos, 2007).

PROCESO ADMINISTRATIVO

Henry Fayol es el que desarrolló este modelo, siendo esta la base primordial en lo que respecta a la práctica administrativa, obteniendo una mejor visualización de todas las áreas de la empresa, además lo que se logra es que el empleado pueda identificar este proceso en cualquier empresa.

El proceso administrativo se conceptualiza como una sucesión de etapas que mediante un orden estipulado se puede lograr la mejor administración de la empresa. De tal manera estas etapas son conocidas a nivel mundial (Hernández Mendoza & Hernández Mendoza, 2019).

Planificación

Antes de emprender cualquier acción de manejo, es importante determinar los resultados que el grupo social pretende lograr, así como las condiciones y factores futuros que se requieren para que el grupo funcione de manera efectiva. Esto sólo se puede lograr a través de la planificación. La ausencia de estas plataformas conlleva graves riesgos, desperdicio de esfuerzos y recursos, y una gobernanza muy fragmentada y desorganizada. (Marín Portillo & Atencio Cárdenas, 2008).

Por estas razones, durante la etapa del proceso de arbitraje, una vez recibidas las evaluaciones, se corrigen por el autor o autores antes de ser verificadas por expertos en el tema. Luego, se seleccionan los artículos que cumplan con criterios de calidad, temática y tiempo, ya que planear implica hacer elecciones adecuadas acerca de lo que se espera lograr en el futuro (Marín Portillo & Atencio Cárdenas, 2008).

La planeación implica la definición de objetivos y la elección de acciones para alcanzarlos, basados en una investigación y un esquema detallado a realizarse en el futuro. Dado que las operaciones administrativas están diseñadas para apoyar el logro de los objetivos de la empresa

en términos de organización, integración de personal, dirección y control, la planeación es una función administrativa esencial que precede a todas las demás. Aunque en la práctica, todas las funciones administrativas trabajan en conjunto como un sistema de acción (Marín Portillo & Atencio Cárdenas, 2008).

Organización

En la organización administrativa se combina las actividades necesarias en la cual se desarrollarán las estrategias. Cuando se refiere al alcance, las organizaciones se pueden formar en tres niveles: global (diseño organizacional), sectorial (producto por industria) y operativo (diseño de puestos y tareas) (Chiavenato, 2007).

Es el proceso de organizar la estructura de la organización y coordinar el uso de métodos y recursos de gestión para lograr sus objetivos. Es un grupo de personas relativamente estable en un sistema estructurado y en evolución cuyos esfuerzos coordinados están dirigidos a lograr objetivos en un entorno dinámico (Marín Portillo & Atencio Cárdenas, 2008).

Dirección

La administración cumple un rol fundamental dentro de las estrategias adaptadas en la administración, donde utilizan la información obtenida en el beneficio de la empresa través de buenas decisiones. Es una labor complicada y de responsabilidad relacionada íntimamente con la retroalimentación y el control en los procesos administrativos, la cual es realizada directamente por los gerentes o recae en personas con mando en la organización cuya misión es lograr las metas establecidas por la institución. Esto implica saber lidiar con lo inesperado, hacer cambios y elegir correctamente las decisiones importantes (GADE, 2019).

Lo que hace que la empresa se mantenga en pie son las decisiones correctas, el éxito organizacional depende a la correcta elección. Muchas personas subestiman el trabajo de administrar, pero el proceso se complica en el camino (GADE, 2019).

La dirección administrativa tendrá un mejor resultado cuando se enfoque a seguir los objetivos generales de la institución. Es por ello que es fundamental para el mejor rendimiento administrativo en lo que respecta a la prevención y anticipación empresarial, además incentiva al capital humano (GADE, 2019).

Hay varios aspectos por destacar dentro de la Dirección Administrativa:

Toma de decisiones. Aquí se define la problemática, Sin embargo, esta no es la última palabra, siempre se tendrán en cuenta sus criterios y recomendaciones (GADE, 2019).

Realizar una integración. En él reclutaremos, formaremos y actualizaremos cuando sea necesario. La actuación del equipo estará guiada por un plan elaborado por el responsable diario (GADE, 2019).

Motivación. Revisar la dinámica empresarial, adoptar nuevas, mejorar las existentes e incluso eliminar las improductivas. Guíe el comportamiento y los esfuerzos de cada miembro mientras se motiva a desbloquear el talento de los miembros (GADE, 2019).

Comunicación. En el contexto de la motivación, es importante tener claridad sobre las expectativas de cada segmento de la organización. Es necesario actuar como un enlace o mediador entre la dirección y los trabajadores, con el fin de garantizar una comunicación efectiva. Además, es fundamental recordar y aplicar en la práctica la misión, visión y valores de la empresa (GADE, 2019).

Liderazgo y supervisión. Además de ofrecer recomendaciones y tomar decisiones para garantizar su ejecución, es importante establecer vías de retroalimentación y

supervisión que permitan evaluar junto con la gerencia la efectividad de los cambios que se generan (GADE, 2019).

Si bien la administración está determinada por el alto conocimiento en materia tributaria, contable y financiera, por lo tanto, está ligada a una persona de calidad que pueda desempeñarse como colaborador en las agencias directivas empresa, esto va de la mano con aptitudes para trabajos gerenciales (GADE, 2019).

Si se suma un alto nivel de organización, autonomía, resolución de problemas, compañerismo y habilidades de diálogo y social, obtenemos la imagen perfecta de dirección ejecutiva (GADE, 2019).

Control

El proceso de control en la administración implica medir y evaluar el rendimiento del plan para detectar y prever posibles desviaciones, permitiendo así la adopción de medidas correctivas oportunas. Este proceso ofrece la oportunidad de optimizar las actividades y procesos de la empresa, solucionar los problemas que puedan surgir y aprender de la implementación de dichos procesos para lograr mejoras en el futuro (Hernandez Alvarez, 2020).

Para garantizar su correcto desempeño y eficiencia, es fundamental que las organizaciones implementen controles administrativos. De esta forma, podrán aumentar sus ganancias, reducir costos y ofrecer mejores productos o servicios a sus clientes (Hernandez Alvarez, 2020).

Los controles administrativos se clasifican en tres tipos: los controles preventivos, que se llevan a cabo antes de realizar una operación con el fin de asegurar que se realice sin riesgos y que se dispongan de todos los recursos necesarios, teniendo en cuenta los costos; los controles concurrentes, que se realizan durante los procesos para verificar su correcta ejecución, sin comprometer la calidad o seguridad de los mismos; y, por último, los controles posteriores, que

se efectúan tras la finalización de una actividad o proceso con el propósito de obtener información sobre su desempeño y posibles mejoras a implementar (Hernandez Alvarez, 2020).

Para establecer un sistema de control efectivo, es necesario que las personas clave involucradas comprendan su funcionamiento y alcance y acuerden su aplicación, establezcan una meta y evalúen su efectividad en términos de prevención, simplificación o combinación de mejoras (Hernandez Alvarez, 2020).

Para adaptarse a la "nueva normalidad" en el entorno laboral en medio del brote de Covid-19, las empresas han adoptado medidas para cuidar a sus socios comerciales, como el trabajo remoto, y han implementado medidas en el lugar de trabajo, como mantener una sana distancia, control de acceso, protocolos de prevención de contagios y manejo de casos de Covid-19, así como el uso de equipo de protección personal. (Hernandez Alvarez, 2020).

LOS AGROPRODUCTOS

Los agro insumos son productos que se debe de tener cautela al momento de ser manipulados; los trabajadores deben de cumplir normas y leyes que están establecidas, asimismo, se requiere un buen uso técnico de los productos, esto incluye a la transportación, lugar de almacenamiento, aplicación, control de envases vacíos, reconocer productos vencidos o que no han sido utilizados y se debe de usar elementos y herramientas que aseguren la salud y la vida del personal (Montoya R, Restrepo M, Moreno T, & Megia G, 2014).

Siendo su clasificación:

Herbicidas

Uno de los plaguicidas más importantes de los cultivos lo conforman los herbicidas. Son productos químicos que su formulación puede variar y así mismo su dosificación que se

requiere para combatir las malezas y plantas indeseables. Existen varias acciones que se clasifican en 6 grupos, según el proceso de eliminación en las plantas. Estos grupos incluyen: la fotosíntesis, la síntesis de ácidos nucleicos, la respiración celular y producción de ATP, la germinación y formación de raíces, las membranas biológicas y la síntesis de proteínas. (González Dávila, Duménigo Gonzáles, Gibert Laureiro, Pérez Carballo, & Batista López, 2020).

Existen varias maneras de utilizar los herbicidas esta puede ser en el sector agrícola, hogares y en partes de la ciudad, ya que al aplicar correctamente se tiene un mayor control de las malezas y optimizando recursos económicos. Caso contrario el mal uso de los herbicidas genera daños en los cultivos, contaminación ambiental y provocar enfermedades en las personas que los aplican (González Dávila, Duménigo Gonzáles, Gibert Laureiro, Pérez Carballo, & Batista López, 2020).

Insecticidas y acaricidas

Este tipo de plaguicidas son productos químicos por lo tanto son tóxicos para insectos y ácaros. Actualmente, existen distintos productos químicos que logran controlar los insectos, debido a los avances tecnológicos los compuestos de los químicos son más específicos lo cual son menos contaminantes, pero con un elevado precio. Los insecticidas y acaricidas son los medios más económicos y de fácil utilidad, aunque tiene algunas limitaciones (Cermeli & Díaz, 2016).

Fungicidas

Los fungicidas son plaguicidas que su función concreta es la de controlar los hongos que son perjudiciales que pueden provocar enfermedades en los cultivos. Es por ello que hay que reconocer cuales son los síntomas que presenta las plantas para aplicar el fungicida específico a los organismos dañinos (DECCO, 2019).

Hay que tener en cuenta que los fungicidas son productos químicos puede causar graves daños en la salud si no son utilizados responsablemente. De esta manera se debe de estudiar cada producto, conocer la función de la molécula del ingrediente activo, la dosificación en cierta cantidad de agua y demás características que se pueden presentar en estos productos (DECCO, 2019).

Fertilizantes foliares y edáficos.

Los fertilizantes pueden ser sustancias o mezclas que su elaboración es a base de origen orgánico o inorgánicos que contienen nutrientes asimilables que permiten a los cultivos su máximo desarrollo, estas tienen diferentes métodos de aplicación de manera edáfica y foliar (Agrocalidad, 2022).

Foliares

Aplicar micronutrientes a través de la hoja es una de las opciones complementario a la fertilización edáfica debido a que atrae nutrientes que las raíces no absorben por el suelo. Es importante realizar esta práctica debido a que contribuye en brindarle más nutrientes y no permite que tenga carencias en el desarrollo de la planta, mejora la calidad del producto, optimiza las diferentes etapas fisiológicas de la planta, además si existe irregularidades fitopatológicas con la aplicación de cobre y azufre pueden complementar a la fertilización edáfica (González Ulibarry, 2019).

Edáfico

Mezcla física: se consiguen mediante una mezcla física o mecánica de dos o más fertilizantes. Su precio bajo le hace tomar ventaja a comparación con otros, aunque un punto importante es la capacidad de absorber humedad de los fertilizantes es un factor que influye en los agricultores (Pulido, 2018).

Mezclas químicas o Complejos NPK: Se consiguen a través de un proceso químico de cuatro, seis o más elementos de los cuales conforman un solo granulo que contienen todos los nutrientes que se requieren para la fertilización (Pulido, 2018).Estos fertilizantes contienen nitrógeno, fosforo, y potasio, en un solo granulo del cual son asimilables para los cultivos. Su elaboración tiene características importantes como una equilibrada formula siendo eficiente en la nutrición balanceada y de precisión (Pulido, 2018).

Otros productos

Dentro del inventario del agronegocio podemos encontrar otras variedades de productos que complementan a la actividad agrícola como, por ejemplo:

- Desbrozadoras, aceites y cables de nylon.
- Motosierras.
- Tijeras para podar.
- Aspersores.
- Limas para machetes.
- Curvos.
- Rastrillos.
- Bombas para fumigar.
- Plasticolas.
- Cintas para banano.
- Zunchos agrícolas.
- Repuestos.

COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es el proceso a través del cual las empresas desarrollan habilidades para promocionar y vender un producto o servicio con el objetivo de llegar efectivamente a los consumidores. Por definición, es una actividad puramente comercial (DelSol, s.f.).

El objetivo de la comercialización es adquirir y retener clientes mientras se logra que los clientes existentes interactúen más con la empresa en cuestión que con un competidor. (García Suárez, 1997)

Alcance del término

La comercialización se compone de organismos y actividades que conforman el comercio en una sociedad. En términos generales, se refiere al conjunto de organizaciones, actividades y legislaciones que dan forma al comercio. Como metodología específica utilizada para desarrollar estrategias de comercialización de bienes y servicios, implica observar la conducta de las clientelas y su relación con los bienes y servicios que ofrecen las empresas (DelSol, s.f.).

La comercialización se compone de todos los organismos y actividades que forman parte del comercio en una sociedad. En términos generales, se refiere al conjunto de organizaciones, actividades y legislaciones que dan forma al comercio. En un sentido más específico, como metodología aplicada para crear estrategias de comercialización de productos y servicios, implica observar el comportamiento de los consumidores y su relación con la oferta de bienes y servicios que la empresa les ofrece (DelSol, s.f.).

Ambas definiciones son complementarias ya que posibilitan:

- A nivel microeconómico, una organización puede investigar y registrar las acciones colectivas para alcanzar sus objetivos empresariales, incluso en el caso de organizaciones sin fines de lucro. Posteriormente, es importante responder a dichas acciones para cumplir con los objetivos establecidos; (DelSol, s.f.)
- Por otro lado, se analizan las mismas actividades en un contexto más amplio de procesos sociales que involucran factores macroeconómicos, tales como políticas regulatorias, sectores empresariales o productivos, comercio internacional, entre otros (DelSol, s.f.).

El marketing es un elemento muy sustancial. En este caso, para todas las empresas agricultoras, ya que actualmente existen muchas estrategias que pueden ayudar a que el desarrollo sea lo más óptimo, logrando así mayor éxito, muchas organizaciones se enfocan en crear y ejecutar un buen sistema para comercializar su producto, tener ventajas sobre los competidores, y elegido por tus clientes. (DelSol, s.f.)

Canales de comercialización: definición e importancia

Un canal de comercialización es un canal que se encarga de la distribución del producto mencionado y su entrega al consumidor final (cliente). Como señalaron Agurto Granda y Valarezco Gonzales (2013), los intermediarios brindan servicios de compra y venta que están directamente relacionados con el flujo de productos de los productores a los consumidores (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022)

Tipo de canales de distribución

Según López Rodríguez (2014) y Bravo Vallejo (2019), los canales de comercialización más utilizados son: (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022).

Canal directo

Los fabricantes realizan las ventas de sus productos directamente a los consumidores sin intermediarios, asumiendo la responsabilidad de la comercialización y entrega de los productos a los clientes. Este canal de comercialización es especialmente adecuado para pequeñas y medianas empresas que operan en zonas urbanas y tienen la capacidad de manejarlo internamente (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022).

Canal indirecto

Este canal de distribución es conocido como intermediario entre los proveedores de servicios y los consumidores finales o usuarios, y es adecuado para medianas y grandes empresas que producen bienes o servicios para una amplia gama de consumidores ubicados en diferentes ciudades o países. En este canal, los empleados de la empresa no tienen contacto directo con los consumidores. El tamaño del canal de distribución se mide por el número de intermediarios que forman parte de la ruta de distribución del producto (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022).

Existen cuatro formas principales de distribución que se utilizan para comercializar productos, las cuales permiten que un producto sea introducido desde el productor hasta el consumidor final.: (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022).

- a) El productor vende directamente al consumidor.
- b) El productor vende al mayorista, quien a su vez vende al consumidor.
- c) El productor vende al mayorista, quien vende al minorista, y finalmente este vende al consumidor.
- d) El productor vende al minorista, quien vende al consumidor (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022).

Tipos de intermediario

Mayorista

Según Molinillo Jiménez (2012), las empresas mayoristas se desempeñan como intermediarios que adquieren bienes de fabricantes y/o mayoristas, y luego los revenden a otros mayoristas, minoristas o incluso los utilizan como usuarios finales en el proceso de fabricación. Estas compañías también se conocen como comerciantes, proveedores, revendedores o simplemente distribuidores. (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022).

Minorista

Obando Sarabia (2011) Este es el canal más utilizado porque la mayoría de las compras se realizan a través de este sistema que incluye al fabricante que lo vende al minorista que lo expone al consumidor final (Sumba Bustamante, Toala Sanchez, & García Vélez, 2022).

PROCESO DE COMERCIALIZACION DE SURDULAGRO

El tipo de comercialización en el cual está enfocado la empresa es la de tipo híbrido ya que se compra productos al mayoreo, distribuyendo los productos a minoristas y para consumidores finales.

La empresa requiere de este método ya que al comprar al por mayor la empresa distribuidora beneficia al comprador reduciendo los precios de todos los productos que sean adquiridos, de esta manera SURDULAGRO puede obtener una mayor utilidad al comercializar al minorista o al consumidor.

Dentro del proceso de comercialización también se brinda el servicio de transporte del cual no tiene costo, este se lo aplica para dar una mejor atención a los clientes tanto como a pequeños o grandes productores y pequeñas empresas de las cuales compran al por menor, brindarles un precio razonable, para que ellos obtengan un margen de utilidad que les permitan crecer como agronegocios.

Logística y transporte

El transporte es un componente clave en la planificación y ejecución, ya que facilita el movimiento de materias primas, productos terminados e incluso personas a través de cadenas de transporte, ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional (González Cancelas, 2016).

Según Acevedo y Urquiaga (2000) mencionado en los sistemas logísticos, se establece como una red de unidades autónomas y coordinadas que garantizan la satisfacción del cliente final en términos de tiempo, calidad, cantidad y costo. Este concepto de sistema logístico permite que una organización seleccione e integre las mejores unidades de producción y servicio del entorno para alcanzar competitivamente sus objetivos (Hurtado Bringas, Robles Parra, Preciado Rodríguez, & Bañuelos Flores, 2018).

La Junta de Gestión Logística (CLM, por sus siglas en inglés) es la encargada de planificar, implementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente y efectivo de bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el objetivo de satisfacer las demandas de los consumidores. En otras palabras, forma parte de la gestión de la cadena de suministro y se ocupa de coordinar todos los aspectos relacionados con la logística para garantizar que los productos lleguen a su destino de manera oportuna y eficiente (Hurtado Bringas, Robles Parra, Preciado Rodríguez, & Bañuelos Flores, 2018).

La logística está dividida en acciones centrales y actividades de apoyo, siendo el transporte el componente más importante de los costos logísticos en la mayoría de las organizaciones (Zapata Cortes, Vélez Bedoya, & Arango Serna, 2020).

ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Factor: RENTABILIDAD

Rentabilidad Neta Del Activo (Dupont)

Este indicador nos permite determinar si los activos están generando una buena rentabilidad, independientemente de la forma en que se hayan obtenido, ya sea a través de deuda o patrimonio. (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$*Rentabilidad Neta Del Activo* = \frac{\mathit{Utilidad Neta}}{\mathit{Ventas}} \cdot \frac{\mathit{Ventas}}{\mathit{Activo Total}}$$

Se debe de tener en cuenta que en ocasiones este indicador nos puede dar resultados negativos, ya que las aportaciones tributarias pueden afectar a las utilidades, esto se debe a que si obtenemos un monto muy elevado de gasto que no son deducibles, debe de pagar un valor muy alto al impuesto a la renta (SuperIntendencia, s.f.).

Margen Bruto

Esta ratio nos permite determinar la rentabilidad de las ventas al compararlas con su costo, así como la capacidad de la empresa para cubrir sus gastos operativos. Además, nos proporciona información acerca de la generación de ganancias antes de la deducción de impuestos.

Formula:

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

Margen Operacional

Para calcular la utilidad operacional, debemos considerar no solo los costos, sino también los gastos operacionales de administración, así como las ventas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los gastos financieros no se consideran gastos operacionales, ya que no son necesarios para que una empresa pueda operar (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$\text{Margen Operacional} = \text{Utilidad Operacional} / \text{Ventas}$$

Para que una empresa sea rentable debe de tener un estudio de margen operacional, ya que esto demuestra si la empresa es rentable, sin tomar en cuenta el método usado para la financiación (SuperIntendencia, s.f.).

Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)

Este índice de rentabilidad sobre ventas indica la ganancia que obtiene la empresa por cada unidad vendida. Hay que tener cautela al utilizar este indicador, al comparar con el margen operacional, ya que si se quiere saber la utilidad de la empresa es obtenida de operaciones propias, si existe ingresos indirectos (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Debido a que se utiliza el valor de la utilidad neta, es posible obtener resultados negativos, como se explicó anteriormente en la rentabilidad neta de los activos (SuperIntendencia, s.f.).

Rentabilidad Operacional del Patrimonio

Este indicador nos ayuda a determinar la rentabilidad que los accionistas obtienen por cada unidad de capital invertido en la empresa. No se deben considerar los gastos financieros, la participación de los trabajadores ni los impuestos. Para obtener datos precisos, debemos comparar este indicador con la rentabilidad financiera, lo que nos permitirá entender cómo los gastos financieros e impuestos afectan la rentabilidad de cada accionista (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$\text{Rentabilidad operacional del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

Rentabilidad Financiera

Si los inversionistas de la empresa persisten en seguir invirtiendo es porque algún beneficio sigue obteniendo de la institución, ya sea directa o indirectamente compensa la empresa al dinero que ha sido puesto a disposición por parte de los socios. (SuperIntendencia, s.f.)

Este indicador es crucial para una empresa, ya que permite conocer la utilidad neta generada a partir de la inversión realizada por los propietarios de la empresa. Esta razón da a conocer, cada una de las expectativas de los socios, ya que han sido delimitados por el costo de oportunidad, este indicador refleja la rentabilidad que se pierde al optar por otras inversiones (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} \times \frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}} \times \frac{\text{UAI}}{\text{UAI}} \times \frac{\text{Unidad Neta}}{\text{UAI}}$$

Mediante este indicador podemos identificar los factores que influyen en la rentabilidad de la empresa. Con base en los resultados obtenidos, los analistas pueden tomar decisiones que mejoren el rendimiento de la misma.

Rentabilidad Operacional del activo

Este indicador está relacionado con la utilidad operacional, por lo que se debe de considerar la diferencia entre cualquier actividad ordinaria con los costos de ventas y gastos administrativos/ventas con conexión al total de los activos. Este indicador es similar al de Rentabilidad neta del activo, pero esta no toma a consideración la aportación tributaria (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$\text{Rentabilidad operacional del activo} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Total Activos}}$$

ROE (Return of Equity)

A este indicador también se lo considera como rentabilidad financiera, en el cual se relaciona el rendimiento, las utilidades netas, los gastos que se necesitan realizar para obtener. La fórmula de este indicador presenta una manera más directa al obtener los resultados ya que solo se considera a la Utilidad Neta con respecto al patrimonio (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$ROE = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Patrimonio}}$$

ROA (Return of Assets)

El propósito de este indicador es medir la rentabilidad de los activos, es decir por cada dólar que la empresa invierte esta recibe una utilidad, estas inversiones pueden ser en distintos bienes, de los cuales se esperan que las ganancias sean altas a mediano plazo. (SuperIntendencia, s.f.).

Formula:

$$ROA = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Total activos}}$$

3. METODOLOGIA

Ubicación geográfica

La ciudad de Pasaje se encuentra en la costa de Ecuador, en la provincia de El Oro, a una altitud de 30 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con el cantón El Guabo, al sur con el cantón Santa Rosa, al este con la Provincia del Azuay y el cantón Zaruma, y al oeste con el cantón Machala. (EcuRed, 2022).

El establecimiento está convenientemente ubicado en una de las zonas más céntricas y transitadas de la ciudad, en las calles Rocafuerte y Piedrahita, lo que permite un fácil acceso y una mayor visibilidad para los clientes potenciales.

Mapa Geográfico de la Ciudad de Pasaje

Figura. 1 ubicación de la zona de estudio.



Fuente: Google Maps

Nivel de investigación

El nivel de investigación puede ser clasificado en tres categorías dependiendo del conocimiento que se adquiere: 1) exploratoria, 2) descriptiva, o 3) explicativa (Ortega Julio, 2017).

La investigación exploratoria tiene como objetivo identificar los aspectos fundamentales de un problema en particular y encontrar procedimientos adecuados para una investigación más detallada (Ortega Julio, 2017).

La investigación descriptiva utiliza métodos analíticos para describir el objeto de la investigación o una situación específica, detallando sus características (Ortega Julio, 2017)

Por otro lado, la investigación interpretativa requiere una combinación de métodos analíticos y sintéticos, combinando deducción e inducción para responder o explicar las razones de la investigación. (Ortega Julio, 2017)

En esta investigación se ha aplicado el nivel de investigación descriptiva, ya que el objetivo de este trabajo es el analizar los datos obtenidos y describir cuales son los puntos altos y bajos en los índices financieros (Ortega Julio, 2017).

Tipo de investigación

Actualmente existen tres métodos de investigación ampliamente utilizados: el enfoque cualitativo (interpretativo), el enfoque cuantitativo (positivista) y el enfoque sociocrítico, además, también existe el método mixto que combina ambos enfoques (Corona Lisboa, 2016).

La metodología cualitativa es una interpretación descriptiva del comportamiento de los sujetos que intervienen en el estudio, desde lo particular a lo general (enfoque inductivo). Esta metodología es subjetiva y explicativa, teniendo en cuenta el carácter social e individual de los encuestado (Corona Lisboa, 2016).

Por otro lado, en los métodos cuantitativos, los investigadores miden cuidadosamente sus variables en relación a objetivos claramente definidos y utilizan técnicas estadísticas para analizar los datos obtenidos. Además, en algunos casos, también pueden manipular sus propias variables según el tipo de estudio (Corona Lisboa, 2016).

El método sociocrítico es una combinación de los métodos cualitativo y cuantitativo. Este enfoque metodológico utiliza herramientas tanto interpretativas como positivistas para recopilar datos y analizarlos en profundidad (Corona Lisboa, 2016).

En este estudio se ha utilizado el enfoque de investigación cuantitativa, donde se ha recopilado información y se analizarán las variables a través de los datos obtenidos. De esta manera, se podrán obtener resultados y determinar si existen problemas en los índices de rentabilidad utilizados en el análisis (Cadena, et al., 2017).

INDICADORES DE RENTABILIDAD (AÑO 2020)

Rentabilidad Neta Del Activo (Dupont)

$$\text{Rentabilidad Neta Del Activo} = \frac{58895,43}{462391,17} \cdot \frac{462391,17}{195326,22} = 0,30 * 100 = 30 \%$$

Interpretación:

La rentabilidad neta del activo enfocado en el método Dupont indica de una manera más detallada la relación entre la utilidad de ventas y la rotación del activo. Dando como resultado en la rentabilidad neta del 30 %.

Margen Bruto

$$\text{Margen Bruto} = \frac{462391,17 - 400860,97}{462391,17} = 0,13 * 100 = 13 \%$$

Interpretación:

En cuanto al margen bruto, se puede afirmar que los ingresos operacionales netos contribuyeron con un 13 % a la utilidad bruta, lo que significa que por cada dólar vendido se obtuvo una ganancia de 0.13 centavos.

Margen Operacional

$$\textit{Margen Operacional} = \frac{61530,20}{58895,43} = 0,13 * 100 = 13 \%$$

Interpretación:

La empresa obtuvo una utilidad operacional del 13 % en el año 2020, derivada de sus ventas, es decir que la empresa genera 0.13 centavos por cada dólar obtenido de la de utilidad operacional.

Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)

$$\textit{Margen Neto} = \frac{58895,43}{462391,17} = 0,12 * 100 = 12 \%$$

Interpretación:

Se ha obtenido un 12 % de beneficio con relación a los ingresos. Es decir que por cada dólar vendido que ha ingresado a la empresa descontando los costos, las ganancias son de 12 centavos por cada dólar.

Rentabilidad Operacional del Patrimonio

$$\text{Rentab. Operacional del Patrimonio} = \frac{61530,20}{175492,14} \times 100 = 35 \%$$

Interpretación:

Los dueños de la empresa obtuvieron un 35 % de beneficios sobre su inversión con relación a la utilidad operacional. Este indicador indica la rentabilidad del capital invertido en la empresa para los socios o accionista

Rentabilidad Financiera

Rentabilidad Financiera

$$\begin{aligned} &= \frac{462391,17}{195326,22} \times \frac{90248,69}{462391,17} \times \frac{195326,22}{175492,14} \times \frac{90248,69}{90248,69} \times \frac{58895,43}{90248,69} \\ &= 0,33 \times 100 = 33 \% \end{aligned}$$

Interpretación:

Este índice muestra que los accionistas o inversionistas han tenido un buen margen de utilidad este año, aunque este índice se obtiene al dividir la utilidad neta para el patrimonio, lo que demuestra que otras variables tienen poco efecto en sus utilidades.

Rentabilidad Operacional del Activo

$$\text{Rentabilidad operacional del activo} = \frac{61530,20}{294253,25} \times 100 = 21 \%$$

Interpretación:

Este indicador nos dice que hay un gran porcentaje en la rentabilidad operacional del activo reflejando un 31 % con respecto a la utilidad operacional.

ROE (Return of Equity)

$$ROE = \frac{58895,43}{175492,14} = 0,33 * 100 = 33 \%$$

Interpretación:

Esta relación muestra cuánto obtuvieron los accionistas por su inversión, lo que significa que los socios tienen un retorno de inversión del 33 %.

ROA

$$ROA = \frac{58895,43}{195326,22} = 0,30 * 100 = 30 \%$$

Interpretación:

Nuestro ROA de los activos totales es del 30 % de las ventas, Esto implica que, por cada dólar invertido en los activos totales, se obtiene un beneficio neto de 0,30 centavos.

INDICADORES DE RENTABILIDAD (AÑO 2021)

Rentabilidad Neta Del Activo (Dupont)

$$\text{Rentabilidad Neta Del Activo} = \frac{73852.13}{681631.25} \cdot \frac{681631.25}{409524.72} = 0.18 * 100 = 18 \%$$

Interpretación:

El indicador Dupont nos proporciona una visión más detallada de los resultados, ya que permite relacionar la utilidad de ventas y la rotación del activo. Esto indica que estas áreas son responsables de la rentabilidad del activo, mostrando que se obtuvo una rentabilidad neta del 18 % en relación al activo.

Margen Bruto

$$\text{Margen Bruto} = \frac{681631.25 - 601603.99}{681631.25} = 0.12 * 100 = 12 \%$$

Interpretación:

Podemos afirmar que, en relación al margen bruto, los ingresos operacionales netos generaron una utilidad bruta del 12 %, es decir, que por cada dólar vendido se obtuvo una utilidad de 0.12 centavos.

Margen Operacional

$$\text{Margen Operacional} = \frac{80027.26}{681631.25} = 0.12 * 100 = 12 \%$$

Interpretación:

La empresa generó un 12 % de beneficio operacional en el 2021, es decir que la empresa genera 0.12 centavos por cada dólar obtenido de la de utilidad operacional.

Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)

$$\text{Margen Neto} = \frac{73852.13}{681631.25} = 0.11 * 100 = 11 \%$$

Interpretación:

Se ha obtenido un 11 % de beneficio con relación a los ingresos. Es decir que por cada dólar vendido que ha ingresado a la empresa descontando los costos, las ganancias son de 0.11 centavos por cada dólar.

Rentabilidad Operacional del Patrimonio

$$\text{Rent. operacional del Patrimonio} = \frac{80027.26}{251935.45} = 0.32 * 100 = 32 \%$$

Interpretación:

Este indicador nos indica que para los inversionistas o asociados es rentable el dinero invertido en la institución. Ya que los propietarios de la empresa obtuvieron un 32 % de beneficios sobre su inversión con relación a la utilidad operacional.

Rentabilidad Financiera

Rentabilidad Financiera

$$= \frac{681631.25}{409524.72} \times \frac{73852.13}{681631.25} \times \frac{409524.72}{251935.45} \times \frac{73852.13}{73852.13} \times \frac{73852.13}{73852.13}$$
$$= 0,29 * 100 = 29 \%$$

Interpretación:

Este indicador nos demuestra que los accionistas o inversionistas tienen un margen de ingresos favorables para este año, aunque en esta indicado se obtiene dividiendo la utilidad neta para el patrimonio, esta nos indica que las demás variables no tienen una gran afectación a sus utilidades.

Rentabilidad Operacional del Activo

$$\text{Rentabilidad operacional del activo} = \frac{80027,26}{409524,72} * 100 = 19 \%$$

Interpretación:

Este indicador nos dice que, en la rentabilidad operacional del activo, las utilidades operacionales reflejan un 19 %.

ROE

$$ROE = \frac{73852.13}{251935.45} = 0,29 * 100 = 29 \%$$

Interpretación:

Este indicador nos dice cuánto obtienen los accionistas de su inversión, es decir, los accionistas obtienen el 29 % del rendimiento de su inversión.

ROA

$$\text{ROA} = \frac{73852.13}{409524.72} = 0.18 * 100 = 18 \%$$

Interpretación:

Nuestro ROA sobre los activos totales, los ingresos son del 18 %, por lo que, por cada dólar invertido en los activos totales, se obtiene 0,18 centavos de beneficio neto.

4. RESULTADOS

Tabla 1. Resultados en porcentaje de los indicadores de rentabilidad

INDICADORES	Años	
	2020	2021
Rentabilidad Neta Del Activo (Dupont)	30 %	18 %
Margen bruto	13 %	12 %
Margen operacional	13 %	12 %
Rentabilidad Neta de Ventas	12 %	11 %
Rentabilidad Operacional del Patrimonio	35 %	32 %
Rentabilidad Financiera	33 %	29 %
Rentabilidad Operacional del Activo	28 %	19 %
ROE	33 %	29 %
ROA	30 %	18 %

Cuadro 1. Indicadores de rentabilidad de los años 2020-2021.

Elaboración: Ariel Cuenca

Interpretaciones:

Rentabilidad Neta del Activo (Dupont)

Este indicador para el año 2020 tuvo una utilidad del 30 % un resultado positivo para el primer año en que se formó esta empresa, caso distinto fue para el año 2021 ya que tuvo una caída del 12 % menos. En la Rentabilidad Neta Del Activo se obtiene un 18 %.

Margen Bruto

En cuanto a este indicador nos muestra la cantidad de utilidad que se obtiene antes de pagar impuestos, siendo que para el año 2020 se obtuvo un 13 % de margen bruto y para el 2021 se redujo al 12 %.

Margen operacional

Este indicador nos muestra la utilidad operacional obtenida en el año 2020 del cual fue del 13 %, en cambio para el siguiente año hubo una reducción al 12 % en la utilidad operacional.

Rentabilidades Netas de Ventas

Con este indicador podemos observar las utilidades netas que ingresaron en la empresa por cada unidad vendida. Siendo que para el año 2020 se obtuvieron el 12 % de utilidad neta y para el año 2021 se redujeron a un 11 % de margen neto.

Rentabilidad Operacional Del Patrimonio

Mediante este indicador podemos saber que tan rentable es la inversión que ha hecho los socios o accionistas en la empresa. Para el año 2020 los accionistas tuvieron una utilidad del 35 % siendo muy buena la rentabilidad, en cambio para el año 2021 se redujo al 32 % en la utilidad de los socios.

Rentabilidad Financiera

Este indicador es importante para conocer los beneficios netos que se han generado por la inversión aportada. La representación porcentual que se obtuvo de las inversiones ha sido de un 33 % en el año 2020, en cambio para el año 2021 hubo una disminución y se obtuvo una utilidad del 29 %.

Rentabilidad Operacional del Activo

A través de este indicador podemos conocer cuál es la utilidad operacional con relación a los activos totales. Siendo que para el año 2020 se obtuvo un 28 %, en cambio para el 2021 si hubo una reducción considerable dando como resultado un 19 % de utilidad operacional.

ROE (Return of Equity)

Con este indicador también podemos conocer cuál es la rentabilidad financiera, de tal manera que para el año 2020 se obtuvieron un 33 % de utilidad neta, así mismo para el año 2021 hubo una reducción dando como resultado un 29 % de utilidades netas.

ROA (Return of Assest)

El objetivo de este indicador es la de medir la rentabilidad de los activos. Es decir que por cada dólar invertido la empresa recibe una utilidad. Por ende, en el año 2020 la empresa por cada dólar obtenido esta recibiría el 30 % es decir 0.30 ctvs. por cada dólar, en cambio para el año 2021 la empresa por cada dólar recibía el 18 % de utilidad es decir 0.18 ctvs. por cada dólar ganado.

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DEL AGRONEGOCIO.

Abrir una sucursal puede ser un gran paso para expandir un negocio, pero requiere un plan económico y financiero sólido para asegurarse de que se puede lograr con éxito. A continuación, se detallan algunos pasos importantes que se deben seguir para crear un plan económico y financiero sólido para abrir una sucursal.

Realizar un análisis de mercado

Antes de abrir una sucursal, es importante realizar un análisis de mercado detallado para entender la demanda, la competencia y los precios en la región donde se desea establecer la sucursal. Este análisis debe incluir la investigación de la población, los ingresos promedio, el comportamiento de compra y los patrones de consumo.

Para tener éxito con una idea de negocio, es imprescindible realizar un análisis de mercado preciso. Este análisis proporcionará la base para establecer una estrategia de marketing efectiva y medidas concretas (IONOS, 2022)

Además, existen otras razones por las que el análisis de mercado es rentable, como:

- La capacidad de fundamentar la idea de negocio con cifras, datos y hechos para respaldar el plan de negocios, identificar el potencial del mercado para evitar decisiones equivocadas, (IONOS, 2022)
- Abordar cualquier deficiencia de conocimiento a tiempo y conocer qué productos de la competencia están en el mercado (IONOS, 2022).
- Asimismo, un análisis de mercado permite identificar barreras de entrada y estimar el atractivo del mercado (IONOS, 2022).

Establecer un presupuesto

Una vez que se haya realizado un análisis de mercado, es importante establecer un presupuesto realista para la apertura de la sucursal. El presupuesto debe incluir los costos de la ubicación, los costos de los suministros y el equipo, los costos de publicidad y marketing, los salarios de los empleados, y otros costos indirectos.

El plan financiero debe incluir todas las proyecciones financieras esenciales para iniciar el negocio, como el presupuesto de ingresos, el presupuesto de inversiones, el presupuesto de compras, el presupuesto de marketing y ventas, el presupuesto administrativo, los gastos financieros, el estado de resultados, el flujo de efectivo y la evaluación financiera (Baque Villanueva, Álvarez Góme, Viteri Intriago, & Izquierdo Morán, 2020).

Obtener financiamiento

Si el presupuesto establecido es mayor que el capital de la empresa, se debe buscar financiamiento. Las opciones pueden incluir préstamos bancarios, inversores privados o crowdfunding. Es importante tener un plan detallado de cómo se utilizará el financiamiento y cómo se pagará.

El financiamiento ha sido ampliamente estudiado como uno de los factores que influyen positivamente en el crecimiento de una empresa, su productividad y su capacidad para generar empleo. De hecho, algunos gobiernos de diferentes países consideran el financiamiento a emprendedores como una estrategia clave para fomentar el desarrollo económico (Saavedra García, Aguilar Anay, & Tapia Sánchez, 2021)

Crear un plan de marketing

Una vez que se ha establecido un presupuesto, es importante crear un plan de marketing sólido para la nueva sucursal.

La estrategia se compone de un conjunto de acciones diseñadas para alcanzar los objetivos establecidos. Un ejemplo de estrategia podría ser desarrollar una campaña de Inbound Marketing o Linkbuilding.

Las tácticas, por otro lado, son las acciones más específicas que se deben llevar a cabo para implementar la estrategia. Estas acciones requieren más trabajo y están relacionadas con la forma y el método de realizar las tareas. Un ejemplo de táctica sería publicar dos entradas en el blog diariamente. (PÉREZ CARDONA, 2019)

Un ejemplo concreto de la relación entre estrategia y tácticas es el siguiente:

- Estrategia: Dar a conocer una marca.
- Tácticas: Crear anuncios en los principales medios informativos online, realizar un evento, crear una campaña en Google Adwords. (PÉREZ CARDONA, 2019)

Contratar personal

Al abrir una nueva sucursal, es importante contratar personal experimentado y capacitado para ayudar a administrar la nueva ubicación. Esto puede incluir gerentes, supervisores y empleados de tiempo completo y parcial. También es importante capacitar a todo el personal para garantizar que estén familiarizados con los productos y servicios de la empresa.

Métodos para reclutamiento del personal

La entrevista es un elemento crucial para determinar el comportamiento de un candidato y es llevada a cabo por profesionales capacitados en Psicología, quienes son expertos en esta técnica. El objetivo de la entrevista es determinar si la personalidad y la motivación del candidato coinciden con el perfil necesario para ocupar la vacante.

Por otro lado, durante el proceso de selección, la empresa contratante debe verificar la información proporcionada en la hoja de vida del candidato y confirmar que la información entregada sea precisa y coincida con la realidad (Werther, 1996) (Naranjo Arango, 2012)

Establecer un sistema de seguimiento de ingresos y gastos

Para asegurarse de que la nueva sucursal sea rentable, es importante establecer un sistema de seguimiento de ingresos y gastos. Esto permitirá monitorear la rentabilidad de la sucursal, realizar ajustes si es necesario y tomar decisiones informadas sobre la gestión financiera.

Evaluar y ajustar el plan regularmente

Una vez que la sucursal esté en funcionamiento, es importante evaluar regularmente el rendimiento y hacer ajustes en el plan económico y financiero según sea necesario. Esto permitirá garantizar que la sucursal sea rentable y contribuya al crecimiento general del negocio.

5. CONCLUSION0

- La administración de la empresa ha sido eficaz en los dos años de estudio, logrando tener una buena estructura interna.
- El sistema de comercialización de los productos permite competir en el mercado, los precios de los agro-insumos hace que dueños de pequeñas empresas y agricultores se sientan convencidos de realizar sus compras en SURDULAGRO.
- Con una eficiente administración y optimo sistema de comercialización, el estudio de rentabilidad financiera arrojó resultados positivos en todos sus indicadores, lo que podemos concluir que la empresa SURDULAGRO se ha convertido en un referente en el sector agropecuario a nivel provincial.
- La expansión de la empresa en otros cantones, es parte del plan económico-financiero para mejorar la rentabilidad del agronegocio, da como solución a la problemática planteada.

6. RECOMENDACIONES

Aunque los resultados obtenidos han sido positivos en cuanto a la rentabilidad de la empresa, se recomienda:

- Seguir con el sistema de administración, ya que está establecida organizacionalmente, formando una estructura en la cual se logran tener una mayor rentabilidad financiera.
- Por ahora el método de comercialización permite llegar a diferentes consumidores, por lo cual se recomienda seguir utilizando esta metodología para comercializar sus productos. Logrando obtener una alta utilidad en los indicadores financieros.
- La implementación de una nueva sucursal, deberá de ser establecida en cantones estratégicos como: Arenillas, El Guabo y Huaquillas.

Bibliografía

- Zapata Cortes, J. A., Vélez Bedoya, Á. R., & Arango Serna, M. D. (2020). Mejora del proceso de distribución en una empresa de transporte. *SciELO*, 126.
doi:<https://doi.org/10.35426/iav49n126.08>
- Agrocalidad. (14 de 06 de 2022). *Agrocalidad*. Recuperado el 08 de 12 de 2022, de Manual de fertilizantes: <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/06/Manual-fertilizantes-ver7.pdf>
- Baque Villanueva, L. K., Álvarez Góme, L. K., Viteri Intriago, D. A., & Izquierdo Morán, A. M. (agosto de 2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4). Recuperado el 08 de marzo de 2023, de Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400120
- BBVA. (s.f.). *BBVA*. Recuperado el 12 de 12 de 2022, de ¿Qué es el índice de liquidez de una empresa?: bbva.mx/educacion-financiera/banca-digital/indice-de-liquidez-.html#:~:text=Indica%20la%20capacidad%20de%20operaci%20n,banco%20entre%20el%20pasivo%20corriente.
- Cadena, P., Rendon , R., Aguilar, J., Del Rosario , F., Salinas, E., & Ma, D. (noviembre de 2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8, 1603-1617. Recuperado el 15 de 02 de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>
- Carlos, L. (septiembre de 2007). *Gestión empresarial para agronegocios*. (eumed, Ed.) Chiclayo, Lambayeque, Perú. doi:978-84-690-9034-3
- Cermeli, M., & Díaz, G. (2016). *CONTROL QUÍMICO DE INSECTOS PLAGA*. Recuperado el 01 de 12 de 2022, de http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/facultad_agronomia/Zoologia_Agricola/Manejo_Integrado/Competencia2/GUIA_CONTROL_QUIMICO_FMIIIP_2016.pdf
- Chiavenato, I. (Ed.). (2007). *Resumen del Libro «Introducción a la Teoría General de la Administración» de Idalberto Chiavenato (13:978-970-10-5500-7 ed.)*. Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Corona Lisboa, J. (02 de 2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *MediSur*, 14(1), 81-83. Recuperado el 07 de marzo de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2016000100016#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20existen%20tres,llamado%20m%C3%A9todo%20mixto%20de%20investigaci%C3%B3n.
- DECCO. (03 de 03 de 2019). *DECCO NATURALLY POSTHARVEST*. Recuperado el 7 de 12 de 2022, de Para qué sirve un fungicida y por qué se usa en postcosecha:
<https://www.deccoiberica.es/para-que-sirve-un-fungicida-y-por-que-se-usa-en-poscosecha/>
- DeSol. (s.f.). *Comercialización*. Recuperado el 24 de 02 de 2023, de Microsoft DeSol:
<https://www.sdelsol.com/glosario/comercializacion/>

- EcuRed. (2022). *EcuRed*. Recuperado el 15 de 02 de 2023, de [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Pasaje_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Pasaje_(Ecuador))
- GADE. (23 de 10 de 2019). *La importancia de la Dirección Administrativa*. Recuperado el 27 de 12 de 2022, de GADE: <https://gadebs.es/blog/actualidad/la-importancia-de-la-direccion-administrativa/>
- García Suárez, V. M. (diciembre de 1997). La comercialización de productos y servicios de información en el sector bibliotecario-informativo. *ACIMED*, 5(3), 11-13. Recuperado el 07 de marzo de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94351997000300004&lng=es.
- González Ulibarry, P. (05 de 2019). *BCN*. Recuperado el 08 de 12 de 2022, de Fertilizantes foliares: https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27247/1/Fertilizantes_Foliares.pdf
- González Cancelas, N. (2016). Presentación: transporte y logística. *Revista Transporte y Territorio*, 1-4. Recuperado el 07 de 03 de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/3330/333046307001.pdf>
- González Dávila, B., Duménigo Gonzáles, A., Gibert Laureiro, J., Pérez Carballo, M., & Batista López, Y. (1 de 10 de 2020). OBTENCIÓN DE FORMULACIONES DEL HERBICIDA IMAZETAPIR EN FORMA DE CONCENTRADO SOLUBLE AL 10%. (Epub, Ed.) *Centro Azúcar*, 47(4), 69-77. doi:2223-4861
- Hernandez Alvarez, M. (07 de 07 de 2020). *La importancia del control en la administración*. Recuperado el 27 de 12 de 2022, de <https://www.uic.mx/noticias/la-importancia-del-control-en-la-administracion/#:~:text=El%20control%20en%20el%20proceso,establecer%20las%20medidas%20correctivas%20necesarias>.
- Hernández Mendoza, J. M., & Hernández Mendoza, S. L. (2019). Etapas del Proceso Administrativo. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula*, 66-67. doi:<https://doi.org/10.29057/esat.v6i11.3704>
- Hurtado Bringas, B. A., Robles Parra, J. M., Preciado Rodríguez, J. M., & Bañuelos Flores, N. (junio de 2018). Logística de transporte y desarrollo local en organizaciones exportadoras de uva de mesa sonorenses. *SciELO*, 51. doi:<https://doi.org/10.24836/es.v28i51.563>
- IONOS. (2022). Recuperado el 08 de marzo de 2023, de El análisis de mercado: definición y ejemplos: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/>
- López, D. (20 de 04 de 2020). *¿Qué Es La Prueba Ácida?* Recuperado el 12 de 12 de 2022, de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/533642024/Que-es-la-Prueba-acida>
- Marín Portillo, K., & Atencio Cárdenas, E. (06 de 2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso. *Omnia*, 14(3), 160-183. Recuperado el 07 de 03 de 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73711121009>
- Marín Portillo, K., & Atencio Cárdenas, E. (2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso. *Omnia*, 14(3), 160-183. Recuperado el 26 de 12 de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73711121009.pdf>

- Montoya R, M. L., Restrepo M, F. M., Moreno T, N., & Megia G, P. A. (2014). Impacto del manejo de agroquímicos, parte alta de la microcuenca Chorro Hondo, Marinilla, 2011. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 32, 26-35. doi:0120-386X
- Naranjo Arango, R. (julio de 2012). El proceso de selección y contratación del personal en las. (32). Recuperado el 08 de marzo de 2023, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100005
- Ortega Julio, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 155-156. Recuperado el 07 de marzo de 2023, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-92942017000200008#:~:text=Por%20el%20nivel%20de%20conocimientos,%20descriptiva%20o%203\)%20explicativa](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-92942017000200008#:~:text=Por%20el%20nivel%20de%20conocimientos,%20descriptiva%20o%203)%20explicativa).
- Paucar Flores, K. M. (20 de 10 de 2016). Recuperado el 15 de 02 de 2023, de SlideShare: <https://es.slideshare.net/cattypflores/niveles-de-investigacion-67434154>
- PÉREZ CARDONA, M. (2019). Recuperado el 08 de marzo de 2023, de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/plan-de-marketing-digital/>
- Pulido, D. (31 de 10 de 2018). YARA. Recuperado el 08 de 12 de 2022, de Mezclas Físicas vs Complejos NPK: <https://www.yara.com.mx/noticias-y-eventos/noticias-mexico/mezclas-fisicas-vs-complejos-quimicos/>
- Saavedra García, M. L., Aguilar Anay, M., & Tapia Sánchez, B. (octubre de 2021). El financiamiento en las empresas dirigidas por mujeres en la Ciudad de México. *Pensamiento & Gestión*(49). Recuperado el 08 de marzo de 2023, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762020000200045
- Sumba Bustamante, R. Y., Toala Sanchez, A. J., & García Vélez, A. H. (junio de 2022). *ReciMudo*. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.92-108](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.92-108)
- SuperIntendencia. (s.f.). *Tabla de indicadores*. Recuperado el 22 de 12 de 2022, de Supercias: https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/samples/images/docs/tabla_indicadores.pdf

ANEXOS

RESUMEN FINANCIERO (INFORMATIVO)		
Ingresos Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1005	0.00
(+) Ingresos Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1010	462391.17
(=) Total ingresos Operacionales	1015	462391.17
(-) Costos Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1020	0.00
(=) Utilidad Bruta	1025	462391.17
(-) Gastos Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1030	0.00
(-) Gastos Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1035	400860.97
(=) Utilidad Operacional Global (1025-1030-1035)	1040	61530.20
(+) Ingresos No Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1045	0.00
(+) Ingresos No Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1050	32521.80

La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
	CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN
	SRIDEC2020040828917	871975637723	25-03-2021
			PÁGINA 4

(-) Gastos No Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1055	0.00
(-) Gastos No Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1060	2650.11
(=) Utilidad antes de Participación a trabajadores	1065	90248.69
(-) Participación a trabajadores	704	0.00
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	1075	90248.69
(-) Impuesto a la Renta Causado	839	31353.26
(=) UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO A LA RENTA	1099	58895.43

DETALLE DE CRÉDITOS TRIBUTARIOS DE AÑOS ANTERIORES	
Año de crédito tributario	Valor
2019	1,185.82

ANEXOS 1. Estado de resultados obtenidos del SRI del año 2020.

RESUMEN FINANCIERO (INFORMATIVO)		
Ingresos Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1005	681631.25
(+) Ingresos Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1010	0.00
(=) Total ingresos Operacionales	1015	681631.25
(-) Costos Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1020	601603.99
(=) Utilidad Bruta	1025	80027.26
(-) Gastos Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1030	0.00
(-) Gastos Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1035	0.00
(=) Utilidad Operacional Global (1025-1030-1035)	1040	80027.26
(+) Ingresos No Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1045	0.00
(+) Ingresos No Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1050	0.00
(-) Gastos No Operacionales (Registrados en la contabilidad)	1055	6175.13
(-) Gastos No Operacionales (No registrados en la contabilidad)	1060	0.00
(=) Utilidad antes de Participación a trabajadores	1065	73852.13
(-) Participación a trabajadores	704	0.00
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	1075	73852.13
(-) Impuesto a la Renta Causado	839	0.00
(=) UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO A LA RENTA	1099	73852.13

ANEXOS 2. Estado de resultados obtenidos del SRI del año 2021.

IV. RENTABILIDAD	1. Rentabilidad neta del activo	$(Utilidad\ Neta/Ventas) * (Ventas/Activo\ Total)$
	2. Margen Bruto	$(Ventas-Costo\ De\ Ventas) / Ventas$
	3. Margen Operacional	$Utilidad\ Operacional/Ventas$
	4. Rentabilidad Neta de Ventas	$Utilidad\ Neta/Ventas$
	5. Rentabilidad Operacional del Patrimonio	$Utilidad\ Operacional/Patrimonio$
	6. Rentabilidad Financiera	$(Ventas/Activo) * (UAI/Ventas) * (Activo/Patrimonio) *$ $(UAI/UAI) * (Utilidad\ Neta/UAI)$
	7. Rentabilidad Operacional del Activo	$Utilidad\ Operacional/Total\ De\ Activos$
	8. ROE	$Utilidad\ Neta/Patrimonio$
	9. ROA	$Utilidad\ Neta/Activo\ Total$

ANEXOS 3. Índices financieros de rentabilidad.



NEXOS 4. Empresa donde se realizó el estudio.



ANEXO 5: Vehículo en la cual se transporta los agro-productos