



*Rentabilidad económica empresarial, análisis de costos caso Martagua S.A.,
Montecristi Ecuador*

*Business economic profitability, cost analysis case Martagua S.A., Montecristi
Ecuador*

*Rentabilidade econômica empresarial, caso de análise de custos Martagua S.A.,
Montecristi Equador*

Mercedes Valentina Yépez Zambrano ^I
mvyz1350057210@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6755-9050>

Abril Anamilet Cedeño Mero ^{II}
itspem.acedeno2282@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9690-1185>

Carmen Liliana Mera Plaza ^{III}
carmen.mera@itspem.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-5015-5540>

Correspondencia: mvyz1350057210@gmail.com

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de mayo de 2022 * **Aceptado:** 12 de junio de 2022 * **Publicado:** 25 de julio de 2022

- I. Estudiante de la carrera de Tecnología Superior en Tributación del Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macías, Ecuador.
- II. Estudiante de la carrera de Tecnología Superior en Tributación del Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macías, Ecuador.
- III. Magíster en Administración de Empresas, Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Doctoranda en Educación Superior de la Universidad de Palermo (UP), Estudiante de la Especialización Ciencia, Tecnología y Sociedad de FLACSO, Docente Tiempo Completo de la Carrera Tecnología Superior en Tributación del Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macías, Contadora Pública Autorizada (CPA), Ecuador.

Resumen

La rentabilidad económica es el indicador que refleja los rubros que obtiene la empresa, aunado a ello, el objetivo del estudio es identificar las variables responsables para que la empresa genere rentabilidad. La metodología utilizada es un enfoque bibliográfico descriptivo, obteniendo todos los materiales de referencia relacionados con los aspectos más representativos de la rentabilidad empresarial de Martagua, a partir de estudios previos. Se consideraron todos los trabajadores de la empresa Martagua. Al abordar este trabajo a modo de estudio no se aplicó fórmula de muestreo y se trabajó con todos los que laboran actualmente en la empresa. Se trata, por lo tanto, de una muestra escogida por conveniencia es decir un “muestreo no probabilístico.” La recolección de datos se hizo a través de la técnica de observación, la cual permitió alcanzar los resultados identificados en la problemática. Dado como resultado que la empresa de tamaño micro tiene mayor oportunidad de mejorar su rendimiento financiero, siempre y cuando se disponga de un personal calificado, activos fijos y un buen financiamiento, mejorando el desempeño económico de la empresa Martagua S.A. Adicionalmente, se propone implementar inventarios para la materia prima y los productos terminados, lo que contribuye a tener un mejor desempeño económico. Proponiendo una eficiencia por parte del orden social, económico, tecnológico y ambiental. Por lo tanto, se hace necesario cambiar los paradigmas que se producen en el entorno.

Palabras Clave: Activos; financiamiento; producción; rentabilidad; utilidad.

Abstract

Economic profitability is the indicator that reflects the items obtained by the company, in addition to this, the objective of the study is to identify the variables responsible for the company to generate profitability. The methodology used is a descriptive bibliographical approach, obtaining all the reference materials related to the most representative aspects of Martagua's business profitability, based on previous studies. All the workers of the Martagua company were considered. When approaching this work as a study, no sampling formula was applied and we worked with all those who currently work in the company. It is, therefore, a sample chosen for convenience, that is, a "non-probabilistic sampling." Data collection was done through the observation technique, which allowed achieving the results identified in the problem. Given as a result that the micro-sized company has a greater opportunity to improve its financial performance, as long as it has qualified personnel, fixed assets and good financing, improving the economic performance of the company

Martagua S.A. Additionally, it is proposed to implement inventories for raw materials and finished products, which contributes to better economic performance. Proposing an efficiency on the part of the social, economic, technological and environmental order. Therefore, it is necessary to change the paradigms that occur in the environment.

Keywords: Active; financing; production; cost effectiveness; utility.

Resumo

A lucratividade econômica é o indicador que reflete os itens obtidos pela empresa, além disso, o objetivo do estudo é identificar as variáveis responsáveis pela empresa gerar lucratividade. A metodologia utilizada é uma abordagem bibliográfica descritiva, obtendo todos os materiais de referência relacionados aos aspectos mais representativos da rentabilidade do negócio da Martagua, com base em estudos anteriores. Foram considerados todos os trabalhadores da empresa Martagua. Ao abordar este trabalho como um estudo, não foi aplicada nenhuma fórmula de amostragem e trabalhamos com todos os que trabalham atualmente na empresa. Trata-se, portanto, de uma amostra escolhida por conveniência, ou seja, uma "amostragem não probabilística". A coleta de dados foi feita por meio da técnica de observação, que permitiu alcançar os resultados identificados no problema. Dado que a micro empresa tem maior oportunidade de melhorar seu desempenho financeiro, desde que tenha pessoal qualificado, ativos fixos e bom financiamento, melhorando o desempenho econômico da empresa Martagua S.A. Adicionalmente, propõe-se a implementação de inventários de matérias-primas e produtos acabados, o que contribui para um melhor desempenho econômico. Propondo uma eficiência por parte da ordem social, econômica, tecnológica e ambiental. Portanto, é necessário mudar os paradigmas que ocorrem no meio ambiente.

Palavras-chave: Ativo; financiamento; Produção; custo-benefício; Utilitário.

Introducción

La tagua, también conocida como corozo, es un tipo de nuez de palma que crece en la selva tropical de la región del Pacífico conocida como Cade. Solo se produce en 3 países, como Panamá, Colombia y Ecuador. La tagua no es un nuevo indicador económico del Ecuador, se utiliza para producir botones desde la segunda mitad del siglo XIX, es decir desde 1850, y desde hace más de

50 años se vende exclusivamente en Europa y el resto del mundo por la famosa "Casa Tagua Alemana", con sede en los puertos de la costa ecuatoriana: Manglaralto, Puerto López, Puerto Cayo, Manta, Bahía de Caráquez, Cojimíes, Muisne y Borbón (Jalil Velez, 2012).

La tagua pertenece al género phytelephasmacarpa, ya que la dioca tiene flores masculinas y femeninas, y las flores femeninas dan frutos, que pueden llegar a medir hasta seis metros de altura. Crecen en los trópicos húmedos de América del Sur, principalmente en las regiones de Ecuador costeras de Manabí y Esmeraldas (Romero et al., 2013).

La producción nacional total de tagua es de unas 100.000 toneladas, distribuidas de la siguiente manera: 50 mil en Manabí, 30 mil en Esmeraldas y 20 mil en Cordillera. La tagua en Manabí emplea a 35.000 personas; en Esmeraldas 10.000 y 5.000 en la zona norte de Santa Elena. Los ecuatorianos se dedican principalmente a la producción de adornos para el hogar, botones, así como obras de arte decorativas o estatuas: collares, pulseras, anillos y aretes (Cevallos & Salcedo, 2011). Esto le otorga cierta posición de elite en América Latina y a nivel mundial, es el principal exportador de tagua en América Latina y el mayor proveedor de Estados Unidos, la Unión Europea y varios países asiáticos donde tiene una participación sustancial en estos mercados, particularmente Italia, donde ha monopolizado el mercado más grande y está en una mejor posición (Mite & Crucellas, 2020).

Manabí posee empresas como Martagua, Exportagua, Industagua, Bototagua, exclusivamente en el ramo del comercio internacional en la producción de botones tallados y sin grabar en cantidades crecientes, así como microempresas productoras de joyas y figurillas con fines decorativos, muy apreciados para residentes y extranjeros (Van Den, 2014).

La Empresa Martagua S.A. desde el 2006 inicio sus actividades, es decir 16 años de experiencia en los servicios de fabricación de tagua. A pesar de contar con un sistema económico consolidado, no se dispone de una base de datos de estudios internamente, lo cual permite profundizar el comportamiento de los indicadores de rentabilidad económica, así mismo el margen de utilidad, entre otra más. Con esto en mente, las empresas necesitan desarrollar alternativas diariamente, buscar financiamiento, reducir costos y reorganizar procesos para optimizar recursos, maximizar la eficiencia, lograr los resultados deseados y proteger su economía. La raíz del problema es que, en la actualidad, la gestión de la producción y el control de calidad se realizan de forma empírica, lo que hace que la empresa no tenga criterios formales entre sus empleados, lo que conlleva a una pérdida de tiempo.

Por regla general, los propietarios de Martagua buscan obtener materia prima a precios muy bajos para evitar incurrir en costos adicionales, que afectan los ingresos de la empresa. Es por ello, que es muy importante indicar que los trabajadores no están adecuadamente capacitados, lo que no permite manejar las operaciones comerciales, las herramientas, la adaptabilidad de la tecnología y la prevención de riesgos para la salud, es decir, que es necesario que adquieran conocimientos prácticos, para que con el pasar del tiempo lo pongan en práctica.

Para ello, se pretende conocer ¿Cuáles son los factores básicos que inciden en la rentabilidad económica y su incidencia en la toma de decisiones empresariales en la Empresa Martagua? Por lo tanto, el propósito del estudio es determinar los factores que influyen en el resultado económico de la empresa Martagua, así como su impacto en la toma de decisiones al interior de la empresa.

En este sentido, el desarrollo del estudio no solo resulta ser importante para la empresa Martagua ya que promueve la solución a una necesidad u problemática existente, si no también surge como un modelo para los empresarios que emprenden en la producción de la tagua, y en aquellos emprendedores locales que buscan explotar la tagua como materia prima para la producción económica de la localidad.

Desarrollo

La tagua es una planta silvestre, es decir, plantaciones que crecen espontáneamente a partir de semillas que caen al suelo y están sujetas a lluvias húmedas durante el invierno. El desarrollo de la planta dura de 14 a 15 años hasta que se obtienen los primeros frutos, momento en el que comienza la formación de un racimo, cuya característica principal es su gran tamaño y el hecho de que nacen de las axilas de las hojas. La tagua también requiere cierta cantidad de luz, desde etapa inicial hasta la edad adulta.

La fruta seca de tagua tiene unos 40 cm de diámetro, es de color azulado, se adhiere a los troncos de las palmeras como un coco. La fruta blanda también se conoce como mococho, en su interior contiene una sustancia lechosa con sabor a coco. A medida que la tagua madura, se vuelve tan difícil de abrir que solo necesita ser procesada con herramientas especiales comercializadas, principalmente para la producción de botones, arte, figurillas decorativas, adornos comercializados a nivel nacional e internacional (Jalil, 2012).

Tabla 1. Proceso productivo de la tagua.

Proceso	Autor	Descripción
Extracción de la semilla	(Gómez et al., 2016)	La semilla se toma del nombre Mococho, dado a la merbal, ubicada en la copa de la palmera.
Selección de la tagua	(Palacios et al., 2021)	El proceso de producción inicia con la selección de la semilla de tagua, la cual está conformada principalmente por los recolectores de semillas, es decir, no tienen relación formal ni dependencia con los artesanos o productores de producción artesanal o industrial.
El secado	(Reinoso & Williams, 2020)	Las semillas después de la cosecha deben secarse, puede usar dos opciones: secado al sol durante aproximadamente 60 días o más o en una sala de secado durante aproximadamente una semana.
Pelado	(Pineda La Torre, 2021)	Después de que las semillas de tagua pasan por el proceso de secado, comienza la fase de limpieza que incluye quitar la cáscara, un proceso esencialmente manual donde los artesanos golpean las semillas con un martillo (palo o madera) para ablandar, luego retire manualmente el resto de las vainas para mantener las semillas libres de semillas y seleccionables, especialmente si tienen un color satisfactorio. Otro mecanismo en este proceso, muy utilizado en industrias de alta tecnología en estos casos, es el uso de un pelador de tagua.
Clasificación	(Jalil et al., 2018)	En el siguiente paso, el grano es reclasificado en tamaño y color por tamices con diferentes tamaños de orificios, esta inspección es visual y realizada por artesanos experimentados.
El corte	(Montúfar, 2013)	Después de clasificar por tamaño, cortan con una sierra circular similar a una sierra de carpintería,

		de 4 a 5 rebanadas de tagua, dependiendo del tamaño de las semillas, para que queden lo más planas posible. Este proceso, cuando se hace, es costoso y bastante peligroso porque el operador trabaja con semillas de tagua individuales y corta cada rebanada de manera diferente. La mayoría de los operadores utilizan protección especial para los dedos y las manos para evitar accidentes. En las empresas se hace a máquina con sierra, las semillas se cortan individualmente en rodajas.
Proceso de torneado	(Sánchez, 2006)	Esta etapa de producción se lleva a cabo en diferentes tornos, calibrados a las dimensiones de las lonchas. El proceso es individual y manual, es decir, se realiza por turnos y por tanto el coste de producción también es elevado.
Escogida de anímela	(Bermúdez & Guerrero, 2011)	Las anímelas fueron seleccionados en dos categorías: normal y estándar. Luego, la tagua, de acuerdo a sus requerimientos (joyas, collares, aretes, botones), pasa por una serie de procesos como moler, tallar y pulir para luego llevarla al mercado.
Empaque final	(Quintana & Díaz, 2001)	Una vez que los anímelas están clasificados (botón listo) por diámetro, grosor y color o terminados con el acabado requerido según la figura resultante, deben pasar un control de calidad visual por parte de uno de los operarios antes de empacar.

Fuente: Elaborada por las autoras

Por otra parte, el desperdicio de sobreproducción, tiene relación con la producción de materiales, piezas o partes que no son requeridas por el siguiente paso del proceso, o por el comprador, para el instante de ser elaborados; el desperdicio por sobreproducción también es un componente que se utiliza para inventario, ello hace primordial al sistema de almacenamiento y funcionamiento de materiales, transportes y espacio, así como la mano de obra vinculada a estas ocupaciones (Tejeda, 2011).

En la actualidad con los precios de capital, espacio, recursos humanos, así como los víveres por obsolescencia y deterioro, el precio de un producto asociado a su sobreproducción se eleva en un 50% del precio verdadero de producirlo (Ávila, 2016). Por ello, el tiempo de espera es el tiempo perdido como consecuencia de una serie de trabajos o de un proceso ineficiente que genera costes adicionales como la espera de suministros, información, maquinaria, herramientas, avería, mal uso de la automatización y las máquinas no tienen la capacidad de trabajar adecuadamente, por lo que el operador no puede tener un servicio de calidad (Rajadell & Sánchez, 2010). Por su parte, al desperdicio por transporte se lo considera como movimiento de materiales o información de un almacén a otro, de un proceso a otro, o dentro de un proceso icho envío no incluye ningún costo del producto.

El inventario es un desperdicio sólo cuando tenemos más de lo necesario para cubrir la demanda o necesidades de los clientes, o en un proceso de fabricación, más inventario de lo requerido por la próxima estación de trabajo. Previamente, es necesario acordar un nivel de servicio mínimo a clientes y a partir de allí racionalizar el recurso dispuesto para el inventario de productos (Huerta, 2021).

La tagua es la más utilizada en la producción de artesanías, así como botones para la industria de la confección, especialmente a los países que más exporta Ecuador, como Hong Kong, Italia y China (Pérez et al., 2017; Tubay Mero, 2020). También existe una demanda de cuentas de tagua para joyería, piezas de ajedrez, llaveros, elementos decorativos como estuches para bolígrafos, relojes adornados, gorras de vino y en países orientales para hacer sellos de escudos familiares.

Materiales y métodos

El presente estudio se desarrolló en la empresa Martagua S.A, ubicada en la localidad de Montecristi, Ecuador. El periodo de tiempo en el que se realizó fue de cuatro trimestres. Del mismo modo es importante señalar que para el desarrollo del estudio no se obtuvo financiamiento de

alguna institución, empresa u organización, pública o privada, y los materiales o recursos utilizados fueron de ejecutados con el financiamiento propio de las investigadoras. Además del uso de los conocimientos adquiridos a lo largo la formación académica.

La modalidad de esta investigación está basada en un conjunto de ideas, opiniones e indagaciones con resultados viables, por lo que el diseño es de tipo descriptivo y exploratorio ubicada en el paradigma cualicuantitativo, lo que permitió facilitar las respuestas más validas a las cuestiones que se plantearon. Se aplicó el método deductivo – inductivo, para la investigación consiguiendo ir de lo general a lo particular y viceversa, y así poder determinar las conclusiones sobre la rentabilidad económica de acuerdo a los costos que genera la empresa Martagua.

Se utilizó la observación directa e indirecta para englobar cada una de las áreas a estudiar. Realizando visitas a la empresa Martagua, para constatar el tipo de actividad que realizan. Con base en técnicas de análisis de documentos, para la realización del trabajo de investigación se revisará, interpretará y evaluará la información relacionada con los precios del mercado de la empresa Martagua S.A. De esta forma se puede obtener información sobre los indicadores y variables de interés.

Tras el análisis de las características económicas de la empresa Martagua, se cumplió con una estrategia de razonamiento y procesamiento de análisis de la información el método inductivo-deductivo, el inductivo que se basa en la inducción a partir de las premisas para poder llegar a generar las conclusiones, y el método deductivo con el cual se obtienen los resultados finales de nuestra investigación ya que parte desde lo más macro hasta lo micro, ayudándonos a optimizar cada uno de los casos y determinar cada situación mejorar cada caso.

Resultados

En la siguiente tabla se muestra el desempeño de las exportaciones de tagua por tonelada en los últimos años.

Tabla 2. Exportación de tagua en toneladas.

Año	Toneladas	FOB- (Miles de dólares)
2011	1.474,0	14.116,0
2012	880,0	8.396,0
2013	1.095,0	10.069,0
2014	1.248,0	13.081,0
2015	1.041,0	10.696,0

Nota: Datos de la página web del Banco Central del Ecuador (2022).

La demanda anual de materias primas para la producción de botones en Ecuador lidera Europa, seguida de Asia y América. En Europa, “Italia es el primer país en sacar la tarjeta y el 49,80% del volumen mundial proviene de Ecuador; El segundo país en cuanto a demanda de productos es Alemania con un 6,23%, seguido de países como España, Francia, Portugal, Suecia, Turquía con el 7,72% restante 9. En Asia, Hong Kong ocupa el primer lugar con un 7,05% de la demanda mundial por Ecuador; En segundo lugar, se encuentra China con un 4,10%, Corea del Sur con un 3,95%, seguido de Japón y Corea del Norte con un 3,60%, con un 2,81% proveniente de otros países asiáticos (Jalil, 2012).

Por otra parte, se ve la diferenciación de precios de mercado entre la pro asociación y cliente externo. Donde los costos para la una asociación son mucho menores, que los precios a los clientes externos. Según el levantamiento de información realizado en promedio son los siguientes:

Tabla 3. Precios de Mercado

Artesanía/ Presentación.	Pro asociación		Cliente externo	
	Normal	Con color	Normal	Con color
Figuras	2,50	3,00	4,00	5,00
Collares	3,00	3,50	5,00	6,00
Aretes finos	2,50	3,00	6,00	7,00
Arete popular	1,50	2,00	6,00	7,00
Anillos	1,00	1,50	2,00	3,00
Porta servilletas	2,50	3,00	4,00	5,00

Nota: De acuerdo a los datos obtenidos por la empresa Matargua se muestra los precios de mercado para pro asociación y cliente externo. Fuente elaborado por las autoras.

Como se demuestra en la tabla 3, los precios del mercado son significativos, tienen una consistencia que permite mantener el precio dado para las pro asociación y así mismo al cliente externo, con diferencia de dos dólares en adelante en base al producto terminado que este sin color, en cambio los productos ya terminados con color tienen una diferencia de 1 dólar para los consumidores regulares. Por lo que al venderlo al por mayor gana más rentabilidad por que generaría una mayor producción.

En cuanto a la capacidad de producción se ha tenido en cuenta los datos obtenidos del estudio de mercado, el cual puede arrojar que el requerimiento mensual es de 2.509 unidades por mes. Para efectos del proyecto, la capacidad de producción es:

Tabla 4. Capacidad de producción.

Detalle	Capacidad
En quintales	11 quintales mensuales
En artesanías	4000 unidades de producción mensual

Nota: Capacidad de producción de mercado en quintales y artesanía. Fuente: Elaborado por las autoras.

Dentro de la tabla 4, se demuestra la capacidad de producción que se tiene mensualmente en la empresa Martagua, dando como resultado que la tagua da un rendimiento de 11 quintales como materia prima, de las cuales salen 4.000 unidades en artesanías de diferentes modelos, tamaños y tipos. Según la investigación de mercado, es posible estimar la cantidad de productos vendidos mensualmente en función de la etiqueta. Para evaluar las ventas, se determinan anualmente, con base en la demanda mensual constante, el proyecto no prevé picos de demanda del producto durante los meses de verano.

Tabla 5. Presupuesto de ingresos anuales en dólares.

Productos	Demanda	Precio	Total de ingresos por producto.
Figuras	13.553,59	4,00	54.214,37
Collares	7.529,77	5,00	37.648,86

Aretes finos	3.614,29	6,00	21.685,75
Aretes populares	3.011,91	6,00	18.071,46
Anillos	2.409,53	2,00	4.819,05
		Ingreso año 1.	136.439,49

Nota: Detalladamente se observa los ingresos por productos anualmente. **Fuente:** Elaborado por las autoras.

Los datos que se obtiene en la tabla 5, indican el presupuesto de ingresos anuales que se obtiene en la empresa Martagua. Dando como resultado que la mayor recaudación se da en la venta de figuras con un total de ingresos de \$54.214,37 dólares. Así mismo en collares con ingresos de \$37.648,86 dólares. Finalizando que en el año se obtuvo un ingreso total de productos de \$136.439,49 dólares. En el caso de la previsión de ingresos, se considera un criterio conservador con un periodo de medición de 10 años; A su vez, la tasa de crecimiento poblacional del cantón de Montecristi es de 1.97% anual. Se han tenido en cuenta los siguientes costes de fabricación para cada producto.

Tabla 6. Presupuesto de costo de producción en dólares.

Productos	Demanda	Materia prima	Mano de obra directa	Costos indirectos de fabricación	Total, costos de producción	Costos de producción.
Figuras	13.55	0,30	0,488	0,45	1,24	16.783,5
Collares	7.529	0.20	0,488	0,45	1,24	8.571,2
Aretes finos	3.614	0.40	0,488	0,45	1,24	4.837,0
Arete popular	3.011	0.30	0,488	0,45	1,24	3.729,6
Anillos	2.409	0,10	0,488	0,45	1,24	2.501,8
Costo de producción año 1.						36.423,4

Nota: Costos de producción de acuerdo a la demanda, materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y costos total de producción. **Fuente:** Elaborado por las autoras.

Como se demuestra en la tabla 6, los costos de producción pueden variar de acuerdo a la situación que se encuentre el país, dentro de los datos se evidencia que el costo total durante un año es de

\$36.423,40 dólares, a diferencia de los ingresos de las ventas obtenidas se tiene un margen significativo de ganancias de \$100.016,09 dólares.

Dentro del análisis realizado a través de esta investigación y de todos los aspectos que se han venido sucediendo, se puede decir que para determinar los factores básicos que inciden en la rentabilidad económica son los costos de producción, de acuerdo a los gastos que la empresa produce dentro de su producción la empresa Martagua toma las decisiones, quiere decir que si los gastos son más relevantes que los ingresos la empresa debe reestructurar la forma en que maneja sus utilidades y su producción para no tener pérdidas y generar utilidades, lo que permitirá tener una buena rentabilidad económica.

Discusión

Dentro de la empresa Martagua se ha logrado tener un buen desenvolvimiento dentro de la producción de artículos derivados de la tagua. Como se sabe en el cantón Montecristi existe un gran progreso a lo que corresponde el comercio por su capacidad turística, por lo que sus aportaciones son sumamente importantes para el país. Es por ello que la rentabilidad surge de forma significativa si no existe intermediaciones o algún problema exterior que no permita tener ganancias dentro de la empresa. Para Sánchez (2002) la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados. Analistas financieros utilizan índices de rentabilidad para juzgar cuan eficientes son las empresas en el uso de sus activos, en este sentido el ejercer la empresa Martagua una actividad económica rentable es sumamente importante en virtud de alcanzar los objetivos que se proponga la organización.

Del mismo modo se destaca que los costos de producción en la empresa Martagua pueden variar de acuerdo a la situación que se encuentre el país, dentro de los datos se evidencia que el costo total durante un año es de \$36.423,40 dólares, a diferencia de los ingresos de las ventas obtenidas se tiene un margen significativo de ganancias de \$100.016,09 dólares. Por lo que se evidencia un margen de utilidad bruta que infiera positivamente en el estado de ganancias y pérdidas de empresa. Destacando que la utilidad bruta nos muestra la parte lucrativa de las ventas, además indica que la ganancia bruta es el resultado de la operación de las ventas y el costo de ventas (Pacheco, 2016). La utilidad bruta puede ser positiva o negativa dependiendo si es ganancia o pérdida (Moreira & Mendoza, 2021), todo va de la mano con lo que genera la empresa en un periodo determinado, con

ello se sabe cómo va el proceso o desarrollo de la organización (Mendoza-Fernandez & Moreira-Chóez, 2021), si es beneficioso o simplemente no se obtendrá utilidades positivas, dependiendo de ello se evalúa la empresa. En este sentido manejar un margen positivo de la utilidad bruta en empresa Martagua es de suma importancia para los procesos de tomas de decisiones ya que aporta información relevante sobre el desempeño de la empresa.

Conclusiones

Para darle respuesta al trabajo de investigación se utilizó la revisión bibliográfica permitiendo conocer que existe una amplia brecha en lo que corresponde a la rentabilidad económica, de alguna manera se piensa que las empresas tienen diferentes formas de generar ingresos, sin embargo, por los diferentes factores pueden generar pérdidas por lo que no estaría en la condición de superar objetivos financieros. Los conceptos de cadena de valor y desempeño son cruciales para la gestión de la producción de una organización. La cadena de valor como estrategia soporta de manera óptima cada proceso desde la recepción de la materia prima hasta el consumidor final. El desempeño es una medida que nos permite saber cómo se manejan los recursos en la organización, este concepto también está relacionado con la eficiencia y eficacia, las medidas de desempeño nos permiten saber si se están logrando las metas de la organización.

Dentro de la investigación realizada a la empresa Martagua se constató los problemas que presentan con los recursos económicos que tienen. Una de los eslabones de la cadena de valor de la tagua en la empresa Martagua S.A., es la comercialización, ya que los fabricantes no venden directamente en el extranjero en grandes cantidades, sino que envían productos en cantidades más pequeñas. Utilizan empresas exportadoras para facilitar el proceso. De tal manera que los conceptos, principios y objetivos o se llegan a cumplir en su totalidad por la falta de recursos, espacios físicos o por el desconociendo de estrategias financieras.

Por lo tanto, se realizó una propuesta estratégica dirigido a los trabajadores de la empresa Martagua S.A., a través de las planificaciones de actividades inclusivas con el objetivo de mejora la calidad y calidez de producir y vender objetos derivados de la tagua. Los indicadores de rendimiento son evidencia que garantiza consecuencias favorables, porque los recursos relacionados con el proceso de producción se introducen adecuadamente en la cadena de producción.

Referencias

1. Altamirano Hidalgo, M. R., & Chamorro Veloz, L. K. (2016). Análisis contable de los desperdicios en los costos de fabricación y su incidencia en la situación financiera de la microempresa Laureles Mueblería [Tesis Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/1622>
2. Ávila Romero, E. A. (2016). Propuesta de mejora en la gestión de la cadena de suministro para reducir los costos actuales del sistema logístico de la empresa Casa Grande S.A.A. [Tesis de Licenciatura]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10244>
3. Bermúdez, R., & Guerrero Quiroz, C. M. (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración de artesanías de tagua en el cantón Jipijapa periodo 2011 [Tesis - Carrera de Comercio Exterior Universidad Estatal del Sur de Manabí]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/378>
4. Bringas López, M. X. (2016). Impacto en los costos de sobrellenado de producto terminado en la elaboración de caldos extruidos de una empresa de giro alimenticio. Propuesta de control de las variables de proceso (2015) [Tesis de Maestría Universidad Autónoma del Estado de México]. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/66111>
5. Cevallos Reyes, C. I., & Salcedo Espinoza, S. S. (2011). Desarrollo del proceso de comercialización y del plan de marketing de la empresa Suceva S. A., especialista en botones de tagua, dirigido a confeccionista de la ciudad de Guayaquil [Tesis Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1513>
6. Chuba Chuba, C. E., & Salazar Hernández, D. I. (2015). Análisis de factibilidad para la comercialización de productos de tagua en la Ciudad Guayaquil [Tesis Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Administrativas]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10539>

7. García Palencia, O. (2012). *Gestión Moderna del Mantenimiento Industrial. Principios fundamentales.*
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IyejDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Estas+acciones+suelen+darse+por+una+mala+planeación,+programación+y+control+de+la+producción+o+por+falta+de+aplicación+de+tecnología+&ots=bP uqIeXMvu&sig=zMmLeENUezIHqybES51FpN2gTdY#v>
8. Gómez Mitjans, D., Pita Bravo, V., & Zumalacárregui De Cárdenas, B. (2016). Caracterización de aceites de las semillas de Moringa oleífera a partir de la extracción por diferentes métodos Characterisation of Moringa oleifera's oils from different extraction methods. *Rev. Colomb. Biotecnol*, 2, 106–111.
<https://doi.org/10.15446/rev.colomb.biote.v18n2.54324>
9. Heras Acuña, L. J. (2021). Control de costos de producción y su incidencia en la utilidad de los productores de caña de azúcar, Laredo año 2020 [Tesis Universidad del Valle].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69932/Heras_ALJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
10. Huerta Estévez, A. (2021). Reducción del manejo de materiales en línea en una ensambladora de autos mediante la aplicación de lean manufacturing. *Ingeniería Industrial*, 40, 49–60. <https://doi.org/10.26439/ING.IND2021.N40.4880>
11. Jalil Velez, N. J. (2012). La actividad productiva de la tagua y sus efectos en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de la comunidad sosote del Cantón Rocafuerte. Tesis Universidad Tecnológica Equinoccial.
12. Jalil Vélez, N. J., Roque Doval, Y., & Paz Enrique, L. E. (2018). La asociatividad para el fortalecimiento de los artesanos productores de la semilla de la tagua en la comunidad de Sosote, Manabí, Ecuador. *Universidad & Ciencia*, 7(2), 248–263.
<https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/9422>
13. Mendoza-Fernandez, V. M., & Moreira-Chóez, J. S. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen Administrative Management

- Processes, a journey from its origin *Processos de Gestão Administrativa, uma jornada desde suas origens*. 6(3), 608–620.
14. Mite Morán, M. M., & Crucellas Vera, E. E. (2020). Repositorio Universidad de Guayaquil: Aprovechamiento de la pulpa de la tagua (*Phytelephas Aequatorialis*) en el desarrollo de productos alimenticios [Tesis Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49570>
 15. Montúfar, R. (2013). La Tagua: de la gloria al olvido. *Curiosidades Científicas*, 77–81. <https://www.researchgate.net/publication/312192199>
 16. Moreira Chóez, J. S., & Mendoza Fernandez, V. M. (2021). Negociación digital Internacional y sus procesos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 2647–2660. https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V5I3.480
 17. Pacheco Coello, C. E. (2016). La información financiera y administrativa. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IWlyDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT50&dq=+Destacando+que+la+utilidad+bruta+nos+muestra+la+parte+lucrativa+de+las+ventas,+además+indica+que+la+ganancia+bruta+es+el+resultado+de+la+operación+de+las+ventas+y+el+costo+de+venta>
 18. Palacios Cedeño, N., Zambrano Montesdeoca, J. Luis, Intriago Intriago, J. P., & Zamora Cevallos, J. A. (2021). Cadena de valor de la tagua y su productividad. *ECA Sinergia*, 12(1), 70–83. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i1.2862
 19. Pérez Pánchez, J., Garcés Vargas, J., Villao Rodríguez, K., & Camacho Polo, I. (2017). Estudio para la creación del centro de procesamiento y taller artesanal para la elaboración de productos derivados del marfil vegetal (tagua), en la comuna las Núñez provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 4(1), 7–15. <https://doi.org/10.26423/RCTU.V4I1.234>
 20. Pineda De La Torre, R. J. (2021). Prototipo de máquina peladora de semilla de tagua para incrementar la producción artesanal [Tesis Universidad Técnica del Norte]. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10824>

21. Quintana Alarcón, O., & Díaz López, L. del C. (2001). Cendar: Carpintería y trabajos en tagua : Chiquinquirá Boyacá : desarrollo de producto. <https://cendar-repositorio.metabiblioteca.org/handle/001/893>
22. Rajadell Carreras, M., & Sánchez García, J. L. (2010). Lean Manufacturing. La evidencia de una necesidad. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IR2xgsdmdUoC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Desperdicio+por+transporte.+El+tiempo+de+espera+es+el+tiempo+perdido+como+consecuencia+de+una+serie+de+trabajos+o+de+un+proceso+ineficiente+que+genera+costes+adicionales+como+la+espera>
23. Reinoso Gálvez, G. I., & Williams Navarrete, G. H. (2020). Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio [Tesis Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://201.159.223.180/handle/3317/15171>
24. Romero Pincay, A., Valdez Calero, J. L., & Zerna Mayorga, R. I. (2013). Producción comercialización y rentabilidad de la tagua (*Phytelephas macrocarpa*) en zona mangla alto de la Provincia de Manabí. [Tesis Técnica Estatal de Quevedo]. <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/4425>
25. Sánchez Ballesta, J. P. (2002). Análisis de rentabilidad de la empresa por Juan Pedro Sánchez Ballesta, Universidad de Murcia, España. 5campus.Com, Análisis Contable. <https://ciberconta.unizar.es/LECCION/anarenta/>
26. Sánchez Linares, D. E. (2006). Asesoría para el desarrollo de líneas de producto a partir del rediseño o diversificación del producto artesanal del oficio del torneado de la tagua en la población de Chiquinquirá Boyacá. <https://cendar-repositorio.metabiblioteca.org/handle/001/564>
27. Tejeda, A. S. (2011). Mejoras de Lean Manufacturing en los sistemas productivos. Instituto Tecnológico de Santo Domingo, 36(2), 276–310. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87019757005>
28. Tubay Mero, M. Á. (2020). Desarrollo de producto y su incidencia en la exportación de las artesanías de la microempresa arte de tagua Handicrat. Tesis de Universidad Estatal del Sur de Manabí.

29. Van Den Berghe Romero, E. (2014). tratados de libre comercio: Retos y oportunidades (Primera ed). Ecoe Ediciones Ltda. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wsE0DgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=los+extranjeros+que+venden+productos+en+mercados+nacionales+y+extranjeros+en+cantidades+limitadas,+estos+productos+se+venden+mejor+a+países+como+EE.+UU.,+Canadá,+Italia+y+la+Unión+Eu>

© 2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).