

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE**

**Sede – Matagalpa**

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**



**Trabajo Especial de Grado**

Ganancias generadas por la venta de productos hortícolas que la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L, municipio de Jinotega realizo a los mercados durante el primer semestre del año 2023

**Autor**

Br. Marling Juleydi Herrera Sequeira

**Tutor**

Lic. Mario David Moreno Dubón

Matagalpa, 20 de abril de 2024

*“Universidad para un mundo mejor”*

**Universidad Internacional para el Desarrollo Sostenible**

**Sede – Matagalpa**

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**



**Trabajo Especial de Grado**

Ganancias generadas por la venta de productos hortícolas que la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L, municipio de Jinotega realizo a los mercados durante el primer semestre del año 2023

**Autor**

Br. Marling Juleydi Herrera Sequeira

Presentado a la consideración del Honorable Jurado Examinador como requisito final para obtener el grado profesional de Técnico Superior en Administración de la Producción Agropecuaria

Matagalpa, 20 de abril 2024

# I. Índice

I.	Introducción .....	1
II.	Antecedentes.....	2
III.	Justificación .....	3
IV.	Objetivos .....	4
4.1.	Objetivo General .....	4
4.2.	Objetivos Específicos .....	4
V.	Marco teórico.....	5
5.1.	Generalidades.....	5
5.1.1.	Definición de cooperativismo y cooperativas.....	5
5.1.2.	Aspectos a tener en cuenta para obtener el resultado de las ganancias netas que se generan a través de la comercialización de productos hortícolas .	15
5.1.3.	Calcular la rentabilidad de una empresa .....	15
5.1.4.	Ganancia bruta .....	17
5.1.5.	Cálculo de la utilidad neta.....	17
VI.	Diseño metodológico .....	18
6.1.	Tipo de estudio.....	18
6.2.	Área de estudio .....	18
6.2.1.	Población .....	18
6.2.1.1.	Muestra.....	18
6.3.	Fuentes de información.....	18
6.3.1.	Primarias .....	18
6.3.1.1.	Secundarias .....	19
6.4.	Instrumentos de recolección de datos.....	19

6.4.1. Procedimiento de recolección de datos .....	19
6.5. Plan de análisis .....	19
6.5.1. Aspectos éticos.....	20
VII. Análisis de discusiones y resultados .....	21
7.1. Encuesta realizada a 12 socios de la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L .....	21
7.1.2. Entrevista .....	26
7.1.3. Análisis de la información económica y financiera recolectada .....	28
VIII. Conclusiones .....	31
IX. Recomendaciones.....	32
X. Bibliografía.....	33

## Opinión del tutor

Jinotega, 12 de febrero de 2024

Personal Administrativo

UNIDES

Su oficina

Estimados, reciban fraternos saludos de mi parte.

Sirva la presente para indicar que el trabajo especial de grado cuyo tema es:

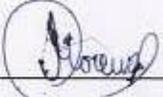
Ganancias generadas por la venta de productos hortícolas a los mercados en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L, municipio de Jinotega, durante el primer semestre del año 2023, elaborada por la bachiller:

Marling Juleydi Herrera Sequeira,

Ha cumplido según mis criterios como tutor con los requisitos para su presentación y defensa.

Sin más a que hacer referencia, me despido.

Fraternalmente,



Lic. Mario David Moreno Dubón

Tutor de Trabajo Especial de Grado

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de grado primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres María Jesús Sequeira y Juan Humberto Herrera, que hicieron todo en la vida para que yo pudiera cumplir mi meta, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, por creer en mí, por sus buenos consejos, y su apoyo incondicional.

A mis maestros que, en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida. Y a todas aquellas personas que directa e indirectamente me apoyaron en la culminación de esta etapa

## **Agradecimiento**

A Dios nuestro padre celestial por darme la vida y alentarme con su espíritu para alcanzar los buenos propósitos, proveedor de todo lo que nos rodea, dador de la inteligencia, la sabiduría y la esperanza

A mis padres, familia, docentes y tutor por brindar su apoyo moral, por estar presente en todo momento hasta concluir esta carrera.

A la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L, por abrir las puertas de la entidad, brindar información para esta investigación, por ser tan amables y aportar en gran manera a mi crecimiento profesional. Y de manera muy especial a mi mejor amiga María Paula Calero con la cual he pasado todo este proceso y sin el apoyo de ella estoy segura que no hubiese llegado tan lejos

## **Índice de ilustraciones**

Ilustración 1 Instalaciones de la Cooperativa .....	44
Ilustración 2 Políticas de la Cooperativa .....	44
Ilustración 3 oficinas de la Cooperativa .....	44
Ilustración 4 Área de proceso de la Cooperativa .....	45

## **Índice de gráficos**

Gráfico 1 Ingresos por comercialización mensuales .....	28
Gráfico 2 Ingresos mensuales de los mercados.....	29
Gráfico 3 Costos y gastos de la comercialización de productos.....	30

## **Índice de anexos**

Anexo 1 Formato de encuesta .....	36
Anexo 2 Entrevista .....	39
Anexo 3 Ventas de La Colonia .....	40
Anexo 4 ventas a Price Smart .....	40
Anexo 5 Ventas a Pedidos Ya .....	42
Anexo 6 Consolidado final .....	43
Anexo 7 imagenes de la cooperativa .....	44

## Resumen

Se realizó una indagación para determinar cómo se ha llevado a cabo la comercialización de hortalizas en cierto periodo de tiempo, y en base a esto plantear una acción de mejora que contribuya a mejorar la comunicación en cuanto al aspecto económico y la resolución de problemas a los que se enfrentan los miembros del consejo de administración, superando la incertidumbre de los mismos, de poder conocer sobre la rentabilidad del negocio que se lleva a cabo de una manera más sencilla de analizar y más clara sobre costos y ventas, ya que en este caso los estados financieros no son la mejor fuente de información que muestre la situación en la que se ha venido manejando la empresa. Se empleó una metodología participativa ya que se pretende plantear una solución para dar respuesta a las dudas que tienen los socios en cuanto a la información contable, como unidad de análisis se seleccionó la entidad cooperativa integrada por 30 miembros y 24 colaboradores, y como herramienta de recolección de información, se emplearon entrevistas y encuestas estructuradas que abarcaron el 100% de la población. Además, se utilizaron matrices para organizar los datos financieros obtenidos del sistema contable de la cooperativa, creando así consolidados de costos, gastos y ventas del periodo del primer semestre del 2023 y posteriormente siendo analizados para obtener resultados positivos, estos revelaron que los socios experimentaron mejoras significativas en la información financiera y en la toma de decisiones, ya que ahora cuentan con un enfoque de análisis más comprensible de los aspectos económicos, como los beneficios obtenidos por las ventas, el hacer uso de los consolidados es una manera de que los socios se mantengan más involucrados en la empresa debido a que es una manera muy sencilla de análisis, el cual es fácil de comprender a diferencia de estados financieros por ejemplo, hay una mejor comunicación de las instancias superiores de la organización hacia sus asociados, y tienen mejor conocimiento sobre las ganancias netas que genera la operación de las ventas de productos hortícolas.

## I. Introducción

El presente trabajo de investigación, tiene enfoque administrativo, ganancias generadas por la venta de productos hortalizas a los mercados en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L, municipio de Jinotega, durante el primer semestre del año 2023.

Diversos autores (ej. Rodríguez Pastrana. Yessly (2015) y Wilma M. Guzmán (2017) determinan que generalmente en una empresa al momento de tratar de tomar una decisión siempre tiene que haber una base con la cual sustentar el por qué se está tomando cierta decisión

Conocer los beneficios económicos que obtiene una empresa a través de su rubro de comercialización, es una herramienta fundamental que se puede utilizar especialmente para la toma de decisiones financieras, y además es un instrumento que permite conocer el avance o retroceso que ha tenido la institución a lo largo de los años.

La comprensión del análisis tiene como principal objetivo demostrar las ganancias que se generan mediante las ventas de productos hortícolas producidas en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L, (COOPASTOCHAG. R.L), durante el primer semestre del año 2023, de igual forma determinar las ventas por mes y un comparativo de los costos con las ventas para lograr determinar cuanta es la ganancia neta que se obtiene a partir de la comercialización.

El alcance de esta investigación se basa en los socios de la empresa, para el beneficio de brindar una herramienta útil que puedan utilizar para una adecuada toma de decisiones, especialmente la junta directiva, quienes se encargan de evaluar las decisiones que se sugieren tomar, ya que la situación que actualmente enfrentan los socios es la falta de conocimiento de cuantos son los ingresos que está obteniendo la institución, lo cual podría ocasionar que se tomen decisiones que perjudiquen a la empresa o a sus colaboradores.

## II. Antecedentes

En relación al tema de investigación que es Ganancias generadas por la venta de productos hortícolas a los mercados en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L, municipio de Jinotega durante el primer semestre del año 2023;

Rodríguez Pastrana. Yessly (2015) determinó los efectos de la aplicación de análisis financiero en la toma de decisiones para el otorgamiento de créditos y la recuperación de cartera de la Cooperativa de Servicios Múltiples “Pueblos Unidos” R.L. Ocotal en el mes de diciembre de 2014, e indica que aporta información oportuna. De manera semejante, Wilma M. Guzmán (2017) reportó que el análisis financiero en la cooperativa de ahorro y crédito Picaihua Ltda, genera información útil para la toma de decisiones.

### **III. Justificación**

El conocimiento en la generación de ganancias por las ventas de productos hortícolas en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L, municipio de Jinotega durante el primer semestre del año 2023, es limitado, y no se demuestra en tiempo y forma a los asociados por falta de conocimientos en el área de administración, necesitando mejorar el proceso en el flujo de información que permita conocer la situación económica de la empresa cooperativa,

Toda cooperativa que se dedica a la comercialización de cualquier tipo de producto tiene como prioridad institucional, conocer sobre las ganancias que está obteniendo por las ventas que está realizando. En la (COOP.A.S.TO.CHA.G R.L) se elaboran los estados financieros mensualmente que reflejan la situación financiera de la empresa de fechas determinadas, no reflejan las ganancias de un área específica de la empresa, esta se dedica a la comercialización de productos hortícolas y cuenta con dos áreas más, las cuales son: centro de producción de plántulas, y Agroservicios, por lo tanto, en este caso lo que se pretende es conocer específicamente la rentabilidad del área de proceso y acopio

Este trabajo permitirá aplicar los conocimientos adquiridos en el área de administración, ayudara a los socios a conocer cuál es el margen de ingresos que genera el rubro de comercialización de verduras y frutas, además de aportar al crecimiento profesional y personal que genera realizar esta investigación también servirá como una herramienta de motivación y referencia que pueden utilizar los futuros profesionales interesados en realizar estudios que tengan relación con este trabajo.

## **IV. Objetivos**

### **4.1. Objetivo General**

Demostrar las ganancias generadas por la venta de productos hortícolas que la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L realizo durante el primer semestre del año 2023

### **4.2. Objetivos Específicos**

- 1:** Determinar las ventas por mes que generan los mercados a los que le provee productos hortícolas la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L
- 2:** comparar los costos y gastos de producción con las ventas de productos hortícolas que se realizan mensualmente en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya, Chagüite Grande R.L
- 3.** Plantear una acción de mejora que contribuya a una mejor toma de decisiones en la cooperativa

## **V. Marco teórico**

### **5.1. Generalidades**

#### **5.1.1. Definición de cooperativismo y cooperativas**

El Cooperativismo es un movimiento socioeconómico de carácter mundial constituido por asociaciones económicas cooperativistas en las que todos los miembros son beneficiarios de su actividad según el trabajo que aportan a la cooperativa. El cooperativismo promueve la libre asociación de individuos y familias con intereses comunes, para construir una empresa en la que todos tienen igualdad de derechos y en las que el beneficio obtenido se reparte entre sus asociados según el trabajo que aporta cada uno de los miembros. (Fernandez, 2006)

Así como también se considera que son empresas de carácter económico social de consumidores o productores que unen su esfuerzo intencionadamente para su mutuo beneficio. Se dice que son empresas o asociaciones económico-sociales porque ciertamente, persiguen un fin esencialmente económico y social, generando beneficios de manera directa o indirecta según su funcionamiento, y de acuerdo a las decisiones democráticas que tomen sus miembros en la asamblea.

La cooperativa es una empresa de producción, obtención, consumo o crédito, de participación libre y democrática, conformada por personas que persiguen un objetivo común, económico y social, pero que a diferencia de lo que ocurre en otras empresas, la participación de cada socio en el beneficio es determinado por el trabajo incorporado al objetivo común y no por la cantidad de dinero que haya aportado (Fernandez, 2006)

Las cooperativas se clasifican según la actividad para la que fueron creadas, así pueden encontrarse, los siguientes tipos:

1. Cooperativas de Producción de Bienes y Servicios: generalmente se les conoce como cooperativas de producción y consisten en la agrupación de personas que realizan un mismo oficio o actividad económica, o que sencillamente persiguen un mismo fin, quienes con medios propios producen

ciertos artículos o prestan algún servicio de manera directa, distribuyéndose entre ellos las ganancias. (Fernandez, 2006)

2. Cooperativas de Consumo de Bienes y Servicios: Como su nombre lo indica son las que tienen por objeto la obtención de bienes y servicios y pueden desarrollar sus objetivos bien sea aprovechando los descuentos por compras al mayor, vendiendo los productos a sus miembros a los costos de adquisición, aumentados sólo en una pequeña proporción para cubrir los gastos generales de operación, teniendo el cooperador el beneficio de adquirir sus productos a más bajo precio; o bien, vender los productos a los precios corrientes en el mercado, distribuyendo las ganancias entre los socios, de acuerdo a la proporción de compras que haya realizado cada uno.
3. Aquí también pueden ubicarse las cooperativas de Ahorro y Crédito, que se conforman con un grupo de personas que pueden pertenecer a una misma comunidad, empresa, etc., que se organizan para ahorrar periódicamente, creándose así un crédito mutuo, al cual tienen la posibilidad de acceder para solicitar préstamos sobre sus ahorros, en ella se cobran intereses bajos y se eliminan los altos costos de la usura en los créditos otorgados por los bancos comerciales.

#### **5.1.1.1. Ley general de cooperativas**

Ley número 499, Ley general de Cooperativas. Nicaragua

Aprobada el 29 de septiembre del 2004. Publicada en La Gaceta No. 17 el 25 de enero del 2005

Establece el conjunto de normas jurídicas que regulan la promoción, constitución, autorización, funcionamiento, integración, disolución y liquidación de las cooperativas como personas de derecho cooperativo y de interés común y de sus interrelaciones dentro de ese sector de la economía nacional. (Asamblea Nacional, 2005)

Así mismo, declara de interés económico y social de la nación, la promoción, fomento y protección del movimiento cooperativo como instrumento eficaz para el desarrollo del sector cooperativo, contribuyendo así al desarrollo de la democracia participativa y la justicia social

Finalmente, determina que es deber del Estado granizar y fomentar la libre promoción, el desarrollo, la educación y la autonomía de las cooperativas y sus organizaciones y el esfuerzo mutuo para realizar actividades socio-económicas y culturales, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas de sus asociados y de la comunidad.

Se es sabido que los estados financieros son parte fundamental de toda entidad por lo que se debe conocer todo lo referente a los mismos.

#### **5.1.1.2. concepto de socio(a)**

Un socio en economía se refiere a una persona física o jurídica que ha adquirido obligaciones y derechos sobre una sociedad u organización. (Roldán, 2021)

Un socio es un agente, persona u organización, que se alía a otro con el fin de lograr un objetivo común. Los socios forman una sociedad en la cual se definen los derechos y obligaciones de cada parte.

¿Qué es rentabilidad?

La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias. Este índice mide la relación de la utilidad o ganancia obtenida y la inversión realizada para conseguirla. (Torres, 2022)

#### **5.1.1.3. Comúnmente se distingue entre rentabilidad económica, financiera y social:**

Rentabilidad económica: Tiene que ver con el beneficio promedio de una organización u empresa respecto a la totalidad de las inversiones que ha realizado. Suele representarse en términos porcentuales (%), a partir de la comparación entre lo invertido globalmente y el resultado obtenido: los costes y la ganancia. (Editorial Etece, 2021)

Rentabilidad financiera: Este término, en cambio, se emplea para diferenciar del anterior el beneficio que cada socio de la empresa se lleva, es decir, la capacidad individual de obtener ganancia a partir de su inversión particular. Es una medida más próxima a los inversionistas y propietarios, y se concibe como la relación entre beneficio neto y patrimonio neto de la empresa.

Rentabilidad social: Se emplea para aludir a otros tipos de ganancia no fiscal, como tiempo, prestigio o felicidad social, los cuales se capitalizan de otros modos distintos a la ganancia monetaria. Un proyecto puede no ser rentable económicamente pero sí serlo socialmente.

#### **5.1.1.4. Los 5 elementos de la rentabilidad**

**Ventas:** Las ventas representan lo más importante para cualquier empresa y dependen del tiempo, la demanda y el consumidor. Estas se maximizan cuando un negocio ha medido adecuadamente la curva de demanda de su base de consumidores: si la etapa por la que está atravesando es buena, si tiene grandes productos por ofrecer y se apoya en promociones atractivas para generar más ventas. (Torrez, 2023)

El índice de rendimiento de las ventas mide las ganancias. Si las cifras de ventas son altas, tu empresa puede estar preparada para enfrentar los desafíos que se le presenten por la volatilidad del mercado o las tendencias económicas a la baja.

**Precio:** La fijación de precios es fundamental para determinar la ganancia, por lo que es necesario que pongas en marcha una estrategia de precios correcta dependiendo del tipo de industria o sector, así como del perfil del consumidor. Te recomendamos que verifiques los precios de la competencia y determines cuáles debes cobrar para ampliar tus ganancias. Además de esto, es importante que determines y compruebes cuáles son los precios que tus clientes estarían dispuestos a pagar por tu producto o servicio.

**Gastos:** (Torrez, 2023) también indica que una empresa rentable tiene ingresos que exceden sus gastos. Estos gastos pueden ser los recursos que erogas en los procesos comerciales o de producción, incluidos los de publicidad. Engloba todos los aspectos para que tu producto pueda comercializarse. Determina las ganancias por medio de un análisis en el que restes los gastos de los ingresos totales.

**Permanencia:** ¿Sabes cuánto te cuesta o costará permanecer en el negocio en el que te desenvuelves? El retorno sobre el patrimonio neto (ROE, por sus siglas en inglés) muestra la cantidad de ganancias que genera una compañía sobre el dinero que los accionistas invierten. Lo importante será que en el mediano o largo plazos el ROE sea mayor al costo de oportunidad del capital. El rendimiento debe ser al menos igual a la tasa que paga a sus acreedores una empresa, que pidió dinero para lograr el costo de permanecer en el negocio.

**Medición de rentabilidad:** Como ya se mencionaba, medir la rentabilidad de una empresa confirma su éxito. El estado de resultados debe mostrar el desglose de ingresos y gastos durante todo un año comercial. Puedes apoyarte de los índices de rentabilidad, los cuales analizan tu salud financiera, a través de la información de cómo se obtuvieron las ganancias en relación con las ventas, los activos totales y el patrimonio neto.

### **Ganancias de una empresa**

La ganancia es un número absoluto determinado por la cantidad de ingresos, costos o gastos en que incurre una empresa y aparece en el estado de resultados. No importa el tamaño de la empresa (pequeña, mediana o grande): todas desean obtener ganancias. (Torres, 2022)

visto de otro modo, la ganancia es la diferencia entre los ingresos generados por una actividad económica y los costes necesarios para desarrollar dicha empresa u ocupación. (Westreicher, 2020)

Se suele usar ganancia como sinónimo de beneficio económico o utilidad, siendo lo opuesto a una pérdida. Es decir, cuando los resultados de una empresa, al restar

ingresos menos gastos, son positivos, se ha producido una ganancia. Sin embargo, si el resultado es negativo, se trata de una pérdida.

## **Ingresos**

Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado o patrimonio contable, respectivamente. (Leon, 2011)

**No deben reconocerse como ingreso, los incrementos de activos derivados de:**

- a) la disminución de otros activos
- b) el aumento de pasivos
- c) el aumento del capital contable, como consecuencia de movimientos de propietarios de la entidad.

### **5.1.1.5. Tipos de ingresos**

**Atendiendo a su naturaleza, los ingresos de una entidad se clasifican en:**

- a) **ordinarios**, que se derivan de transacciones, transformaciones internas y de otros eventos usuales, es decir, que son propios del giro de la entidad, ya sean frecuentes o no. (Leon, 2011)
- b) **no ordinarios**, que se derivan de transacciones, transformaciones internas y de otros eventos inusuales, es decir, que no son propios del giro de la entidad, ya sean frecuentes o no.

## **Perdida**

Es un costo o gasto no ordinario, que por su naturaleza debe presentarse neto del ingreso relativo, en su caso.

### **5.1.1.6. Utilidad o pérdida neta**

La utilidad neta es, el valor residual de los ingresos de una entidad lucrativa después de haber disminuido sus gastos relativos, presentados en el estado de resultados, siempre que estos últimos sean menores a dichos ingresos, durante un periodo contable. En caso contrario, es decir, cuando los gastos sean superiores a los ingresos, la resultante es una pérdida neta (Leon, 2011)

Costos y gastos

### **5.1.1.7. Definición de costo**

El costo hace referencia al conjunto de erogaciones en que se incurre para producir un bien o servicio, como es la materia prima, insumos, mano de obra energía para mover máquinas. (Gerencie.com, 2022). El costo incluye todo elemento y erogación que terminan haciendo parte del producto final o servicio prestado de forma directa. En otras palabras, el costo es la inversión que realiza una empresa con el fin de producir un bien y comercializarlo.

## **Gasto**

Por gasto se entiende el conjunto de erogaciones destinadas a la distribución o venta del producto, y a la administración e incluso al mantenimiento de la planta física de la empresa. En el gasto se pueden clasificar aquellas erogaciones que no se pueden identificar de forma directa en el producto final porque no participó en su construcción. (Gerencie.com, 2022)

## **Comercialización**

Se entiende por comercialización el conjunto de actividades de compra-venta de productos, desarrolladas desde el punto de producción hasta su llegada a manos del consumidor. Siendo el intercambio comercial, la actividad de comprar y vender mercancías entre dos contrayentes, este acto es fundamental en el comercio y tiene un impacto en el mercado de bienes, servicios y la propiedad intelectual. (Economipedia, 2017)

### **5.1.1.8. Fases de comercialización de un producto**

Para comercializar un bien o servicio, el área de marketing y comercial son las responsables de fomentar la demanda y vender los productos a los distintos mercados. Para alcanzar dicho objetivo con éxito, deberán analizar las características de los mercados, la competencia y establecer un plan de marketing. Siendo las variables clave en el proceso de comercialización: el producto, el precio, la distribución y la promoción (Economipedia, 2017)

### **5.1.1.9. Proceso de comercialización de las hortalizas**

Se entiende por comercialización al conjunto de operaciones por las que atraviesan las hortalizas, desde las zonas de producción hasta llegar al consumidor. Existe otro termino que es el de mercadeo, que comprende a cada una de las operaciones que se realizan con la mercadería en los canales de producción. (Corrales, 2015)

En cambio, comerciar, es adquirir un producto a un determinado precio, agregarle la ganancia y efectuar la venta.

### **5.1.1.10. Formas de comercialización de hortalizas**

Las principales formas de venta de hortalizas en nuestro país son las siguientes:

Venta indirecta: es un canal de distribución y comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores. De dicha definición se puede deducir lo

siguiente: se trata de compraventa cara a cara, generalmente en los hogares del cliente, en el domicilio del vendedor o distribuidor, pero también en otros lugares tales como: el centro de trabajo del cliente, una cafetería, locales cedidos para la ocasión, hoteles, salones y cualquier otro, excluidos siempre los locales minoristas permanentes. (Corrales, 2015)

Venta indirecta: consiste en hacer llegar el producto al consumidor final a través de uno o más intermediarios, que compran el producto y lo revenden a un precio más alto. Existen dos tipos de intermediarios: detallistas (compran el producto al fabricante o al mayorista y lo revenden al consumidor) y mayoristas (compran el producto al fabricante y se lo venden al detallista que posteriormente revenderá al consumidor final).

### **Importancia de la información para la toma de decisiones**

En el día a día de los negocios se toman decisiones, algunas muy importantes otras de menos relevancia; unas inmediatas otras que pueden esperar, de cualquier manera, la mayor parte de esas decisiones son tomadas a partir de información. Se define la información como datos que han sido procesados en una forma que es significativa para quien los utiliza y que son de valor real y perceptible en decisiones actuales y futuras, la información constituye el recurso esencial en el proceso de toma de decisiones y en la solución de problemas en una empresa. (De La Hoz Suárez, 2008)

La importancia de la información para llevar a cabo los procesos de identificación y selección de acciones adecuadas, para la solución de problemas específicos. La toma de decisiones basada en la información es pues una actividad fundamental en las empresas actuales; puede decirse que es la base para la supervivencia y buen funcionamiento de las mismas.

Puesto que, en todo proceso de identificación de estrategias, hay elementos difíciles de conocer y controlar para escoger la mejor decisión, sí es posible contar con información clara, veraz y oportuna dentro de las empresas para tomar buenas

decisiones. Es importante recordar que una decisión inadecuada puede causar problemas graves a una empresa, por el contrario, una buena decisión puede llevarla a su mejor momento económico.

### **¿Qué son productos hortícolas?**

Cuando se habla de productos de origen hortícola, nos referimos a aquellos alimentos vegetales que consisten en plantas o distintos órganos de plantas herbáceas que se consumen en forma directa, crudos o cocidos, o que pueden tener algún tipo de procesamiento que permita conservarlos. Estos alimentos proporcionan alta cantidad de fibras, vitaminas y sales minerales (Seibane & Ferraris, 2012)

#### **5.1.1.11. Decisiones financieras**

Una de las principales responsabilidades del administrador financiero es revisar y analizar las decisiones de inversión propuestas para asegurarse de que sólo se realicen aquellas que contribuyan positivamente al valor de la empresa. A través de varias técnicas y herramientas, los administradores financieros estiman los flujos de efectivo que generará una inversión y luego aplican técnicas apropiadas de decisión para evaluar el impacto de la inversión sobre el valor de la empresa. Desde luego, sólo se deben realizar las inversiones que puedan incrementar el precio de las acciones. También se habla de otro tipo de decisiones financieras, entre las cuales nombra el costo de capital, el apalancamiento y la política de dividendos como decisiones financieras a largo plazo y la administración de activos circulantes y de pasivos circulantes como decisiones financieras a corto plazo (De La Hoz Suárez, 2008)

### **5.1.2. Aspectos a tener en cuenta para obtener el resultado de las ganancias netas que se generan a través de la comercialización de productos hortícolas**

Tener un excelente control de la información que fluye en todos los niveles de la empresa es de vital importancia, para conocer la situación financiera de la misma, de manera oportuna, razonable y fiable. Para que haya buenas tomas de decisiones debe existir información financiera fiable y que esté a disponible en cualquier momento con el menor margen de error posible. (Calderon, Cuevas Castillo , & Calderón , 2021)

Así mismo (Calderon, Cuevas Castillo , & Calderón , 2021) consideran que para tomar decisiones teniendo como base la raíz de la información financiera y mejorar su uso así como también su administración, debe existir un análisis y determinación de las cuales son las ganancias netas, lo cual se contextualizará en el proceso de toma de decisiones, traduciendo información expresada en cantidades numéricas a información útil para la medición de la situación de la entidad, esto a través de diferentes técnicas analíticas, lo cual es muy importante en el proceso de gestión racional actual y futura, siendo esto de fundamental importancia, ya que se intenta asegurar o tener la menor incertidumbre posible para que la empresa tenga un desarrollo comercial y se pueda mantener en el mercado

### **5.1.3. Calcular la rentabilidad de una empresa**

Saber cuáles son los indicadores clave de la rentabilidad y calcularla para tu organización es esencial a fin de evaluar su desempeño financiero y su capacidad para generar ganancias. (Torrez, 2023)

### 5.1.3.1. **Pasos para obtener la utilidad neta generada por una empresa de comercialización de productos hortícolas.**

Reunir la información financiera como:

**Registro de ventas que se realizaron mensualmente en la empresa:** Los registros de ventas son procesos que establece una empresa para documentar sus ventas diarias. Esto le permite conocer cuáles son los ingresos que obtiene y, por lo tanto, determinar las ganancias netas del negocio dentro de un periodo. También sirve para administrar los recursos de manera óptima. (Rodríguez, 2023)

**Los costos:** son el desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente o en futuro sea tangible o en forma virtual y dentro de los cuales existen varios tipos de costos, dentro de los cuales están:

**Costos de producción:** están formados por los siguientes elementos: materias primas, mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales indirectos, costos de los insumos, costos de mantenimiento, y finalmente cargos por depreciación y amortización. (Valencia & Tobón, 2015)

**Costos de Administración:** son los costos provenientes de realizar la función de administración dentro de la empresa, incluye direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal, relaciones públicas, finanzas o ingeniería, así como los correspondiente de depreciación y amortización que en su actuar estos produzcan. (Valencia & Tobón, 2015)

**Costos de Venta:** son los generados en el área de ventas, lo que incluye ventas, el de hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, actividades de investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores, el estudio de estratificación del mercado, las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado, la adecuación de la publicidad que realiza la empresa y el estudio de tendencia de las ventas entre otros (Valencia & Tobón, 2015)

#### **5.1.4. Ganancia bruta**

La utilidad bruta se trata del precio final de un producto.

Posteriormente se descuentan los costos directos e indirectos tanto de su fabricación como de su lanzamiento al público

#### **5.1.5. Cálculo de la utilidad neta**

La utilidad neta es el beneficio real de la empresa después de restar todos los ingresos y gastos, incluyendo impuestos los encargos, los gastos con luz, internet, agua y otros servicios. (Vega, 2022)

## **VI. Diseño metodológico**

### **6.1. Tipo de estudio**

Esta investigación es de enfoque cuantitativo porque se analizan datos numéricos de la empresa registrados en el sistema contable para proceder al análisis de los mismos, tiene una metodología participativa, ya que se pretende dar respuesta a las dudas que enfrentan los socios de la cooperativa en cuanto a la información contable. Así mismo es prospectiva por que describe el problema y trata de brindar una solución. Es de corte transversal ya que el estudio se realiza con los costos y ventas registrados en el periodo de tiempo determinado del primer semestre del año 2023.

### **6.2. Área de estudio**

Cooperativa Agropecuaria de servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L y sus asociados

#### **6.2.1. Población**

Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L, constituida por 30 socios, (27 mujeres, 3 varones), y 24 colaboradores de la empresa (18 varones y 6 mujeres)

##### **6.2.1.1. Muestra**

Se trabajó con 13 socios de la empresa, y 3 colaboradores del área administrativa, gerente, contador y asistente contable.

La selección de socios se realizó al azar.

### **6.3. Fuentes de información**

#### **6.3.1. Primarias**

Para la realización de la investigación se realizaron entrevistas y encuestas dirigidas personal administrativo y socios de la empresa, además para llevar a cabo esta investigación se acudió a la revisión de documentos y registros contables para

obtener información relevante acerca de la rentabilidad de la empresa y de esta forma profundizar más el tema.

#### **6.3.1.1. Secundarias**

Las fuentes secundarias de información que se utilizaron han sido consultas en sitios Web para la elaboración del marco teórico

### **6.4. Instrumentos de recolección de datos**

El presente trabajo se desarrolló por medio de la entrevista y encuesta realizadas al personal administrativo de la empresa, (gerente, contador y asistente contable) y socios de la misma, así como también mediante el análisis de datos contables registrados en tablas de Excel en la cooperativa

#### **6.4.1. Procedimiento de recolección de datos**

Para el desarrollo de este trabajo se cumplió con el siguiente procedimiento:

Se aplicaron instrumentos como encuestas a 13 socios de la cooperativa y entrevistas dirigidas al personal administrativo, (gerente, contador y auxiliar contable) se revisaron cada una de las respuestas y posteriormente se analizaron los resultados, de esta forma se pudo indagar más sobre el problema que presenta la cooperativa con sus socios, se analizaron datos registrados en el sistema contable de la cooperativa, y se elaboraron consolidados en Excel para poder ordenar la información contable para posteriormente ser mejor analizada

#### **6.5. Plan de análisis**

Por medio de la recolección de datos obtenidos por los instrumentos aplicados se procedió a efectuar el análisis correspondiente. En el caso de las encuestas los datos fueron plasmados en Excel y presentados en gráficos de distribución de frecuencia para posteriormente realizar el análisis de discusiones y resultados.

Las entrevistas se analizaron en base a las respuestas que brindo el personal administrativo de la cooperativa, elaborando un resumen de sus opiniones más generalizadas.

#### **6.5.1. Aspectos éticos**

Para realizar este trabajo, se han conservado las referencias de donde se obtuvo la información, se ha emitido una carta, para solicitar autorización para acceder a cualquier tipo de información financiera, y se solicitó permiso para realizar aplicación de instrumentos, como fueros las entrevistas y encuestas a la empresa que va a ser estudiada.

## VII. Análisis de discusiones y resultados

### 7.1. Encuesta realizada a 12 socios de la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L

1. ¿cree usted que las herramientas de análisis de costos y ventas en la comercialización de productos hortícolas ayudan en la toma de decisiones de cualquier aspecto económico?

**Tabla 1 análisis de costos y ventas para la toma de decisiones**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	9	75%
No	1	8.33%
Tal vez	2	16.66%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>99.99%</b>

De las 12 personas encuestadas el 75% considera que las herramientas de análisis de costos son de gran ayuda para tomar en cuenta al momento de tomar una decisión de pequeño o gran aspecto, un 16% responde que tal vez, y un 8.33% opina que no.

2. ¿Cuentan con datos de cuanto es el porcentaje de ganancia neta que se genera mensualmente por la comercialización de productos hortícolas?

**Tabla 2 datos del porcentaje de ganancias**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	0	0%
No	1	8.33%
No sabe	11	91.66%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>99.88%</b>

El 91% de las personas que fueron encuestadas no sabe si en dicha empresa que están asociados hay datos que reflejen específicamente las ganancias netas que se obtienen por las ventas, sin embargo, el 8.33 afirma que si existen esos datos.

- ¿En la cooperativa se presentan estados financieros exclusivamente del área de proceso comercialización de productos hortícolas?

**Tabla 3 estados financieros del área de proceso**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	2	16.66%
No	2	16.66%
Algunas veces	8	66.66%

El 66% de los encuestados da a conocer que solo en determinadas ocasiones se toma en cuenta la rentabilidad que tiene la empresa para tomar decisiones, un 16.66% responde que no se toma en cuenta esto, y el otro 16.66% responde que sí.

- ¿Las decisiones en cuanto a los pagos de salario e inversiones en el área de proceso se toman basándose en la rentabilidad que tiene esta misma área?

**Tabla 4 Pagos de salarios e inversiones en el área de proceso**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	4	33.33%
No	3	41.66%
No sabe	5	25%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>99.99%</b>

La mayoría de los encuestados equivalente al 41.66% responden que no hay estados financieros que reflejen solo ganancias de ventas de frutas y verduras, un 33.33% dice que sí, y un 25% opina que hasta el momento no sabe, por lo cual se determina que en la cooperativa de Tomatoya los socios no están lo suficientemente informados sobre cómo se maneja la cooperativa debido a que sus respuestas no coinciden

5. ¿Cree usted que es conveniente elaborar un consolidado de ventas y costos mensuales exclusivamente del área de proceso?

**Tabla 5 ventas y costos exclusivos de comercialización**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	10	83.33%
No	0	0%
Tal vez	2	16.66%

Los datos representan que el 83.33% está de acuerdo en que se debería de estar presentando informes mensuales sobre los costos y ventas que se realizan en la cooperativa y un 16.66% dice que tal vez es conveniente que se realice este trabajo

6. ¿Cree usted conveniente elaborar consolidados mensuales de las ventas y costos que se realizan mensualmente por cada mercado al que le provee la Cooperativa?

**Tabla 6 costos y ventas registradas por mercado**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	10	83.33%
No	0	0%
Tal vez	2	16.66%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>99.99%</b>

Según los resultados a esta pregunta un 83.33% responde que es adecuado elaborar informes para saber cuánta es la ganancia que deja cada uno de los mercados a los que se le provee, y un 16.66% opina que tal vez sea necesario.

7. . ¿Alguna vez se ha realizado un análisis de cuanta es la utilidad neta que genera cada uno de los mercados mensualmente?

**Tabla 7 utilidad neta obtenida por mercado**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	1	8.33%
No	6	50%
No sabe	5	41.66%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>99.99%</b>

Los datos reflejan que el 50% de los encuestados afirman que en todos los años que la cooperativa lleva produciendo no se ha realizado un análisis de este tipo, un 41.66% responde que no sabe con certeza, y el ultimo 8.33% afirma que si

8. . ¿Cree conveniente que toda decisión de aspecto económico que se quiera tomar en cuanto al área de proceso sea tomada en base a la rentabilidad de la empresa?

**Tabla 8 decisiones en base a la rentabilidad**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	11	91.66%
No	0	0%
Tal vez	1	8.33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>99.99%</b>

En el grafico se puede apreciar que la mayoría de los encuestados equivalente al 91.66% está de acuerdo en que para la toma de decisiones se debería de tomar en cuenta la rentabilidad que tiene la empresa, y solo un 8.33% opina que no.

9. ¿Está de acuerdo en que el personal administrativo debería de presentarle mensualmente un resumen al consejo de administración sobre la utilidad neta que genera mensualmente la Cooperativa?

**Tabla 9 resumen de las ganancias mensuales a los socios**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	12	100%
No	0	0%
Tal vez	0	0%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

El 100% de las personas encuestadas está de acuerdo en que el consejo de administración se le exponga un resumen de las ganancias que se obtuvieron en el mes.

10. ¿En los últimos meses se ha planteado la cooperativa el ingreso de nuevas maquinarias para mejorar el proceso de los productos y optimizar más tiempo?

**Tabla 10 ingreso de maquinarias para mejorar procesamiento**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7	58.33%
No	2	16.66%
No sabe	3	25%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>99.99%</b>

Los datos reflejan que el 58.33% de los encuestados responden que en los primeros meses del año 2023 la cooperativa pensó en la idea de incorporar una nueva máquina para el proceso de los productos, el 25% responde que no sabe y el 16.66% afirma que no.

### **7.1.2. Entrevista**

Se realizó una entrevista a los colaboradores del área administrativa de la cooperativa de Tomatoya, donde se obtuvieron las siguientes respuestas:

La mayoría de los entrevistados respondieron que entre los meses de alta demanda de los productos se encuentra la mayoría como es enero, marzo, mayo junio, noviembre y diciembre por consecuencia en los demás meses hay menos productividad, por ejemplo, en algunos años abril es uno de los meses más bajos en comparación a los demás esto debido a que es uno de los principales meses de verano y no todos los productores tienen acceso al riego, por lo tanto, los productos escasean

La cooperativa de Tomatoya lleva años produciendo y vendiendo frutas y verduras a diferentes mercados del país, ese es su rubro principal, por lo tanto, según los colaboradores si ha estado mucho tiempo vigente es porque este rubro es rentable,

los miembros de la cooperativa aseguran que se realizan los estados financieros cada mes, y se le hace entrega al gerente, sin embargo, raras veces se hacen análisis breves de cuanta es la ganancia que se ha obtuvo en el mes.

Según las personas entrevistadas uno de los aspectos que generalmente se deben de tomar en cuenta al momento de la toma de decisiones es saber o analizar cuál es la situación económica en la que se encuentra la empresa específicamente del área a la que involucra la decisión, sin embargo en este caso, dos de los entrevistados respondieron que es algo que raras veces se toma en cuenta, es decir que las decisiones se toman solo con el requisito de que todo el consejo de administración este de acuerdo, a excepción de cuando es una decisión que realmente sea muy importante, por ejemplo la compra de nuevas maquinarias, nuevos vehículos, al momento de querer realizar estas acciones, los informes financieros de cada mes si se logra a analizar, con el objetivo de saber cómo se ha comportado la empresa los últimos meses, la otra persona entrevistada asegura que no importa si la decisión es de alto bajo rango, siempre se evalúa primero las condiciones económicas en las que se encuentra la empresa.

Una de las preguntas es que, si en el mes se realiza consolidados de las ventas y costos de los productos hortícolas, con el fin de realizar un análisis que contenga más facilidad para analizar, las ganancias, es decir que sea fácil de comprender, a lo que el 100% de los entrevistados respondieron que no, que no, no es algo que se haya solicitado como tal, sin embargo, dieron a entender que al fin de año se realiza algo similar, solamente para evaluar un poco como fue el año o que tanta ganancia se obtuvo anual.

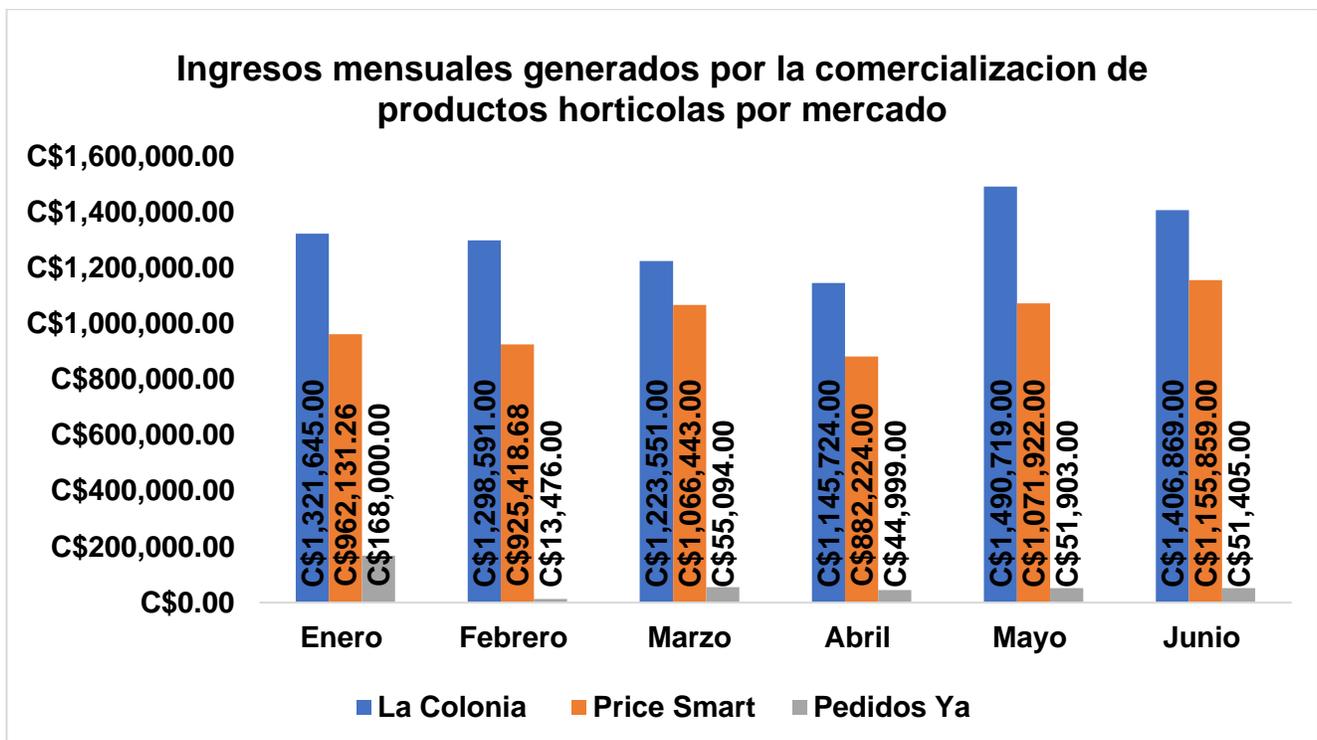
El hecho de dedicarse cada fin de mes a realizar consolidados que reflejen las ganancias es una acción que beneficia mucho, debido a que es algo fácil de comprender, y que se puede utilizar o tomar en cuenta al momento que se quiera tomar una decisión ya sea como la compra de nuevas maquinarias, la contratación de nuevo personal, la inversión en algo nuevo que vaya a beneficiar al área de comercialización, ya que para los socios de la cooperativa sería una herramienta la cual podrán comprender mejor sin necesidad de realizar mucho análisis para saber

cómo se va comportando la empresa mes a mes, en este caso solo deberán comparar costos y gastos con las ventas y ganancias que obtienen en el mes.

### 7.1.3. Análisis de la información económica y financiera recolectada

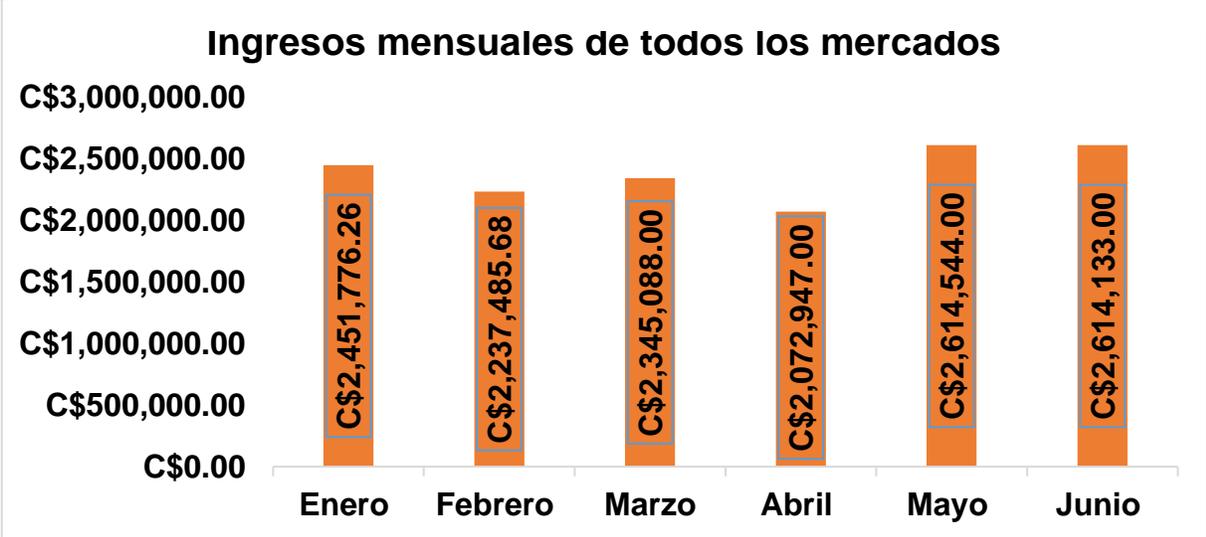
Análisis de los gráficos de consolidados de la cooperativa

**Gráfico 1 Ingresos por comercialización mensuales**



Los datos del presente grafico reflejan que el mercado que ha generado más ingresos en los primeros seis meses del año 2023 es la Colonia, cuyo mercado es al que se le proveen menos variedad de productos, sin embargo, es al que se le suministran grandes cantidades, en segundo lugar, se encuentra el mercado de Price Smart el cual también es una buena fuente de ingresos, y por último se encuentra Pedidos Ya.

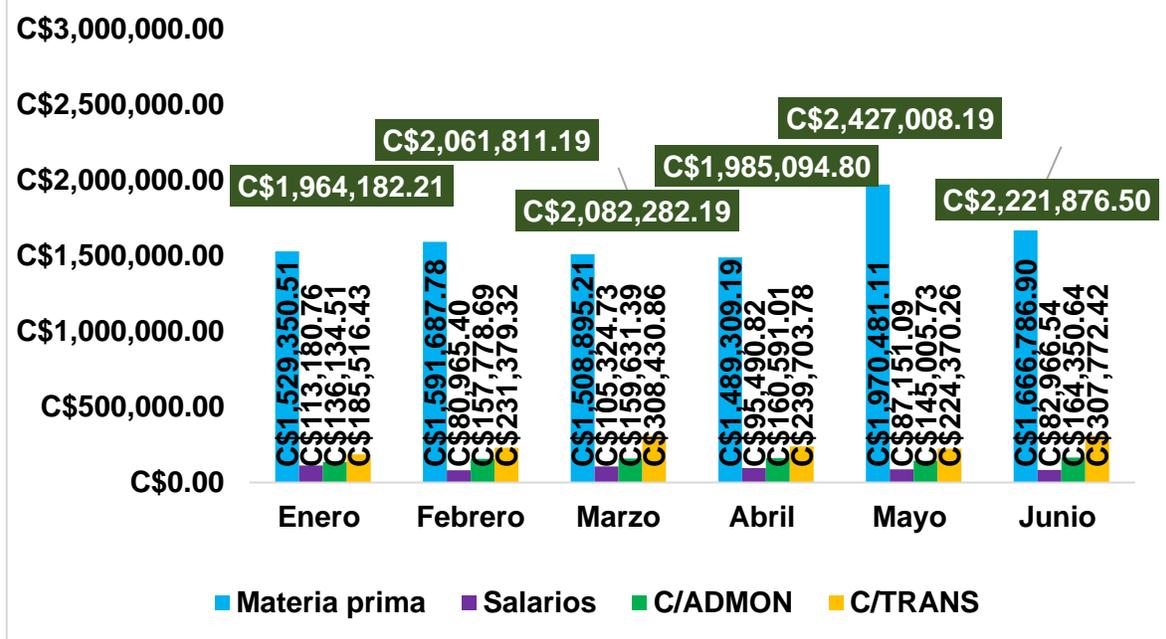
**Gráfico 2 Ingresos mensuales de los mercados**



Se aprecia que en el primer semestre del año los meses en el que se vendió más fue mayo y junio a diferencia de los demás, y se presenta abril como el mes en que las ventas bajaron más, esto por la falta de suministro de productos debido a que es uno de los principales meses del verano por lo cual los productores no se arriesgan a sembrar contando con escasez de agua.

Gráfico 3 Costos y gastos de la comercialización de productos

Gastos generales del proceso de productos hortícolas



En el anterior grafico se aprecian los datos generales de todos los costos que involucran el proceso de verduras y hortalizas entre los cuales se encuentran: costos de materia prima, salario, transporte y gastos generales de administración que se realizaron en todos y cada uno de los meses del primer semestre del 2023,

## VIII. Conclusiones

Los resultados del trabajo de investigación apoyan la idea de que los socios de la cooperativa tengan siempre conocimiento sobre las ganancias que se generan por las ventas de productos hortícolas, ya que esto tendrá un aspecto positivo en los socios, especialmente en los del consejo de administración ya que en base a esto se facilita la toma de decisiones.

Mediante el análisis de los datos de ingresos mensuales se logró deducir mediante el cálculo de los indicadores de rentabilidad como C/B, (Costo Beneficio) y porcentaje de rentabilidad que las ventas son mucho mayores a los gastos y costos de producción, por lo tanto en ninguno de los meses que se analizaron se generaron perdidas, por lo cual se considera que el proceso de comercialización de productos hortícolas es lo suficientemente rentable para solventar todos los gastos, así mismo se lograron analizar otros aspectos, por ejemplo el mercado que genera más ingresos es la Colonia, a lo largo del periodo del primer semestre del 2023 el mes menos productivo es Abril

A través del análisis que se realizó por medio de las matrices de consolidados se logró determinar la importancia de realizar registros mensuales detallando costos y ventas por que radica en la capacidad de analizar y comparar con precisión las ganancias, permitiendo deducir con exactitud las utilidades netas por lo tanto es una acción que contribuye a una mejor toma de decisiones, debido a que es una herramienta la cual debe de tomarse en cuenta antes de proceder a la toma de estas

## **IX. Recomendaciones**

- ❖ Se recomienda que el personal administrativo lleve un adecuado y específico control de todas las ventas y costos de producción que se generan por la comercialización de productos para realizar un mejor análisis de datos y Ampliar este trabajo de investigación y continuar mejorando para que se logre la mayor confianza de los asociados de la cooperativa.
- ❖ Los asociados deben de supervisar de vez en cuando como se preparan y despachan los productos así de esta manera verificar que se cumplan con los requisitos de calidad que se hacen necesarios para ofrecer un producto inocuo
- ❖ Toda empresa que se dedica a comercializar cualquier tipo de producto debe de realizar análisis específicos sobre los porcentajes de ganancias netas que se obtienen mensualmente a partir de las ventas que realiza, y de esta manera darse cuenta si se están generando pérdidas no.
- ❖ Los socios y colaboradores de la Cooperativa deben de seguir desarrollando nuevas técnicas para mejorar o innovar los productos que oferta o buscar como emprender con nuevos mercados para contribuir al desarrollo económico de la empresa.
- ❖ Es necesario que los colaboradores del área administrativa brinden la suficiente y específica información sobre los ingresos obtenidos a partir de las ventas a los socios de la cooperativa especialmente a los miembros de la junta directiva, para que estos sean tomados en cuenta a la hora de tomar cualquier tipo de decisión de carácter económico.
- ❖ Se sugiere que los socios de las cooperativas deben de involucrarse más en los asuntos de la empresa, en cómo se maneja, sus asuntos económicos y legales, además de eso promover el impulso de crecimiento de la entidad de la cual se comprometieron a formar en su momento

## X. Bibliografía

- Asamblea Nacional. (2005). *Ley general de cooperativas*. Recuperado el 20 de septiembre de 2023, de Normas Jurídicas de Nicaragua: [egislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/F133348E36258F4A062570A100583C72](http://egislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/F133348E36258F4A062570A100583C72)
- Calderon, X. C., Cuevas Castillo , G., & Calderón , R. (2021). La importancia de los estados financieros en la toma de decisiones financiera-contable. *FAECO sapiens*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2023, de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/221/2212240006/html/>
- Clavijo, C. (18 de Agosto de 2021). Estado de resultados: qué es, cómo hacerlo e interpretarlo. *HubSpod*. Obtenido de Estadode resultados: qué es, como hacerlo e interpretarlo: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-estado-de-resultados>
- Coronado, A. P. (2023). *comercializacion de frutas y hortalizas*. Recuperado el 24 de Octubre de 2023, de <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-ComercializacionDeFrutasYHortalizas-4902745.pdf>
- Corrales, S. (31 de Mayo de 2015). *Procesos de comercialización de las hortalizas*. Recuperado el Noviembre de 18 de 2023, de Slideshare.
- De La Hoz Suárez, B. \*. (Abril de 2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de ciencias sociales*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2023, de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000100008](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008)
- Economipedia. (05 de Febrero de 2017). *Comercialización*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2023, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- Editorial Etece. (5 de agosto de 2021). concepto de rentabilidad. *Concepto*. Recuperado el 13 de Octubre de 2023, de <https://concepto.de/rentabilidad/>

Fernandez, M. E. (Agosto de 2006). Las cooperativas: organizaciones de la economía social e instrumentos de participación ciudadana. *Revista de ciencias sociales*. Recuperado el 18 de septiembre de 2023, de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182006000200004](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000200004)

Gerencie.com. (26 de agosto de 2022). *Diferencia entre costo y gasto*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2023, de <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-costo-y-gasto.html>

Gualiva Región. (11 de Abril de 2008). *Gualiva Región/centros de acopio*. Obtenido de centros de acopio : <https://gualivaregion.blogia.com/2008/041101-centros-de-acopio.php>

Leon, M. V. (agosto de 2011). *Ingresos, costos y gastos*. Recuperado el 25 de Octubre de 2023, de Universidad Veracruzana: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiQsqSaqpeCAxXFZzABHWFqByAQFnoECAoQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.uv.mx%2Fpersonal%2Fmvalle%2Ffiles%2F2011%2F08%2FINGRESOS-COSTOS-Y-GASTOS.ppt&usg=AOvVaw03mFIJYcqaiwENMu-5iXn9&opi=89978449>

Rodriguez, J. (21 de Enero de 2023). *Registros de ventas: que son, como se hacen y ejemplo*. Recuperado el 15 de Enero de 2024, de Blog de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/registros-de-ventas>

Roldán, P. N. (1 de Septiembre de 2021). *Socio*. Recuperado el 29 de septiembre de 2023, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/socio.html>

Seibane, C., & Ferraris, G. (2012). *Cadenas producción hortícolas*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2023, de [https://aulavirtual.agro.unlp.edu.ar/pluginfile.php/82540/mod\\_resource/content/0/2012/3-\\_Horticola\\_2012.pdf](https://aulavirtual.agro.unlp.edu.ar/pluginfile.php/82540/mod_resource/content/0/2012/3-_Horticola_2012.pdf)

- Torres, D. (6 de Junio de 2022). *Rentabilidad empresarial*. Recuperado el 29 de septiembre de 2023, de Blog.HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/rentabilidad-empresa>
- Torrez, D. (26 de Octubre de 2023). *Rentabilidad de una empresa. que es, como calcularla y ejemplos*. Recuperado el 13 de Octubre de 2023, de Blog de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/rentabilidad-empresa>
- Valencia, D. G., & Tobón, A. (2015). *Plan de negocios para la producción y comercialización de fruta trozada empacada al vacío y congelada*. Recuperado el 15 de Enero de 2023, de Corporacion Universitaria Lasallista: [http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1602/1/Plan\\_negocios\\_produccion\\_comercializacion\\_fruta\\_empacada.pdf](http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1602/1/Plan_negocios_produccion_comercializacion_fruta_empacada.pdf)
- Vega, D. L. (13 de Marzo de 2022). *Como definir el margen de ganancia de un producto*. Recuperado el 15 de Enero de 2024, de ClickBalance: <https://clickbalance.com/blog/como-definir-el-margen-de-ganancia-de-un-producto/>
- Westreicher, G. (1 de septiembre de 2020). *Definicion de ganancias*. Recuperado el 24 de Octubre de 2023, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ganancia.html>

## Anexos

### Anexo 1 Formato de encuesta

#### Encuesta dirigida a los socios de la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L

Como estudiante de tercer año del Técnico Superior en Administración y producción Agropecuaria de la universidad de UNIDES actualmente realizó una investigación para demostrar las ganancias generadas por la venta de productos hortícolas a los mercados en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L

El objetivo de esta encuesta es obtener más información en cuanto a cómo es el proceso de toma de decisiones en la empresa

1. ¿cree usted que las herramientas de análisis de costos y ventas en la comercialización de productos hortícolas ayudan en la toma de decisiones de cualquier aspecto económico?

Si

No

Tal vez

2. ¿Cuentan con datos de cuanto es el porcentaje de ganancia neta que se genera mensualmente por la comercialización de productos hortícolas?

Si

No

No sabe

- 3 ¿En la cooperativa se presentan estados financieros exclusivamente del área de proceso comercialización de productos hortícolas?

Si

**No**

**No sabe**

**4** ¿Las decisiones en cuanto a los pagos de salario e inversiones en el área de proceso se toman basándose en la rentabilidad que tiene esta misma área?

**Si**

**No**

**Algunas veces**

**5.** ¿Cree usted que es conveniente elaborar un consolidado de ventas y costos mensuales exclusivamente del área de proceso?

**Si**

**No**

**Tal vez**

**6** ¿Cree usted conveniente elaborar consolidados mensuales de las ventas y costos que se realizan mensualmente por cada mercado al que le provee la Cooperativa?

**Si**

**No**

**Tal vez**

**7.** ¿Alguna vez se ha realizado un análisis de cuanta es la utilidad neta que genera cada uno de los mercados mensualmente?

**Si**

**No**

**No sabe**

8. ¿Cree conveniente que toda decisión de aspecto económico que se quiera tomar en cuanto al área de proceso sea tomada en base a la rentabilidad de la empresa?

**Si**

**No**

**Tal vez**

9. ¿Está de acuerdo en que el personal administrativo debería de presentarle mensualmente un resumen al consejo de administración de socios sobre la utilidad neta que genera mensualmente la Cooperativa?

**Si**

**No**

**Tal vez**

10. ¿En los últimos meses se ha planteado la cooperativa el ingreso de nuevas maquinarias para mejorar el proceso de los productos y optimizar más tiempo?

**Si**

**No**

**No sabe**

## Anexo 2 Entrevista

### Entrevista dirigida a los colaboradores del área administrativa de la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L

como estudiante de tercer año del Técnico superior en administración y producción agropecuaria de la universidad UNIDES, actualmente realizo una investigación para demostrar las ganancias generadas por la venta de productos hortícolas a los mercados en la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L

El objetivo de esta entrevista es obtener información confiable sobre cómo se maneja la empresa, en cuanto a la toma de decisiones de aspecto económico.

#### Datos Generales:

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

Área: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuáles son las temporadas altas y bajas de los productos?
2. ¿Qué hace la cooperativa para conocer la rentabilidad del área de proceso de comercialización de productos hortícolas?
3. ¿Cada cuánto se le presentan informes financieros al consejo de administración de la cooperativa?
4. ¿Se realizan análisis a los estados financieros con la finalidad de tener un conocimiento claro de la situación económica de la empresa?
5. ¿Qué aspectos tienen en cuenta para la toma de decisiones financieras de la empresa?
6. ¿Se realizan consolidados para evaluar cuál es la ganancia que queda mensualmente de la comercialización de productos hortícolas?
7. ¿Qué opina usted sobre la idea de realizar consolidados de ventas y costos, que reflejen las ganancias que deja el área de proceso cada mes?

### Anexo 3 Ventas de La Colonia

LA COLONIA							
Fecha	Rubro	Cant	Total de compra	P/V	Utilidad bruta	Relacion C/B	Rentabilidad (%)
Enero	Apio mata	12,890	C\$ 100,706.76	C\$221,160.00	C\$120,453.24	C\$2.20	C\$119.61
	Melón	3,932	C\$ 111,167.31	C\$163,701.00	C\$52,533.69	C\$1.47	C\$47.26
	Perejil	10,535	C\$ 56,652.85	C\$61,175.00	C\$4,522.15	C\$1.08	C\$7.98
	Repollo	8,247	C\$ 187,272.80	C\$306,369.00	C\$119,096.20	C\$1.64	C\$63.60
	Zanahoria	26,220	C\$ 374,153.79	C\$569,240.00	C\$195,086.21	C\$1.52	C\$52.14
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 829,953.51</b>	<b>C\$1,321,645.00</b>	<b>C\$491,691.49</b>	<b>C\$7.91</b>	<b>C\$290.58</b>
Febrero	Apio mata	12,522	C\$ 132,960.84	C\$169,080.00	C\$36,119.16	C\$1.27	C\$27.17
	Melón	4942.00	C\$ 177,912.00	C\$212,506.00	C\$34,594.00	C\$1.19	C\$19.44
	Perejil	7682.00	C\$ 24,652.12	C\$35,325.00	C\$10,672.88	C\$1.43	C\$43.29
	Repollo	8146.00	C\$ 162,247.52	C\$231,030.00	C\$68,782.48	C\$1.42	C\$42.39
	Zanahoria	35361.00	C\$ 407,658.04	C\$650,650.00	C\$242,991.96	C\$1.60	C\$59.61
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 905,430.52</b>	<b>C\$1,298,591.00</b>	<b>C\$393,160.48</b>	<b>C\$6.92</b>	<b>C\$191.90</b>
Marzo	Apio mata	14,305	C\$ 109,914.09	C\$175,200.00	C\$65,285.91	C\$1.59	C\$59.40
	Melón	5,557	C\$ 205,609.00	C\$238,951.00	C\$33,342.00	C\$1.16	C\$16.22
	Perejil	8,957	C\$ 28,696.78	C\$41,175.00	C\$12,478.22	C\$1.43	C\$43.48
	Repollo	8,912	C\$ 168,372.74	C\$228,525.00	C\$60,152.26	C\$1.36	C\$35.73
	zanahoria	37,692	C\$ 300,829.60	C\$539,700.00	C\$238,870.40	C\$1.79	C\$79.40
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 813,422.21</b>	<b>C\$1,223,551.00</b>	<b>C\$410,128.79</b>	<b>C\$7.34</b>	<b>C\$234.23</b>
Abril	Apio mata	11,502	C\$ 89,866.09	C\$140,880.00	C\$51,013.91	C\$1.57	C\$56.77
	Melón	5,222	C\$ 168,148.04	C\$200,354.00	C\$32,205.96	C\$1.19	C\$19.15
	Perejil	8,467	C\$ 24,595.08	C\$38,925.00	C\$14,329.92	C\$1.58	C\$58.26
	Repollo	9,446	C\$ 185,484.11	C\$260,925.00	C\$75,440.89	C\$1.41	C\$40.67
	Zanahoria	38,492	C\$ 406,070.42	C\$504,640.00	C\$98,569.58	C\$1.24	C\$24.27
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 874,163.74</b>	<b>C\$1,145,724.00</b>	<b>C\$271,560.26</b>	<b>C\$6.99</b>	<b>C\$199.13</b>
Mayo	Apio mata	12,188	C\$109,912.75	C\$149,280.00	C\$39,367.25	C\$1.36	C\$35.82
	Perejil	10,391	C\$22,027.01	C\$47,925.00	C\$25,897.99	C\$2.18	C\$117.57
	Repollo	13,333	C\$425,936.06	C\$521,382.00	C\$95,445.94	C\$1.22	C\$22.41
	Melón	7,608	C\$240,504.08	C\$258,672.00	C\$18,167.92	C\$1.08	C\$7.55
	Zanahoria	39,597	C\$415,320.21	C\$513,460.00	C\$98,139.79	C\$1.24	C\$23.63
<b>TOTAL</b>			<b>C\$1,213,700.11</b>	<b>C\$1,490,719.00</b>	<b>C\$277,018.89</b>	<b>C\$7.07</b>	<b>C\$206.98</b>
Junio	Apio mata	16720.00	C\$160,174.99	C\$234,080.00	C\$73,905.01	C\$1.46	C\$46.14
	Perejil	10650.00	C\$21,486.09	C\$47,925.00	C\$26,438.91	C\$2.23	C\$123.05
	Repollo	4062.00	C\$100,870.00	C\$257,820.00	C\$156,950.00	C\$2.56	C\$155.60
	Melón	7864.00	C\$238,916.46	C\$296,464.00	C\$57,547.54	C\$1.24	C\$24.09
	Zanahoria	40453.00	C\$364,028.19	C\$570,580.00	C\$206,551.81	C\$1.57	C\$56.74
<b>TOTAL</b>			<b>C\$885,475.73</b>	<b>C\$1,406,869.00</b>	<b>C\$521,393.27</b>	<b>C\$9.06</b>	<b>C\$405.62</b>
<b>SUMA TOTAL</b>			<b>C\$5,522,145.82</b>	<b>C\$7,887,099.00</b>	<b>C\$2,364,953.18</b>	<b>C\$45.29</b>	<b>C\$1,528.44</b>

### Anexo 4 ventas a Price Smart

PRICESMART									
Fecha	Rubro	cant	v/u	total de las com	precio de venta	utilidad bruta	Relacion C/B	Rentabilidad (%)	
Enero	Brocoli	4,618	25	C\$ 115,450.00	C\$156,585.00	C\$41,135.00	C\$1.36	C\$35.63	
	cebollin	612	96	C\$ 58,752.00	C\$104,224.26	C\$45,472.26	C\$1.77	C\$77.40	
	corazon de apio	3,222	27	C\$ 86,994.00	C\$139,586.00	C\$52,592.00	C\$1.60	C\$60.45	
	Lechuga frezee	760	15	C\$ 11,400.00	C\$16,720.00	C\$5,320.00	C\$1.47	C\$46.67	
	Guayaba	1,303	15	C\$ 19,545.00	C\$39,300.00	C\$19,755.00	C\$2.01	C\$101.07	
	Pepino	7,152	6.45	C\$ 37,737.00	C\$58,176.00	C\$20,439.00	C\$1.54	C\$54.16	
	Perejil	200	48	C\$ 9,600.00	C\$12,000.00	C\$2,400.00	C\$1.25	C\$25.00	
	Repollo	937	34	C\$ 31,858.00	C\$54,835.00	C\$22,977.00	C\$1.72	C\$72.12	
	Lechuga romana	4,750	15	C\$ 71,250.00	C\$126,075.00	C\$54,825.00	C\$1.77	C\$76.95	
	Tomate criollo	1,380	22	C\$ 30,360.00	C\$31,430.00	C\$1,070.00	C\$1.04	C\$3.52	
Zanahorra	6,890	20	C\$ 150,800.00	C\$223,200.00	C\$72,400.00	C\$1.48	C\$48.01		
<b>TOTAL</b>				<b>C\$ 623,746.00</b>	<b>C\$ 962,131.26</b>	<b>C\$338,385.26</b>	<b>C\$17.01</b>	<b>C\$600.99</b>	
Febrero	Apio mata	51	15	C\$ 765.00	C\$1,190.00	C\$425.00	C\$1.56	C\$55.56	
	brocoli	5,106	25	C\$ 127,650.00	C\$151,840.00	C\$24,190.00	C\$1.19	C\$18.95	
	Cebollin	706	96	C\$ 67,766.00	C\$109,620.68	C\$41,854.68	C\$1.62	C\$61.76	
	corazon de apio	3,675	27	C\$ 90,415.00	C\$129,688.00	C\$39,273.00	C\$1.43	C\$43.44	
	guayaba	1,870	15	C\$ 28,050.00	C\$51,400.00	C\$23,350.00	C\$1.83	C\$83.24	
	tomate manzano	2,739	17	C\$ 45,095.00	C\$69,630.00	C\$24,535.00	C\$1.54	C\$54.41	
	Pepino	6,994	4.5	C\$ 31,473.00	C\$56,880.00	C\$25,407.00	C\$1.81	C\$80.73	
	Repollo	669	34	C\$ 32,946.00	C\$47,850.00	C\$14,904.00	C\$1.45	C\$45.24	
	lechuga romana	4,227	15	C\$ 63,405.00	C\$100,715.00	C\$37,310.00	C\$1.59	C\$58.84	
	Tomate criollo	1,140	15	C\$ 19,200.00	C\$26,530.00	C\$7,330.00	C\$1.38	C\$38.18	
zanahoria	8,400	20	C\$ 168,000.00	C\$177,600.00	C\$9,600.00	C\$1.06	C\$5.71		
zuchine	228	10	C\$ 2,280.00	C\$2,475.00	C\$195.00	C\$1.09	C\$8.55		
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 677,045.00</b>	<b>C\$925,418.68</b>	<b>C\$248,373.68</b>	<b>C\$17.55</b>	<b>C\$554.61</b>		
Marzo	Apio mata	180	15	C\$ 2,700.00	C\$4,200.00	C\$1,500.00	C\$1.56	C\$55.56	
	Brocoli	4,922	25	C\$ 123,050.00	C\$171,665.00	C\$48,615.00	C\$1.40	C\$39.51	
	Cebollin	680	30	C\$ 57,216.00	C\$118,880.00	C\$61,664.00	C\$2.08	C\$107.77	
	corazon de apio	4,106	22	C\$ 90,332.00	C\$153,360.00	C\$63,028.00	C\$1.70	C\$69.77	
	Guayaba	1,689	15	C\$ 25,335.00	C\$53,400.00	C\$28,065.00	C\$2.11	C\$110.78	
	tomate manzano	2,623	15	C\$ 39,830.00	C\$79,895.00	C\$40,065.00	C\$2.01	C\$100.59	
	Pepino	7,523	4.5	C\$ 34,671.00	C\$64,038.00	C\$29,367.00	C\$1.85	C\$84.70	
	Repollo	932	30	C\$ 27,710.00	C\$56,705.00	C\$28,995.00	C\$2.05	C\$104.64	
	Lechuga romana	1,185	12	C\$ 16,011.00	C\$28,275.00	C\$12,264.00	C\$1.77	C\$76.60	
	Tomate Cherry	56	40	C\$ 2,240.00	C\$5,550.00	C\$3,310.00	C\$2.48	C\$147.77	
Tomate criollo	2,150	15	C\$ 32,250.00	C\$38,860.00	C\$6,610.00	C\$1.20	C\$20.50		
Zanahorra	1,095	20	C\$ 201,900.00	C\$266,280.00	C\$64,380.00	C\$1.32	C\$31.89		
zuchine	1,427	10	C\$ 14,270.00	C\$25,335.00	C\$11,065.00	C\$1.78	C\$77.54		
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 667,515.00</b>	<b>C\$1,066,443.00</b>	<b>C\$398,928.00</b>	<b>C\$23.28</b>	<b>C\$1,027.61</b>		
Abril	Brocoli	4804	25	C\$ 125,396.00	C\$155,740.00	C\$30,344.00	C\$1.24	C\$24.20	
	Cebollin	660	80	C\$ 52,800.00	C\$106,880.00	C\$54,080.00	C\$2.02	C\$102.42	
	corazon de apio	3673	22	C\$ 82,616.50	C\$126,000.00	C\$43,383.50	C\$1.53	C\$52.51	
	Guayaba	1331	15	C\$ 19,965.00	C\$38,570.00	C\$18,605.00	C\$1.93	C\$93.19	
	tomate manzano	2330	33	C\$ 36,390.00	C\$63,380.00	C\$26,990.00	C\$1.74	C\$74.17	
	Pepino	6208	4.5	C\$ 27,936.00	C\$50,088.00	C\$22,152.00	C\$1.79	C\$79.30	
	repollo	565	29.6	C\$ 13,275.00	C\$39,801.00	C\$26,526.00	C\$3.00	C\$199.82	
	Lechuga romana	2782	12	C\$ 33,384.00	C\$43,750.00	C\$10,366.00	C\$1.31	C\$31.05	
	Tomate Cherry	132	40	C\$ 5,280.00	C\$10,650.00	C\$5,370.00	C\$2.02	C\$101.70	
	Tomate criollo	1435	12	C\$ 18,381.00	C\$22,620.00	C\$4,239.00	C\$1.23	C\$23.06	
zanahoria	9065	17	C\$ 161,500.00	C\$201,060.00	C\$39,560.00	C\$1.24	C\$24.50		
zuchine	1527	10	C\$ 15,270.00	C\$23,685.00	C\$8,415.00	C\$1.55	C\$55.11		
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 592,193.50</b>	<b>C\$ 882,224.00</b>	<b>C\$290,030.50</b>	<b>C\$20.61</b>	<b>C\$861.03</b>		
Mayo	Apio mata	1,845	14	C\$ 26,100.00	33,770.00	C\$7,670.00	C\$1.29	C\$29.39	
	Brocoli	3,570	27	C\$ 96,120.00	107,770.00	C\$11,650.00	C\$1.12	C\$12.12	
	Cebollin	764	80	C\$ 61,120.00	122,240.00	C\$61,120.00	C\$2.00	C\$100.00	
	Chile dulce	1,275	3.5	C\$ 4,462.50	9,690.00	C\$5,227.50	C\$2.17	C\$117.14	
	corazon de apio	4,370	23.5	C\$ 102,754.00	150,000.00	C\$47,246.00	C\$1.46	C\$45.98	
	Lechuga frezee	2,618	12	C\$ 31,416.00	39,270.00	C\$7,854.00	C\$1.25	C\$25.00	
	Guayaba	1,655	15	C\$ 24,825.00	40,770.00	C\$15,945.00	C\$1.64	C\$64.23	
	tomate manzano	3,882	15	C\$ 58,990.00	95,925.00	C\$36,935.00	C\$1.63	C\$62.61	
	Pepino	9,878	4.5	C\$ 44,323.50	68,374.00	C\$24,050.50	C\$1.54	C\$54.26	
	Repollo	932	40	C\$ 31,258.00	49,543.00	C\$18,285.00	C\$1.58	C\$58.50	
Lechuga romana	615	12	C\$ 7,380.00	9,350.00	C\$1,970.00	C\$1.27	C\$26.69		
Tomate Cherry	130	40	C\$ 5,200.00	47,850.00	C\$42,650.00	C\$9.20	C\$820.19		
Tomate Criollo	3,168	12	C\$ 38,016.00	47,850.00	C\$9,834.00	C\$1.26	C\$25.87		
Zanahoria	12,055	14	C\$ 168,760.00	229,045.00	C\$60,285.00	C\$1.36	C\$35.72		
Zuquine	1,420	10	C\$ 14,200.00	20,475.00	C\$6,275.00	C\$1.44	C\$44.19		
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 714,925.00</b>	<b>C\$1,071,922.00</b>	<b>C\$356,997.00</b>	<b>C\$30.22</b>	<b>C\$1,521.90</b>		
Junio	Apio mata	35.07	15	C\$52,914.00	C\$68,613.00	C\$15,699.00	C\$1.30	C\$29.67	
	Brocoli	22.2	20	C\$59,940.00	C\$70,490.00	C\$10,550.00	C\$1.18	C\$17.60	
	Cebollin	727	80	C\$58,160.00	C\$124,260.00	C\$66,100.00	C\$2.14	C\$113.65	
	Chile dulce	3747	5	C\$18,735.00	C\$38,531.00	C\$19,796.00	C\$2.06	C\$105.66	
	corazon de apio	4228	24.3	C\$102,677.50	C\$150,780.00	C\$48,102.50	C\$1.47	C\$46.85	
	Lechuga frezee	2804	12	C\$33,648.00	C\$58,325.00	C\$24,677.00	C\$1.73	C\$73.34	
	Guayaba	2095	15	C\$31,425.00	C\$59,475.00	C\$28,050.00	C\$1.89	C\$89.26	
	lechuga Nacional	330		C\$7,500.00	C\$9,900.00	C\$2,400.00	C\$1.32	C\$32.00	
	tomate manzano	2027	15	C\$30,405.00	C\$56,102.00	C\$25,697.00	C\$1.85	C\$84.52	
	Pepino	10318	4.5	C\$46,431.00	C\$78,440.00	C\$32,009.00	C\$1.69	C\$68.94	
repollo	148	47	C\$8,836.00	C\$35,820.00	C\$26,984.00	C\$4.05	C\$305.39		
Lechuga romana	5389	12	C\$64,668.00	C\$91,945.00	C\$27,277.00	C\$1.42	C\$42.18		
Tomate Criollo	3123	15.6	C\$50,779.00	C\$55,216.00	C\$4,437.00	C\$1.09	C\$8.74		
zanahoria	11570	14.6	C\$169,580.00	C\$231,152.00	C\$61,572.00	C\$1.36	C\$36.31		
zuchine	1442	10	C\$14,420.00	C\$26,810.00	C\$12,390.00	C\$1.86	C\$85.92		
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 750,118.50</b>	<b>C\$1,155,859.00</b>	<b>C\$405,740.50</b>	<b>C\$26.40</b>	<b>C\$1,140.02</b>		
<b>SUMA TOTAL</b>				<b>C\$4,025,543.00</b>	<b>C\$6,063,997.94</b>	<b>C\$2,038,454.94</b>	<b>C\$135.06</b>	<b>5,706.16</b>	

Anexo 5 Ventas a Pedidos Ya

Pedidos Ya								
Fecha	Rubro	cant	V/U	Total	P/V	Utilidad bruta	Relacion C/B	Rentabilidad (%)
Enero	Apio	134	10	C\$1,340.00	C\$4,020.00	C\$2,680.00	C\$3.00	C\$200.00
	Cebolla amarilla	536	19	C\$10,184.00	C\$24,780.00	C\$14,596.00	C\$2.43	C\$143.32
	Cebolla morada	96	25	C\$2,400.00	C\$5,280.00	C\$2,880.00	C\$2.20	C\$120.00
	Cebollin	111	60	C\$6,660.00	C\$8,825.00	C\$2,165.00	C\$1.33	C\$32.51
	Lechuga morada	268	7	C\$1,876.00	C\$6,635.00	C\$4,759.00	C\$3.54	C\$253.68
	Guayaba	383	10	C\$3,830.00	C\$13,405.00	C\$9,575.00	C\$3.50	C\$250.00
	chile Jalapeño	127	21	C\$2,667.00	C\$6,280.00	C\$3,613.00	C\$2.35	C\$135.47
	papa	1096	26	C\$28,496.00	C\$60,280.00	C\$31,784.00	C\$2.12	C\$111.54
	Repollo	147	34	C\$4,998.00	C\$8,710.00	C\$3,712.00	C\$1.74	C\$74.27
	Zanahoria	463	20	C\$9,260.00	C\$20,835.00	C\$11,575.00	C\$2.25	C\$125.00
zuchine	197	20	C\$3,940.00	C\$8,950.00	C\$5,010.00	C\$2.27	C\$127.16	
<b>TOTAL</b>				<b>C\$75,651.00</b>	<b>C\$168,000.00</b>	<b>C\$92,349.00</b>	<b>C\$26.73</b>	<b>C\$1,572.94</b>
Febrero	Apio	28	10	C\$280.00	C\$560.00	C\$280.00	C\$2.00	C\$100.00
	cebolla amarilla	152	20	C\$3,040.00	C\$4,408.00	C\$1,368.00	C\$1.45	C\$45.00
	Cebollin	34	46	C\$1,564.00	C\$2,040.00	C\$476.00	C\$1.30	C\$30.43
	papa	95	19.2	C\$1,824.00	C\$2,090.00	C\$266.00	C\$1.15	C\$14.58
	Remolacha	7	6	C\$42.00	C\$210.00	C\$168.00	C\$5.00	C\$400.00
	Repollo	37	19.2	C\$709.66	C\$1,480.00	C\$770.34	C\$2.09	C\$108.55
	Zanahoria	116	12.4	C\$1,432.60	C\$2,088.00	C\$655.40	C\$1.46	C\$45.75
	zuchine	40	8	C\$320.00	C\$600.00	C\$280.00	C\$1.88	C\$87.50
<b>TOTAL</b>			<b>C\$9,212.26</b>	<b>C\$13,476.00</b>	<b>C\$4,263.74</b>	<b>C\$16.32</b>	<b>C\$831.82</b>	
Marzo	Apio	108	10	C\$1,080.00	C\$2,160.00	C\$1,080.00	C\$2.00	C\$100.00
	Cebolla Amarilla	413	16	C\$6,608.00	C\$11,977.00	C\$5,369.00	C\$1.81	C\$81.25
	Cebolla Morada	78	24	C\$1,872.00	C\$2,730.00	C\$858.00	C\$1.46	C\$45.83
	Cebollin	90	40	C\$3,600.00	C\$5,400.00	C\$1,800.00	C\$1.50	C\$50.00
	chile jalapeño	99	15	C\$1,485.00	C\$2,880.00	C\$1,395.00	C\$1.94	C\$93.94
	tomate manzano	92	15	C\$1,380.00	C\$2,944.00	C\$1,564.00	C\$2.13	C\$113.33
	papa	528	16	C\$8,448.00	C\$11,616.00	C\$3,168.00	C\$1.38	C\$37.50
	perejil	51	3	C\$153.00	C\$510.00	C\$357.00	C\$3.33	C\$233.33
	Remolacha	42	6	C\$252.00	C\$1,260.00	C\$1,008.00	C\$5.00	C\$400.00
	Repollo	103	10	C\$1,030.00	C\$4,140.00	C\$3,110.00	C\$4.02	C\$301.94
	lechuga Romana	130	7	C\$910.00	C\$1,515.00	C\$605.00	C\$1.66	C\$66.48
Zanahoria	101	10	C\$1,010.00	C\$6,012.00	C\$5,002.00	C\$5.95	C\$495.25	
zuchine	130	8	C\$1,040.00	C\$1,950.00	C\$910.00	C\$1.88	C\$87.50	
<b>TOTAL</b>			<b>C\$28,868.00</b>	<b>C\$55,094.00</b>	<b>C\$26,226.00</b>	<b>C\$34.06</b>	<b>C\$2,106.36</b>	
Abril	Apio	62	10	C\$620.00	C\$1,240.00	C\$620.00	C\$2.00	C\$100.00
	Cebolla amarilla	433	14	C\$6,062.00	C\$12,557.00	C\$6,495.00	C\$2.07	C\$107.14
	Cebolla morada	60	16	C\$960.00	C\$2,100.00	C\$1,140.00	C\$2.19	C\$118.75
	Cebollin	33	40	C\$1,320.00	C\$1,980.00	C\$660.00	C\$1.50	C\$50.00
	Cilantro	8	11.4	C\$91.20	C\$280.00	C\$188.80	C\$3.07	C\$207.02
	chile jalapeño	73	15	C\$1,095.00	C\$2,190.00	C\$1,095.00	C\$2.00	C\$100.00
	tomate manzano	62	15	C\$930.00	C\$1,984.00	C\$1,054.00	C\$2.13	C\$113.33
	papa	402	12.1	C\$4,864.20	C\$8,844.00	C\$3,979.80	C\$1.82	C\$81.82
	perejil	51	11	C\$561.00	C\$510.00	-C\$51.00	C\$0.91	-C\$9.09
	Remolacha	36	10	C\$360.00	C\$1,080.00	C\$720.00	C\$3.00	C\$200.00
	Repollo	77	15.2	C\$1,166.55	C\$3,080.00	C\$1,913.45	C\$2.64	C\$164.03
	repollo morado	11	40	C\$440.00	C\$715.00	C\$275.00	C\$1.63	C\$62.50
	lechuga Romana	130	7	C\$910.00	C\$1,950.00	C\$1,040.00	C\$2.14	C\$114.29
	Zanahoria	278	10	C\$2,780.00	C\$5,004.00	C\$2,224.00	C\$1.80	C\$80.00
zuchine	99	8	C\$792.00	C\$1,485.00	C\$693.00	C\$1.88	C\$87.50	
<b>TOTAL</b>			<b>C\$22,951.95</b>	<b>C\$44,999.00</b>	<b>C\$22,047.05</b>	<b>C\$30.77</b>	<b>C\$1,577.28</b>	
Mayo	Apio	147	10	C\$1,470.00	C\$2,100.00	C\$630.00	C\$1.43	C\$42.86
	Ayote	157	20	C\$3,140.00	C\$2,048.00	-C\$1,092.00	C\$0.65	-C\$34.78
	Cebolla amarilla	673	15	C\$8,790.00	C\$14,529.00	C\$5,739.00	C\$1.65	C\$65.29
	Cebolla morada	240	15	C\$3,600.00	C\$3,080.00	-C\$520.00	C\$0.86	-C\$14.44
	Cebollin	55	40	C\$2,200.00	C\$2,520.00	C\$320.00	C\$1.15	C\$14.55
	Chile Nathaly	19	35	C\$665.00	C\$228.00	-C\$437.00	C\$0.34	-C\$65.71
	chile jalapeño	83	15	C\$3,855.00	C\$1,560.00	-C\$2,295.00	C\$0.40	-C\$59.53
	tomate manzano	41	15	C\$615.00	C\$2,048.00	C\$1,433.00	C\$3.33	C\$233.01
	papa	847	11	C\$8,702.00	C\$10,098.00	C\$1,396.00	C\$1.16	C\$16.04
	perejil	47	15	C\$680.00	C\$490.00	-C\$190.00	C\$0.72	-C\$27.94
	Remolacha	71	10	C\$710.00	C\$1,470.00	C\$760.00	C\$2.07	C\$107.04
	Repollo	75	27	C\$2,025.00	C\$3,000.00	C\$975.00	C\$1.48	C\$48.15
	Repollo morado	4	40	C\$160.00	C\$260.00	C\$100.00	C\$1.63	C\$62.50
	Zanahoria	446	10	C\$4,460.00	C\$6,732.00	C\$2,272.00	C\$1.51	C\$50.94
zuchine	63	8	C\$784.00	C\$1,740.00	C\$956.00	C\$2.22	C\$121.94	
<b>TOTAL</b>			<b>C\$41,856.00</b>	<b>C\$51,903.00</b>	<b>C\$10,047.00</b>	<b>C\$20.60</b>	<b>C\$559.90</b>	
Junio	Apio	96	10	C\$960.00	C\$1,920.00	C\$960.00	C\$2.00	C\$100.00
	Cebolla amarilla	518	17.6	C\$9,116.80	C\$15,022.00	C\$5,905.20	C\$1.65	C\$64.77
	Cebolla morada	81	15.4	C\$1,247.40	C\$2,835.00	C\$1,587.60	C\$2.27	C\$127.27
	Cebollin	45	40	C\$1,800.00	C\$2,580.00	C\$780.00	C\$1.43	C\$43.33
	Cilantro	37	10	C\$370.00	C\$1,295.00	C\$925.00	C\$3.50	C\$250.00
	chile jalapeño	87	25	C\$2,175.00	C\$2,550.00	C\$375.00	C\$1.17	C\$17.24
	tomate manzano	54	15	C\$810.00	C\$1,728.00	C\$918.00	C\$2.13	C\$113.33
	papa	541	16.2	C\$8,747.97	C\$11,902.00	C\$3,154.03	C\$1.36	C\$36.05
	perejil	56	15	C\$840.00	C\$560.00	-C\$280.00	C\$0.67	-C\$33.33
	Remolacha	47	12	C\$564.00	C\$1,410.00	C\$846.00	C\$2.50	C\$150.00
Zanahoria	391	10.5	C\$4,105.50	C\$7,038.00	C\$2,932.50	C\$1.71	C\$71.43	
zuchine	57	8	C\$456.00	C\$2,565.00	C\$2,109.00	C\$5.63	C\$462.50	
<b>TOTAL</b>			<b>C\$31,192.67</b>	<b>C\$51,405.00</b>	<b>C\$20,212.33</b>	<b>C\$26.03</b>	<b>C\$1,402.60</b>	
<b>SUMA TOTAL</b>			<b>C\$209,731.88</b>	<b>C\$384,877.00</b>	<b>C\$175,145.12</b>	<b>C\$154.51</b>	<b>C\$8,050.90</b>	

**Anexo 6 Consolidado final**

**Deducción de la utilidad bruta menos los costos de salarios, transporte,  
materia prima y gastos de administración**

**Tabla 11 consolidado final**

**CONSOLIDADO FINAL**

MES	COLONIA		PSMT		PEDIDOS YA		TOTAL		C/ADMON	SALARIOS	C/TRANS	UTILIDAD BRUTA	UTILIDAD NETA
	P/C	P/V	P/C	P/V	P/C	P/V	P/C	P/V					
ENERO	C\$829,953.51	C\$1,321,645.00	C\$623,746.00	C\$962,131.26	C\$75,651.00	C\$168,000.00	C\$1,529,350.51	C\$2,451,776.26	C\$136,134.51	C\$113,180.76	C\$185,516.43	C\$922,425.75	C\$487,594.05
FEBRERO	C\$905,430.52	C\$1,298,591.00	C\$677,045.00	C\$925,418.68	C\$9,212.26	C\$13,476.00	C\$1,591,687.78	C\$2,237,485.68	C\$157,778.69	C\$80,965.40	C\$231,379.32	C\$645,797.79	C\$175,674.38
MARZO	C\$813,422.21	C\$1,223,551.00	C\$667,515.00	C\$1,066,443.00	C\$28,868.00	C\$55,094.00	C\$1,509,805.21	C\$2,345,088.00	C\$159,631.39	C\$105,324.73	C\$308,430.86	C\$836,192.79	C\$262,805.81
ABRIL	C\$874,163.74	C\$1,145,724.00	C\$592,193.50	C\$882,224.00	C\$22,951.95	C\$44,999.00	C\$1,489,309.19	C\$2,072,947.00	C\$160,591.01	C\$95,490.82	C\$239,703.78	C\$583,637.81	C\$87,852.20
MAYO	C\$1,213,700.11	C\$1,490,719.00	C\$714,925.00	C\$1,071,922.00	C\$41,856.00	C\$51,903.00	C\$1,970,481.11	C\$2,614,544.00	C\$145,005.73	C\$87,151.09	C\$224,370.26	C\$644,062.89	C\$187,535.81
JUNIO	C\$885,475.73	C\$1,406,869.00	C\$750,118.50	C\$1,155,859.00	C\$31,192.67	C\$51,405.00	C\$1,666,786.90	C\$2,614,133.00	C\$164,350.64	C\$82,966.54	C\$307,772.42	C\$947,346.10	C\$392,256.50
<b>TOTAL</b>	<b>C\$5,522,145.82</b>	<b>C\$7,887,099.00</b>	<b>C\$4,025,543.00</b>	<b>C\$6,063,997.94</b>	<b>C\$209,731.88</b>	<b>C\$384,877.00</b>	<b>C\$9,757,420.70</b>	<b>C\$14,335,973.94</b>	<b>C\$923,491.97</b>	<b>C\$565,079.34</b>	<b>C\$1,497,173.07</b>	<b>C\$4,579,463.13</b>	<b>C\$1,593,718.75</b>

## Anexo 7 imágenes de la cooperativa

### Instalaciones de la Cooperativa Agropecuaria de Servicios Tomatoya Chagüite Grande R.L

Ilustración 1 Instalaciones de la Cooperativa



Ilustración 2 Políticas de la Cooperativa

**AGROPECUARIOS TOMATOYA – CHAGÜITE GRANDE, R.L.**

**Misión Estratégica**  
Somos una cooperativa dedicada a la producción y comercialización de hortalizas diversas, implementamos sistemas de inocuidad alimenticia como Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), reconocidos por nuestros clientes por la calidad, cumplimiento y constancia en nuestras entregas por lo que accedemos a mercados formales, brindamos a nuestros socios servicios agrícolas necesarios para la producción y comercialización de hortalizas de alta calidad. Hacemos énfasis en la promoción de equidad de género en todos los procesos productivos. Tenemos el compromiso de preservar los recursos naturales (agua, suelos y bosques).

**Visión Estratégica**  
Nuestra visión estratégica es ser una cooperativa consolidada y organizada, líder en producción y comercialización de hortalizas para el mercado selectivo de Nicaragua y regional, constituyéndonos como un punto de referencia en el departamento de Jinotega para la organización, producción con tecnología y respeto al medio ambiente, comercialización y en la prestación de servicios.

**Valores Institucionales**

- **Compromiso:** Los socios están comprometidos con la visión, misión y estrategia determinada y compartida por todos, participando de manera activa en las diferentes instancias como el concejo de administración, comité de vigilancia y comité de comercialización.
- **Responsabilidad y Ética:** Como productores de alimentos realizamos nuestras actividades con responsabilidad empresarial, lo que implica respeto para nuestros empleados, clientes, proveedores, comunidades, medio ambiente, consumidores. Realizando nuestras actividades apegadas a la ética empresarial y la legislación vigente en el país.
- **Servicio de Calidad:** La atención a nuestros clientes cuenta con criterios de calidad definida, entregando en tiempo y forma productos sanos y de buena calidad así como los servicios que prestamos.
- **Rentabilidad:** Todas nuestras actividades económicas tienen por objetivo la generación de utilidades para la cooperativa beneficiando a nuestros socios para el mejoramiento de sus niveles de vida, de sus familias y comunidades.
- **Desarrollo:** Es política nuestra el desarrollo de los recursos humanos disponibles mediante la capacitación permanente de los socios y del personal y el acceso a tecnologías apropiadas para maximizar la eficiencia de los productos y servicios ofertados.
- **Integridad:** Debe prevalecer a nivel de la organización el enfoque de integridad en el otorgamiento de los beneficios, recursos económicos sociales y productivos a todos los miembros.
- **Transparencia:** Es un principio que debe imponerse a nivel de la Junta Directiva y todos los miembros para garantizar el uso adecuado de los recursos económicos.
- **Innovación:** Como productores debemos de ser proactivos con iniciativas innovadoras, que propicien el desarrollo agroeconómico de las familias y el respeto del medio ambiente.

**Beneficiarios del Proyecto ACORDAR**

Ilustración 3 oficinas de la Cooperativa



**Ilustración 4 Área de proceso de la Cooperativa**

