

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Diseño contable como herramienta de apoyo en la generación de información financiera para una empresa en crecimiento

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Contador Público Auditor


Autoras:

Miriam Viviana Nivicela Nivicela

Lourdes Monserrath Romero Jimbo

Director:

Marco Leonardo Peralta Zuñiga

ORCID:  0000-0003-4552-0432

Cuenca, Ecuador

2023-05-08

Resumen

El incremento de los negocios, así como el aumento del fracaso empresarial permitieron identificar esencialmente; la falta de una adecuada planificación estratégica por parte de los administradores y la falta de conocimiento contable para conducir un emprendimiento, lo que ha obligado a que los negocios analicen su control económico para evitar el cierre de los mismos. Por ello, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, establecer un diseño contable-financiero considerando dos ejes esenciales, tales como: contabilidad estratégica y contabilidad financiera. La investigación se realizó bajo la modalidad de estudio de caso, cuya unidad de análisis fue el emprendimiento denominado “El Chacarero”, para lo cual, se utilizó un enfoque cualitativo. En este sentido, se efectuó una revisión documental de literatura para identificar elementos determinantes (variables de estudio), que debería incluir un diseño contable adecuado. Este análisis sirve como una guía para los negocios en etapa de crecimiento, facilitando información para la toma de decisiones respecto a: un manejo eficiente de recursos, implementación de nuevas estrategias en un entorno competitivo y la generación de información financiera.

Palabras clave: contabilidad estratégica, contabilidad financiera, métricas, cadena de valor, sostenibilidad empresarial

Abstract

The increase in business, as well as the increase in business failure, made it possible to essentially identify; the lack of adequate strategic planning on the part of the administrators and the lack of accounting knowledge to conduct a venture, which has forced companies to analyze their economic control to avoid closing them. For this reason, the main objective of this research work is to establish an accounting-financial design considering two essential axes, such as: strategic accounting and financial accounting. The research was carried out under the case study modality, whose unit of analysis was the enterprise called "El Chacarero", for which a qualitative approach was used. In this sense, a documentary review of the literature was carried out to identify determining elements (study variables), which should include an adequate accounting design. This analysis serves as a guide for businesses in the growth stage, providing information for decision-making regarding: efficient resource management, implementation of new strategies in a competitive environment, and the generation of financial information.

Keywords: strategic accounting, financial accounting, metrics, value chain, corporate sustainability

Índice de contenido

Introducción	7
Revisión de Literatura	8
Metodología.....	11
Resultados.....	14
Discusión	27
Conclusiones	29
Recomendaciones y Limitaciones.....	30
Referencias	31
Anexos	34

Índice de ilustración

Ilustración 1 Diseño Contable para "El Chacarero"	26
---	----

Índice de tablas

Tabla 1 Elementos de la Contabilidad Estratégica.....	13
Tabla 2 Elementos de la Contabilidad Financiera.....	13
Tabla 3 Análisis FODA	16
Tabla 4 Cadena de valor para “El Chacarero” según Michael Porter	16
Tabla 5 Métricas para “El Chacarero”.....	18
Tabla 6 Políticas Esencialmente Contables para “El Chacarero” en base a NIIF para PYMES (2017)	20
Tabla 7 Otras políticas de cumplimiento para “El Chacarero”	22

Introducción

El Ecuador es considerado como uno de los países con mayor tasa de emprendimiento, pues según datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), recopilados en la investigación de Lasio, Amaya, Zambrano y Ordeñana (2020), se establece que el promedio de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Ecuador durante el año 2019 fue del 14.9%, siendo la más alta de los países latinoamericanos. Sin embargo, al mismo tiempo el país presentó una tasa de salida de negocios del 9.35% siendo la mayor de la región.

Las cifras descritas anteriormente, respecto a la salida de negocios, se pueden atribuir a varios factores. Uno de ellos, lo describen Valenzuela, Klagges e Irarrazaval (2018) señalando que “el emprendedor latinoamericano no inicia su proyecto con un plan de negocios y, normalmente, presenta dificultades para gestionar la administración y finanzas de una empresa por falta de conocimientos” (p. 60). Otros factores que más se repiten son: la falta de habilidad para administrar un negocio, aplicación de estrategias equivocadas y poco conocimiento de los cambios tecnológicos (Maiza, Rivera y Morales, 2020).

Si bien los emprendimientos no están legalmente obligados a llevar contabilidad, es indispensable conocer la información para garantizar su sostenibilidad en el medio y largo plazo. Al ser la información contable una de las más relevantes en la práctica, pues de ella se deriva la toma de decisiones, se debería propiciar su correcta aplicación. No obstante, los emprendedores tienen dificultad para aplicar herramientas adecuadas en sus negocios, ya sea por la complejidad, diversidad de sus transacciones o por desconocimiento de dichos instrumentos (P. Vilela, Govea y E. Vilela, 2020). Con estas premisas y con el propósito de reducir el fracaso empresarial, la presente investigación tiene como objetivo establecer un diseño contable para las empresas en crecimiento tomando como referencia el emprendimiento denominado “El Chacarero”. En el cual, se busca responder: ¿Qué elementos deben incluirse en el diseño contable que sean de apoyo al emprendimiento en la generación de información financiera en la etapa de crecimiento?

Este diseño incluye la parte estratégica y la financiera como ejes principales de estudio para la generación de información relevante. Por ello, la investigación se ha dividido en tres secciones fundamentales. La primera se enfoca en la identificación, desarrollo y análisis de elementos en base a los ejes de estudio con respecto al negocio. La segunda, expone y detalla el diseño contable planteado, mismo que se ha centrado en el emprendimiento y sus necesidades. Finalmente, se expone la discusión, las principales conclusiones, recomendaciones y

limitaciones que deben considerar los emprendedores e investigadores para abordar este tema con fines de sostenibilidad y crecimiento.

Revisión de Literatura

En la revisión de literatura se evidencia factores que conllevan al fracaso empresarial en los emprendimientos, entre ellos los más usuales: falta de planeación estratégica, poco conocimiento contable, dificultades en la gestión administrativa y contable (Valenzuela et al., 2018), estrategias equivocadas y los cambios tecnológicos (Maiza et al., 2020). Como respuesta a estos problemas, surge la contabilidad como una herramienta valiosa que guía el control económico, pues permite registrar y reflejar información financiera en un momento determinado (Zapata, Agudela, Floréz y Castaño, 2020). Por ello, a fin de profundizar la investigación, fue necesario analizar los siguientes puntos:

La contabilidad como herramienta de apoyo para evitar el fracaso empresarial

La contabilidad apoya la generación adecuada y oportuna de información financiera en las empresas, para que los administradores y otros usuarios tomen decisiones según sus necesidades (Alcarria, 2012). Por ello, el concepto de contabilidad se enfoca como un sistema que posibilita el registro, la elaboración y la comunicación de información, generalmente de naturaleza económica-financiera. Durante este proceso, las empresas deben garantizar que se provee información financiera de calidad, misma que refleja la situación económica real, presentando datos de manera sistemática y ordenada (García y Dueñas, 2016). De ahí, se desprende la importancia de contar con sistemas de información ajustados a las necesidades y especificidades empresariales.

De este modo, en la misma línea los autores Zapata et al. (2020) en su estudio mencionan que la aplicación de buenas prácticas contables impulsan el crecimiento y su éxito, evitando situaciones de incertidumbre como el fracaso empresarial. En concordancia a lo anteriormente indicado, también es importante que el emprendedor se capacite contablemente para que lleve un registro ordenado de todas las operaciones y conozca el estado económico del negocio para tomar decisiones en beneficio del mismo (P. Vilela et al., 2020). Por lo mencionado, el uso de la contabilidad en los emprendimientos es una herramienta valiosa que, sin importar su obligatoriedad es de apoyo en la consolidación y crecimiento de una empresa al proporcionar información para sus partes de interés.

El Emprendimiento como empresa en crecimiento y desafíos que atraviesa

El emprendimiento amerita una adecuada planeación, formación y estandarización de procesos. En este caso, en el ámbito contable se requiere que se demande el mayor tiempo posible para la generación del proceso adecuado, de tal manera que permita obtener información relevante (Zapata et al., 2020). Los mismos autores mencionan que el emprendimiento atraviesa por cuatro etapas hasta llegar a consolidarse.

1. Momento cero o inicio de idea empresarial.
2. Empresa en crecimiento entre 0 y 5 años que ha iniciado su idea y que está incursionado en el mercado en busca de un fortalecimiento empresarial.
3. Periodo de sostenibilidad entre 5 a 10 años, es decir se encuentra más tiempo en el mercado con una adecuada planeación, formación empresarial y excelente posición.
4. Empresa con más de 10 años, consolidada en el mercado local, con amplio recorrido y experiencia.

A medida que el emprendimiento avanza, enfrenta mayores desafíos al adaptarse a los cambios del entorno. Los profesionales K. Laudon y J. Laudon (2012), especialistas en temas de administración, organizaciones, sistemas de información, correo electrónico, entre otros, concuerdan que los administradores o gerentes alcanzan niveles de eficiencia y productividad en los negocios, especialmente al adaptarse a los cambios con sistemas y tecnologías de información. Es así que, las empresas viven en un mundo globalizado por lo tanto deben tener en cuenta la tecnología digital ya sea por objetivos estratégicos o competitivos (Mancini, Lamboglia, Castellano y Corsi, 2017). Las formas de comunicación y comercialización han evolucionado con el fundamento de las TIC, entre ellas el e-commerce, una forma de vanguardia para llegar a los clientes que permite según Sumba, Almendariz, Baque y Aliatis (2020) obtener resultados favorables en la venta de los productos y fortalecimiento de los canales de distribución, lo cual representa un reto para los emprendedores al momento de cambiar su actividad tradicional a lo electrónico.

De lo expuesto, cabe mencionar que los negocios en un ambiente competitivo no deben hacer uso solamente del sistema de contabilidad, sino también apoyarse en las TIC y el e-commerce, para el manejo de sus operaciones y guías de acción para lograr la sostenibilidad empresarial (Marcuzzi, 2018). Por ello, en relación a los factores de fracaso empresarial, necesidades y desafíos de los emprendimientos, es importante que los diseños contables, involucren aspectos

relacionados a la contabilidad estratégica y contabilidad financiera, pues se consideran pilares fundamentales para la obtención de información fiable.

Contabilidad Estratégica en la mejora de procesos administrativos y estrategias competitivas

La contabilidad estratégica provee la información necesaria para formular y llevar a cabo planes que permitan viabilizar una ventaja competitiva (Padilla, 2008). Los autores, Abril y Barrera (2018) indican que la contabilidad estratégica es una concepción moderna de la contabilidad tradicional, ya que permite el desarrollo de estrategias de mercadeo y fidelización de clientes. Por su lado, Elizalde y Morales (2019) afirman que esta contabilidad se nutre de la contabilidad financiera, administrativa, y contabilidad de costos con el objetivo de tener diferentes perspectivas para adaptarse al entorno y garantizar el futuro de la empresa; está relacionada de manera directa con los procesos administrativos al requerir una adecuada planificación y control de las operaciones que surgen en un negocio.

En definitiva, este concepto se relaciona estrechamente con el proceso de planificación estratégica, según Padilla (2008) esta tiene el fin de lograr una organización competitiva, teniendo claro a donde ir, en qué lugar se encuentra y como partir para lograr objetivos fijados. Por lo cual, la planificación estratégica es la base que soporta el desarrollo de la contabilidad estratégica (Elizalde y Morales, 2019). En consecuencia, la contabilidad estratégica es una compilación de información útil que soporta el crecimiento empresarial y la mejora continua de los negocios.

Contabilidad Financiera como apoyo a la generación de información financiera

La contabilidad financiera produce, sistematiza y estructuralmente informa de manera cuantitativa las transacciones que realiza una entidad económica y ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, a fin de facilitar a los diversos interesados en la toma de decisiones (Ibarra, Granado y Amador, 2004). Los objetivos de la contabilidad financiera radican en: proporcionar información adecuada concerniente a flujos generados por una empresa (Rajadell, Oriol y Pep, 2014), y orientación a las necesidades de los usuarios externos cuya información representa la imagen fiel de la situación financiera, del patrimonio y de resultados (Muñoz, 2008). La información financiera debe ser relevante y representar fielmente lo que pretende representar; constituyendo estas normas, bases o apoyo notable para la eficacia de los procesos de planeación, toma de decisiones de control administrativo y financiera (Padilla, 2008).

Con base a la generación de información financiera Arguello, Torres, Balón, Quito y Llumiguango (2020) demuestran que es indispensable contar con un sistema de gestión contable en las pymes para un adecuado control. Además, es importante contar con un manual del sistema de contabilidad, pues se trata de una guía para las empresas al momento de proporcionar información contable, relacionada a las funciones, políticas, normas y procedimientos (Marcuzzi, 2018). Al contar con una adecuada información contable, se faculta el crecimiento de los negocios permitiéndoles visualizar su futuro, mejorar sus procesos y tomar decisiones pertinentes de tipo económico (D. Morales y J. Morales, 2019).

Adicionalmente, es importante mencionar a la contabilidad de costos como una herramienta complementaria del sistema contable, pues permite cuantificar las erogaciones realizadas durante el proceso productivo; y, ayuda a conseguir una diferenciación en el mercado no solo de la marca sino también en productos con costes menores a la competencia. La contabilidad de costos permite detectar desviaciones en el proceso productivo del emprendimiento y tomar acciones inmediatas que ayudarán en el correcto cumplimiento de los objetivos y metas (Barriga, Asunción, Sanchez y Balseca, 2020).

En síntesis, un negocio que cuenta con información fiable debe tener claro a su vez los costos en los que incurre para un mejor manejo administrativo y financiero. A partir de ello, la contabilidad de costos proporciona información valiosa permitiendo eficiencia y productividad, asignación de costos y gastos a cada unidad. Una adecuada asignación de los costos es imprescindible para una gestión empresarial exitosa, la mayoría de negocios carecen de esta herramienta, lo que conlleva a la toma de decisiones erradas (Jiménez y Narváez, 2021).

Metodología

El presente trabajo se basó en un enfoque cualitativo, descriptivo y exploratorio, a través de un estudio de caso, siendo unidad de análisis el emprendimiento “El Chacarero”, empresa en crecimiento que inició sus operaciones en el 2016 respecto a la elaboración de salsas de ají.

La primera etapa se concentró exclusivamente en la compilación de información secundaria, referente a documentos escritos, como: libros, artículos, investigaciones de casos similares, de aplicabilidad de normas y marco regulador referente a los ejes de estudio; es decir, una revisión documental, tomando como referencia el proceso realizado por Elizalde y Morales (2019) al emplear una metodología basada en la: revisión, selección, análisis e interpretación de datos como base teórica. Respecto a la segunda etapa, se recolectó información primaria a través de

la observación directa (Anexo A), para lo cual se aplicaron entrevistas semiestructuradas, y así se obtuvo mayor información de la unidad de estudio.

En definitiva, el proceso metodológico se resume de acuerdo al siguiente detalle:

Revisión de literatura: para el reconocimiento de factores que encadenan dentro de la teoría contable y de emprendimiento para la delimitación de elementos a considerar dentro de los ejes.

Aplicación de entrevistas: para obtener conocimiento del negocio, paso repetitivo según la necesidad y profundización de la investigación (sección resultados).

Obtención de información: mediante visitas al negocio, observación de procesos y actividades, y elaboración de guías de información (sección resultados).

Análisis de elementos: a través del estudio de variables determinadas en la investigación y que se relacionan al negocio (sección resultados).

Presentación del diseño contable: elaborado en base a un sistema de información que incluye elementos vinculados con contabilidad estratégica y financiera (sección resultados).

Respecto a la revisión de literatura, se tomó como referencia lo empleado por Gamero y Ostos (2020) que consiste en tres fases: 1. Búsqueda por palabras claves, 2. Análisis de títulos y resúmenes y 3. Análisis profundo de conclusiones.

En la primera, se procedió con la revisión en la base digital Google Académico con las palabras clave: contabilidad estratégica y contabilidad financiera, de ahí se obtiene 1707 artículos en español, publicados entre 2019 y 2022, con parámetros de búsqueda: idioma español y por tipo de artículo de revisión, dando como resultado 746 artículos en contabilidad estratégica y 961 artículos en contabilidad financiera. En la siguiente fase se analizó títulos y resúmenes, descartándose aquí 982 al no estar directamente relacionados al tema de investigación en la presentación de información, así como la relación con los emprendimientos. Finalmente, con una nueva revisión profunda de las conclusiones se descartaron 638 documentos por no estar dentro de los grupos de segmentación quedando 45 artículos en contabilidad estratégica y 42 en contabilidad financiera. A partir de ello, se estableció los elementos de estudio a través de: analizar los resúmenes de los artículos, segmentarlos en grupos y realizar una revisión completa y profunda de los puntos en común más relevantes detallados en (Tabla 1 y 2).

Tabla 1

Elementos de la Contabilidad Estratégica

Grupo de segmentación	Análisis y puntos en común	Elementos Involucrados
Aplicación en pequeñas empresas (12 artículos)	-Desarrollo de estrategias y ventaja competitiva. -Una buena planificación reduce el riesgo de incertidumbre.	-Planeación estratégica.
Herramienta de crecimiento empresarial (14 artículos)	-La metodología Lean startup permite obtener datos significativos. -La contabilidad estratégica es de apoyo para generar estrategias sostenibles.	-Métricas de análisis estratégico. -Planeación estratégica
Desarrollo de estrategias (12 artículos)	-La cadena de valor ayuda a describir estrategias empresariales. -La aplicación de la tecnología, innovación, planificación, propicia alcanzar objetivos establecidos.	- TIC. -Cadena de valor.
Elementos para el emprendimiento (7 artículos)	-El análisis FODA y el plan estratégico representan la realidad propia de los negocios, ayuda en sus proyecciones a corto y largo plazo.	-Análisis FODA. - Planeación estratégica

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Elementos de la Contabilidad Financiera

Grupo de segmentación	Análisis y puntos en común	Elementos Involucrados
------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------

Información contable (16 artículos)	-Los estados financieros son el resumen de la situación financiera de un negocio. -Información contable ajustada a normas y procedimientos contables.	-Estados financieros. -Políticas contables.
Necesidad de aplicación (13 artículos)	-Los negocios cuentan con poco conocimiento en contabilidad, finanzas y tributación.	-Aspectos societarios, tributarios y laborales.
Utilidad de la información contable (13 artículos)	-Información útil para los negocios tanto en el crecimiento y desarrollo organizacional.	-Proceso contable -Plan de cuentas.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la estrategia empírica; los elementos determinados se analizarán dentro del emprendimiento, tomando en cuenta la importancia que aportan los ejes de estudio a la investigación, la parte estratégica al ser apoyo en los procesos administrativos y la parte financiera que se retroalimenta de ella para obtener información financiera relevante para el negocio, así como la aplicación del sistema de costos por procesos según el autor (Zapata, 2019), este sistema es acorde a la necesidad del negocio al contribuir con un adecuado control de los costos que incurren el proceso productivo de las salsas de ají. De acuerdo, a la revisión de literatura y el análisis realizado al emprendimiento se ha establecido las siguientes hipótesis de investigación:

H1: “El emprendimiento no cuenta con herramientas administrativas y financieras necesarias para su sostenibilidad y crecimiento”.

H2: “El diseño contable integrado por elementos de fuentes importantes; la parte estratégica y la parte financiera, es de apoyo en el proceso administrativo y en la generación de información financiera en la etapa de crecimiento del emprendimiento”.

Resultados

De acuerdo a los ejes de análisis, la literatura señala, por un lado, a la contabilidad como un proceso que según la generalidad o especialización determina la información a entregar a los usuarios. Por otro lado, se entiende que el proceso de emprender, permanecer y desear crecer con un negocio, requiere entre otros, la visión que se tenga del mismo y de información relevante

de sus operaciones, en ambos casos se trata de información completa y ordenada. A partir de ello y de acuerdo al proceso metodológico empleado se aborda la siguiente información:

El Chacarero como emprendimiento en crecimiento

De la revisión de literatura el emprendimiento encaja en la etapa de crecimiento por estar 5 años incursionando en el mercado. Con este antecedente y siguiendo el objeto del estudio se empleó una entrevista semiestructurada al administrador del negocio (Anexo B) la misma que se refleja en fichas de información (Anexo A) que indica:

El nombre “El Chacarero” hace referencia a la persona que cultiva y ama el campo. En el último trimestre del año 2021 además de las salsas de ají incursionó en la producción de nuevos productos: yogurt griego, yogurt natural, queso amasado campesino, jalapeños encurtidos, entre otros. La comercialización es dentro de la provincia del Azuay en: supermercados, tiendas, gasolineras, cafeterías, negocios naturistas entre otros. El negocio inició siendo una micro empresa que no está obligada a llevar contabilidad. A partir del 01 de enero de 2022 se incorporó en el régimen RIMPE en la categoría Negocio Popular al tener ingresos brutos anuales de hasta \$ 20.000,00 dólares.

Análisis de elementos de la Contabilidad Estratégica

El proceso de planeación estratégica es la base en la que se desarrolla la contabilidad estratégica, al ser la parte principal de un negocio pues evidencia y comprende la misión, visión, objetivos, valores, análisis FODA (Tabla 3), análisis de la cadena de valor (Tabla 4), análisis de clientes, proveedores y competencia, benchmarking, establecimiento, implementación, seguimiento y control de estrategias. Estos ítems no se encuentran formalizados en el negocio sin embargo se detallan con información recopilada previamente.

Misión: Elaborar y entregar productos libres de conservantes aptos para todo tipo de consumidor logrando la satisfacción de los clientes.

Visión: Ser un negocio altamente reconocido a nivel nacional por la elaboración artesanal de salsas de ají y otros productos variados ofreciendo el mejor servicio a los clientes y dispuesto a un mayor crecimiento empresarial.

Objetivos: Ofrecer un producto libre de preservantes; Innovar en la comercialización de los productos y, contribuir con la preservación del medio ambiente.

Valores: Excelencia en el servicio, respeto, honestidad y responsabilidad.

Tabla 3

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Productos atractivos combinados de frutos exóticos. - Diversificación de productos. - Sustentabilidad en la presentación del producto en material reutilizable. - Creatividad en diseño del empaque con referencia a la cultura cuencana. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en ferias locales artesanales. - Nuevas formas de comercialización. - Facilidades de oferta de préstamos para fomentar el emprendimiento.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Vida útil del producto es de 6 meses (menor que la competencia). - No cuenta con un portal en internet para desarrollar el comercio electrónico. - Falta de conocimiento para administrar contable y financieramente el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ingreso de productos extranjeros con similares características como Amazon y Tabasco. - Preferencia por productos nacionales no naturales, pero competitivos en precio. - La competencia mantiene mejores estrategias en la comercialización por internet.

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Tabla 4

Cadena de valor para “El Chacarero” según Michael Porter

ACTIVIDADES DE SOPORTE	Infraestructura de la empresa: Espacio físico principal en una cafetería.				
	Gestión de recursos humanos: Requisitos según disponibilidad de tiempo.				
	Desarrollo de tecnología: Uso de deshidratador solar, maquina selladora e implementación de redes sociales para generar ventas.				
	Compras: Adquisición de materia prima a bajo costo y buena calidad.				
	Logística interna	Operaciones	Logística	Marketing	y Servicios
-Control de materia	-Uso de normas de inocuidad.	externa	ventas	postventa	
		-Distribución en puntos de	-Uso de redes sociales:	-Llamadas a clientes.	

para evitar -Proceso venta dentro facebook y desperdicios. artesanal. de la ciudad. WhatsApp.

ACTIVIDADES PRIMARIAS

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Al relacionar los factores internos del análisis FODA con las actividades de la cadena de valor, se observa que la mayor parte de fortalezas se encuentran dentro de las actividades de operación y compras, al tener como ventaja competitiva la elaboración de un producto realizado de forma artesanal con frutas tropicales sin el uso de preservantes. En tanto a las debilidades, se encuentra en la infraestructura por el nivel de producción mínimo. De la misma forma, si se relacionan los factores externos con las actividades de la cadena de valor, se debe poner énfasis en las actividades primarias y búsqueda de nuevas formas de comercialización fuera de la ciudad, así también aprovechar las oportunidades que brinda las ferias comunitarias. Para contrarrestar las amenazas se requiere mejores acciones en la actividad de distribución, marketing, ventas y servicios postventa.

Así también, dentro del proceso de la planificación estratégica se realiza el análisis de producto y competencia. En cuanto al producto se elabora un flujograma de proceso en el cual se destacan las actividades de recepción del pedido, adquisición de materia prima, proceso de producción de salsas de ají y comercialización del producto final (Anexo D). Así también, en cuanto a la competencia directa las marcas Olé, Gustadina, Fuego azteca, Marcello’s y Astaray ofrecen salsas de ají con similares características, el precio de estos varía entre \$2,15 hasta \$3,00, la vida útil de estos productos está entre 7 meses o 1 año. Ante este antecedente se apoya en el análisis de benchmarking (Anexo F) con Especies Exóticas de la marca Olé empresa líder en el mercado ecuatoriano, que ofrece productos similares que realiza ventas en línea por medio de plataformas digitales, siendo competitiva en el mercado con una cobertura más amplia, en lo que refiere al emprendimiento este realiza publicaciones únicamente en redes sociales, mostrando sus productos y combinaciones.

Métricas para análisis estratégico

Existen métricas o indicadores que, al ser aplicados generan éxito en los negocios. Esta metodología conocida como Lean Startup es un proceso que transforma las ideas en productos, determina el comportamiento de los clientes y permite conocer los elementos estratégicos que funcionan para evitar el fracaso (Ries, 2012). Así también, existen indicadores que cada empresa

puede evaluar para detectar áreas de oportunidades y tomar acciones inmediatas que lleven al mejoramiento continuo (Padilla, 2008).

En concordancia a lo mencionado anteriormente y necesidades del emprendimiento se establecen métricas como propuesta para el negocio (Tabla 5), pues sus resultados describen el panorama actual en cuanto a aspectos relacionados a compras, ventas, clientes y nuevos productos; que sirven para desarrollar estrategias de mejora (Anexo G).

Tabla 5

Métricas para “El Chacarero”

Métricas	Fórmula	Descripción
Calidad del servicio de entrega	$\frac{\text{Cantidad anual de productos entregados a tiempo}}{\text{Total de productos requeridos al año}} * 100$	Mide el porcentaje de pedidos entregados a tiempo y de calidad.
Deserción de los clientes	$\frac{\text{Cantidad de clientes año corriente} - \text{cantidad de clientes año anterior}}{\text{Cantidad de clientes año anterior}} * 100$	Mide el porcentaje de crecimiento o disminución de clientes.
Capacidad diaria de producción de un producto	$\frac{\text{Número de horas disponibles}}{\text{Número de horas para producción de una unidad}}$	Identifica la capacidad que tiene el negocio para la elaboración de sus productos.
Nuevos productos	$\frac{\text{Venta anual de nuevos productos}}{\text{Valor total de ventas}} * 100$	Indica el porcentaje de ventas con respecto a los nuevos productos.
Costeo basado en metas	$\text{Precio de mercado} - (\text{precio de mercado} * \text{margen de utilidad deseado})$	Mide el costo deseado en cuanto a la producción y el mercado.
Índice de desarrollo de nuevos productos	$\frac{\text{Cantidad de productos año corriente} - \text{Cantidad de productos año anterior}}{\text{Cantidad de productos año anterior}} * 100$	Determina el porcentaje de nuevos productos que ingresan al mercado.

Costo de adquisición del cliente	$(\text{Dinero invertido en promoción y publicidad}) / (\text{Total de clientes})$	Identifica el costo que implica adquirir un nuevo cliente.
Crecimiento en ventas	$(\text{Venta del año corriente} - \text{venta año anterior}) / (\text{ventas del año anterior}) \times 100$	Identifica el porcentaje de crecimiento en ventas.
Análisis de venta por cliente	$(\text{Valor de ventas por cliente}) / (\text{Total de ventas}) \times 100$	Identifica el porcentaje de ventas por cada cliente en un periodo específico.
Satisfacción del cliente	$(\text{Número de clientes satisfechos}) / (\text{Total de clientes}) \times 100$	Ayuda a identificar el porcentaje de clientes satisfechos.

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Ries (2012) y Padilla (2008).

Análisis de elementos de la Contabilidad Financiera

En relación al análisis de la contabilidad financiera se evidencia poco conocimiento contable por parte del emprendedor, pues el control de ingresos y gastos fue básico y no genera información relevante confirmando la necesidad de una herramienta que ayude a la generación de información de la situación económica y financiera del negocio.

En cuanto a la revisión de literatura se desprenden también elementos importantes los cuales se utilizan para proceder con el análisis sobre el eje de contabilidad financiera (Tabla 2). Estos elementos: políticas contables y otras de cumplimiento en aspectos societarios, tributarios y laborales, plan de cuentas, proceso contable y estados financieros, que al establecerlos y aplicarlos integrada y ordenadamente en los negocios que emprenden permite obtener información financiera oportuna.

Al tomar en cuenta que “El Chacarero” se encuentra en etapa de crecimiento, es importante que tenga un camino trazado o una guía para la aplicación de la contabilidad financiera, elaborando un manual de políticas contables que permite iniciar el proceso y obtener como insumo final información financiera relevante al negocio. La información que sustenta este manual comprende dos partes importantes: políticas esencialmente contables y otras de cumplimiento en aspectos societarios o legales, tributarios y laborales. Por ello, la primera parte corresponde al estudio de normativa: Norma Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas empresas (NIIF para PYMES), y la segunda parte corresponde: al aspecto legal-societario lo que indique;

Código de Comercio, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI, ARSCA y Ordenanza que reglamenta la determinación, administración, control y recaudación del impuesto de patentes municipales; en el aspecto tributario lo que indica; Ley de Régimen Tributario Interno, Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, Ley del Registro Único de Contribuyentes y Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal; y en el aspecto laboral; Código de Trabajo y Ley de Seguridad Social, respecto al negocio.

Tomando en consideración lo que manifiesta Marcuzzi (2018) un manual de contabilidad general ayuda al proceso de registro y flujo de información siendo un documento altamente importante en las empresas. A partir de ello, se propone un manual de políticas contables diseñado para que el emprendimiento esté preparado para iniciar con su proceso contable al tener una base solidada para el registro, valoración y presentación de las cuentas que intervienen en la preparación de estados financieros.

Con respecto a las políticas esencialmente contables se describen según el proceso de revisión y análisis de las 35 secciones de la NIIF para PYMES. De esta normativa, 8 secciones son adaptadas al negocio en base al flujo de operación, control económico y necesidad de información financiera para la toma de decisiones al corto y largo plazo, a continuación, se presentan las políticas esencialmente contables (Tabla 6) con su respectiva descripción como propuesta al momento que el negocio decida llevar contabilidad.

Tabla 6

Políticas Esencialmente Contables para “El Chacarero” en base a NIIF para PYMES (2017)

Políticas	Descripción
1.Aplicación de Principios Generales	<p>-Se reconocerá los activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos mediante la base contable de acumulación o devengo, se contabilizará de acuerdo a su esencia y no únicamente a su forma legal.</p> <p>-Se contabilizará las transacciones económicas bajo el sistema de partida doble.</p> <p>-Se presentará la información financiera de forma comprensible para sus usuarios, sin omitir lo relevante al negocio, además de ser oportuna y comparable de un periodo a otro (Sección 2).</p>

2.Elaboración de Estados Financieros - Se elaborará de forma anual la información financiera para el negocio: Estado de Situación Financiera (ESF), Estado de Resultados (ER) y Estado de Flujos de Efectivo (EFE).

- El ESF deberá contener los importes de: efectivo y equivalentes de efectivo; cuentas por cobrar; inventarios; propiedades, planta y equipo; depreciaciones; deterioro; cuentas y documentos por pagar; y capital conformado del negocio. Se presentará los activos y pasivos por categorías corriente y no corriente (Sección 4).

-El ER presentará los ingresos y gastos incurridos en el periodo. Se incluirá como mínimo los siguientes importes: ingresos por actividades ordinarias, gastos administrativos, gastos por impuestos y otros ingresos o gastos incurridos, además se presentará el importe de costos de venta por separado de otros gastos (Sección 5).

-El EFE se clasificará por flujos de efectivo de actividades de operación, inversión y financiamiento (Sección 7).

3.Manejo de Inventarios -Se incluirá en el costo de los inventarios: los costos de compra, costos de transformación y otros costos incurridos no recuperables para darle condición.

-Se realizará la valorización del inventario bajo el método del costo promedio ponderado.

-Se medirá al final del periodo si los inventarios están deteriorados, al tomar el precio de venta menos los costos de terminación y venta (Sección 13).

4.Manejo de Propiedad Planta y Equipo (PPE) -Se reconocerá los elementos de PPE solo si es probable que a futuro obtenga beneficios económicos y su costo pueda medirse con fiabilidad.

-Se realizará la medición inicial bajo su costo.

-Se realizará la medición posterior bajo el modelo de costo al tomar la medición inicial menos los costos de depreciación y deterioro de valor.

-Se utilizará el método de depreciación lineal (Sección 17).

5.Deterioro del valor de los activos -Se evaluará el deterioro de valor de un activo al comparar el importe en libros con su precio de venta menos los costos de terminación y venta.

	-Se reducirá el valor en libros en caso de deterioro y reconocerá su diferencia en los resultados del ejercicio. (Sección 27).
6.Beneficios a empleados	-Se reconocerá y medirá los beneficios a los empleados producto de los servicios prestados, estos comprenden beneficios: corto plazo, post empleo, largo plazo y por terminación del contrato (Sección 28).
7.Instrumentos Financieros	-Se reconocerá una cuenta por cobrar en aquellas ventas realizadas a crédito a corto plazo por el valor de la factura. Las cuentas por pagar de un préstamo recibido del banco incluyendo el pago de intereses y capital. -Se reconocerá una cuenta por pagar por el precio de la factura por bienes comprados a un proveedor a crédito a corto plazo (Sección 11).
8.Impuesto a las Ganancias	-Se reconocerá un pasivo corriente por el impuesto a pagar de las ganancias fiscales generadas en un periodo. -Se reconocerá un activo o un pasivo diferido, por el impuesto a recuperar o pagar como resultado de eventos pasados. Además, se reconocerá gastos o ingresos por cualquier ajuste de los impuestos diferidos (Sección 28).

Fuente: Elaboración propia

Las otras políticas de cumplimiento, que también apoyan al proceso contable provienen de lineamientos que conciernen al negocio, desde el punto legal-societario, tributario y laboral; aspectos que direccionan a políticas relacionadas al emprendimiento por su actividad económica, tamaño y como negocio en general. Su función en el emprendimiento es apoyar el cumplimiento de obligaciones, así como asistir al proceso contable, encaminando la obtención de información financiera, tomando en consideración lo establecido por la normativa vigente para cada uno de estos aspectos. Siendo importante establecer las políticas que deben cumplirse desde el aspecto legal-societario (permisos y controles), tributario (cumplimiento y pago de tributos) y laboral (reconocimiento de los beneficios a empleados por la prestación de servicios). Estas políticas se establecen en (Tabla 7) con base a la situación actual del negocio y deberes a cumplir como régimen RIMPE Negocio Popular:

Tabla 7

Otras políticas de cumplimiento para “El Chacarero”

Aspectos	Aspectos a considerarse en el emprendimiento
Legal- Societario	<p>-Se actualizará la categorización del Registro Único de MIPYMES (RUM) ante cualquier cambio en la actividad económica.</p> <p>-Se colaborará con los funcionarios autorizados ante las inspecciones o verificaciones de controles pertinentes sean administrativos o de tributos.</p> <p>-Se concurrirá a las oficinas de administración tributaria cuando se haya requerido por la autoridad competente.</p> <p>-Se obtendrá la notificación sanitaria de los nuevos productos y se realizará el pago respectivo.</p> <p>-Se realizará el pago anual por el permiso de funcionamiento.</p> <p>-Se cancelará el pago de la patente hasta el 30 de junio de cada año, la base de impuesto se establecerá considerando como patrimonio el 10% de los ingresos declarados en el ejercicio económico anterior, este no podrá ser menor a \$ 10,00.</p>
Tributarios	<p>-Se deberá emitir notas de venta como comprobantes de venta en el que incluirá la leyenda “Contribuyente Régimen RIMPE”, no se desglosará el IVA ni será agente de retención de Impuesto a la Renta e Impuesto al Valor Agregado.</p> <p>-Se solicitará comprobantes de venta por las adquisiciones sean de bienes o servicios relacionados al negocio y conservarlos por un periodo no menor a 7 años.</p> <p>-Se llevará un registro ordenado de ingresos y gastos con sus respectivos documentos fuente, facturas, notas ventas, entre otros.</p> <p>-Se omitirá la realización de declaraciones de IVA.</p> <p>-Se realizará la declaración de Impuesto a la Renta hasta el 31 de marzo del siguiente año fiscal, con un pago correspondiente de \$ 60.</p> <p>-Se utilizará los reportes financieros como base para la presentación de declaración de impuestos.</p> <p>-Se deducirá del impuesto a la renta los gastos personales correspondientes; alimentación, vestimenta, educación, arriendo, pago de intereses de vivienda y salud de acuerdo a los límites establecidos.</p>

- Se actualizará el RUC en caso de ser requerido como cambio de establecimiento, dirección, teléfono, entre otra información.
- El IVA en compras generado por gastos, se cargará automáticamente en el Estado de Resultados como otro gasto no recuperable, pues al tratarse de artesanos no se puede recuperar el IVA mediante crédito tributario.

Laborales

- Se pagará a los trabajadores dentro de los primeros días del mes la cantidad que corresponda en términos de contrato.
- Se llevará un registro de los trabajadores en el que conste datos personales, remuneración, fecha de ingreso y de salida.
- Se afiliará al trabajador al Seguro General Obligatorio desde el primer día de su labor y se enviará el ingreso de entrada dentro de los primeros 15 días.
- Se dará aviso al IESS alguna novedad en el sueldo, enfermedad, separación del trabajador u otra situación que deba incluirse al historial del trabajador dentro de los 3 días posteriores al hecho.
- Se calculará aportaciones individuales y patronales sobre la materia gravada (ingreso regular susceptible de apreciación pecuniaria recibido por el trabajador).
- Se realizará el pago de aportaciones tanto del trabajador como del empleador hasta el día 15 de cada mes.

Fuente: Elaboración propia

La importancia de conocer estas políticas permitirá al negocio en lo societario/legal estar al tanto del pago de permisos, cumplimiento de normas, reglamentos y resoluciones y colaboración en las respectivas revisiones que realizan los organismos de control, en lo tributario un correcto cumplimiento de la normativa, adecuada aplicación de obligaciones a las que este sujeto, eximirse de multas e intereses que puede generar el incumplimiento de las mismas. Finalmente, en lo laboral será de apoyo al cumplimiento de las obligaciones que adquiere un empleador al contratar empleados. Estas políticas toman debida importancia ya que de su correcta aplicación se inicia el proceso contable que permitirá la generación de los estados financieros.

Proceso contable para la generación de información financiera

Luego de proponer las políticas y de una cautelosa observancia de las mismas se da paso al proceso contable, el documento que se requiere para plasmar las transacciones es el Plan de

cuentas (Anexo H), modelo propuesto y diseñado a medida del negocio luego de observar y reconocer los hechos económicos que en él se originan. El mismo que está compuesto por grupos, cuentas, y subcuentas del activo, pasivo, patrimonio, ingresos, costos y gastos necesarios para el reconocimiento de las cuentas, permitiendo la uniformidad de las operaciones y la comprensibilidad de la información a presentarse. Por un lado, la información económica seguida de un proceso contable es el insumo para la preparación de información financiera, para el caso del emprendimiento al contar con datos económicos de ingresos y gastos recopilados del año 2021 se propone una guía a seguir del proceso contable (Anexo J) con modelos de transacciones del negocio, el mismo que involucra; reconocimiento del hecho contable, journalización, mayorización y comprobación hasta llegar a la presentación de estados financieros.

Por otro lado, los datos económicos del emprendimiento reflejan la inexistencia de un sistema de costos que ayude a determinar el costo de producción de cada producto, es así que se propone acorde a la actividad del negocio el sistema de costos por procesos debido a la producción continua, similar y los distintos procesos que involucra la fabricación de los productos (Anexo K), el mismo que muestra el desarrollo de este sistema de costos para las salsas de ají, el mismo que permite dar inicio a la generación de información financiera. En el caso del emprendimiento: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y Estado de Flujo de Efectivo (Anexo L) que muestran información oportuna y confiable acorde a la venta de salsas de ají durante el año 2021. Estos modelos propuestos servirán de apoyo para los demás productos que ofrece el emprendimiento, ya que, a más de implementar un sistema de costos, se contribuye a la generación de información financiera: completa, oportuna y fiable para la toma de decisiones.

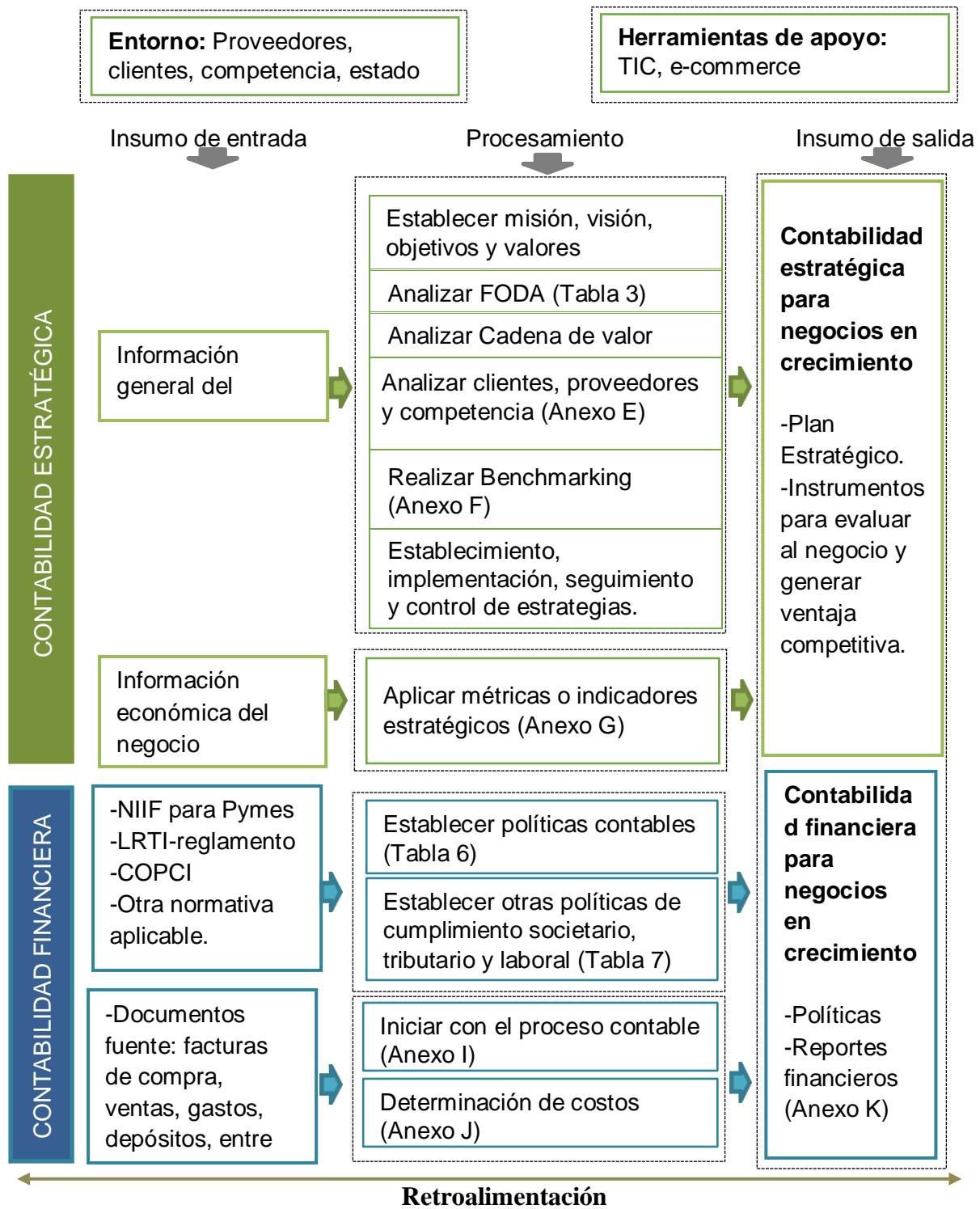
Pre diseño y diseño contable final para el negocio

Ante las premisas estudiadas referente a elementos determinantes de los ejes se elaboró un pre diseño con un esquema sencillo estructurado en base a tres preguntas: ¿A dónde se pretende llegar?, ¿Qué medios utilizar? y ¿Cómo realizarlo? Este pre diseño (Anexo M) que permitió ordenar y seleccionar los elementos a incluirse en el diseño final del estudio.

Finalmente, se presenta en resumen el diseño contable definitivo para el negocio “El Chacarero” en base a la revisión de literatura seleccionada y análisis efectuado al mismo, diseñado a través de un sistema de información que comprende tres actividades: entrada, procesamiento y salida de información necesaria para mantener un control de las operaciones de un negocio, sin dejar de lado el entorno que rodea a la misma (K. Laudon y J. Laudon, 2012) (Ilustración 1).

Ilustración 1

Diseño Contable para "El Chacarero"



Fuente: Elaboración propia

Este diseño como sistema de información involucra el entorno que comprende: información de proveedores, clientes, competencia y estado que influye en todo tipo de negocio y su actividad. Además, se encuentra estructurado, por un lado, la contabilidad estratégica con insumos de entrada: a) Información general o básica del negocio y b) Información económica, que al ser procesadas generan como insumo de salida un plan estratégico y estrategias para generar ventaja competitiva. Por otro lado, la contabilidad financiera cuenta con insumos de entrada: Información de NIIF para PYMES, marco regulador y documentos de soporte que al pasar por la actividad de procesamiento generan como salida: políticas contables e información financiera. Adicionalmente, un sistema de información debe apoyarse de TI para una gestión adecuada y eficiente, por ello se propone utilizar herramientas de apoyo como las TIC y el e-commerce.

Este diseño servirá para aquellos emprendimientos que se encuentren en la etapa de crecimiento o que deseen iniciar con un negocio, pues al contar con elementos básicos administrativos y financieros que todo negocio debe conocer, ayudará a los emprendedores a estar preparados a los desafíos de la actualidad.

Discusión

De acuerdo al resultado obtenido del análisis al emprendimiento, se determina que la contabilidad es una herramienta indispensable para una adecuada gestión tanto administrativa como financiera lo que concuerda con otros estudios, como el de P. Vilela et al. (2020) que en su investigación lograron identificar desconocimiento contable y tributario en emprendedores ecuatorianos, pues al ser pequeños no están en la capacidad de pagar un asesor contable. De igual forma, Arguello et al. (2020) concuerdan que al diseñar un sistema contable financiero se logra un adecuado análisis de desempeño y un efectivo control. Por su parte, D. Morales y J. Morales (2019) indican que la contabilidad, se trata de un elemento importante para el desarrollo de los negocios, la misma que se encarga de llevar el registro de operaciones y transacciones económicas, que apoyan a una adecuada toma de decisiones. Por lo tanto, es necesario contar con un diseño contable para que el emprendedor esté preparado ante diversas situaciones, pues a medida que el negocio crece se enfrenta a mayores desafíos, por lo que se requiere de herramientas que ayuden a mitigar el riesgo de incertidumbre en la toma de decisiones, con el fin de cumplir sus metas y objetivos empresariales.

Pese a que no existen estudios o diseños que involucren la contabilidad estratégica conjuntamente con la contabilidad financiera, se pretendió analizar por separado los elementos que involucran los mismos y que al ser aplicados en otros estudios dieron resultados positivos,

por lo que se toma como referencia la revisión de literatura de Gamero y Ostos (2020) que permitió identificar los principales elementos de la investigación.

Por su parte, la contabilidad estratégica es de gran apoyo para los negocios, por medio de los resultados del estudio se reconoce la importancia de contar con un plan estratégico que conduce al éxito empresarial, sabiendo que el desarrollo de un negocio depende de las decisiones acertadas de la administración pues al conocer información de las metas, objetivos, valores, oportunidades, debilidades, etc. se podrá aplicar estrategias en beneficio del negocio. Los autores Elizalde y Morales (2019) concuerdan que la contabilidad estratégica es una herramienta fundamental que necesariamente debe incluir una planificación estratégica, una vez analizada y ejecutada logra ventajas competitivas que impulsan el direccionamiento y posición de los negocios en el mercado. Es necesario, recordar que la planificación estratégica y financiera son clave para un control de los recursos y el cumplimiento de los objetivos de la empresa debido a que en la gestión estratégica, los objetivos establecidos son aplicados para generar sostenibilidad financiera y posición en el mercado (Roca, Montesinos y Dávila, 2020).

En lo que se refiere a la contabilidad financiera se aprecia la importancia de establecer políticas contables que guíen el proceso contable para la preparación de información financiera, que a pesar de no estar obligado brinda información útil para el negocio y su crecimiento. Por lo que, P. Vilela et al. (2020) concuerdan que todo negocio por más pequeño que este sea debe llevar contabilidad para conocer el estado de los bienes, obligaciones y el resultado de actividades económicas que les permita tomar decisiones futuras.

Además, O'Brien y Maracas (2006) indican "Los sistemas de información proporcionan apoyo a una organización para los procesos y operaciones de negocio, para la toma de decisiones y para lograr una ventaja competitiva" (p.8). Por ello, este diseño contable constituye una herramienta de apoyo en la generación de información financiera a partir de: la contabilidad estratégica (eficiencia de los procesos de planeación, control y desarrollo de estrategias para alcanzar ventaja competitiva) y la contabilidad financiera (presentación de reportes que muestran la situación económica del negocio en un momento dado).

Finalmente, es importante recalcar que se ha recopilado conceptos, los cuales han sido considerados en el modelo planteado, pues los términos que se han tomado en cuenta se adaptan a las necesidades, realidades y condiciones del emprendimiento.

Conclusiones

En la investigación se presenta un diseño contable basado en un sistema de información que integra dos fuentes de información, tales como: la contabilidad estratégica y la contabilidad financiera. Considerándose elementos que, de acuerdo a la revisión de literatura, han permitido que los emprendimientos cuenten con criterios técnicos aplicables, buscando mejorar la administración de su negocio basándose en información estratégica y financiera que apoye la toma de decisiones primordiales en su crecimiento. Para la identificación de los elementos fue de gran apoyo la metodología propuesta por los autores Gamero y Ostos; así como la información proporcionada por el dueño del emprendimiento, con ello se logró dar respuesta a la pregunta de investigación al identificar los elementos que ayudan a un negocio que se encuentra en etapa de crecimiento.

En la contabilidad estratégica se incluyeron elementos como la planificación estratégica y la propuesta de métricas o indicadores estratégicos que son relevantes en una gestión administrativa para la toma de decisiones estratégicas. En cuanto a la contabilidad financiera al contemplar elementos como políticas contables, otras de cumplimiento en aspectos legal-societario, tributario y laboral e incluir lo referente al proceso contable permitió brindar una guía para la generación información financiera que, aunque no esté en obligación de presentar a un ente de control, el negocio presenta la necesidad de aplicar la contabilidad para sus decisiones económicas. Sin dejar de mencionar la contabilidad de costos al ser un apoyo en el proceso productivo, el control de los costos resulta indispensable para una adecuada fijación de precios, uso adecuado de la materia prima, mano de obra y CIF que incurren la elaboración de las salsas de ají.

Finalmente, con el estudio realizado se logró validar las hipótesis de investigación, pues la unidad de análisis no cuenta con las herramientas administrativas y contables necesarias para su gestión; debido a una falta de conocimiento contable y financiero de su propietario. Sin embargo, con información recopilada se pudo conocer el costo de producción, utilidad, ingresos, gastos, precios de mercado entre otros. En cuanto a las ventas tuvo un incremento del 38,12%, los clientes en un 34,61%, así como el incremento de nuevos productos en 200%, el costo objetivo del producto es de \$2,23, el margen de utilidad sobre los activos es del 27,84%, es por ello y por otras razones que el diseño propuesto es de apoyo en el proceso administrativo y en la generación de información financiera en la etapa de crecimiento del emprendimiento.

En síntesis, el diseño propuesto resulta útil y de apoyo para aquellos emprendimientos que se encuentran en la etapa de crecimiento, pues se ha realizado una primera validación que resultó conveniente, ya que se organizó de mejor manera la información financiera, obteniéndose una visión global del emprendimiento.

Recomendaciones y Limitaciones

Para futuras investigaciones se sugiere el análisis de la aplicación de este diseño en aquellos emprendimientos que inician sus actividades o estén en crecimiento, el estudio de nuevos elementos que permita a los emprendimientos ser aún más sostenibles y competitivos.

Se sugiere al emprendimiento llevar de manera oportuna los documentos soporte para un mejor registro de los hechos económicos, además de considerar la implementación de TIC y el comercio electrónico para ser aún más competitivo y enfrentar los desafíos del entorno. Así mismo, se considera que otros estudios amplíen estos temas dentro de un emprendimiento con similares características.

En lo que refiere a los limitantes se considera que no se dispuso totalmente de documentos soporte que sustenten a detalle las operaciones del negocio, al no tener una adecuada gestión. Así también, otro limitante fue la cantidad pequeña de estudios que involucran la contabilidad estratégica y financiera aplicados a emprendimientos.

Referencias

- Abril-Flores, J. F., Barrera-Erreyes, H. M., y Estévez-Bonilla, A. E. (2018). La Contabilidad de Gestión: una Herramienta para la Toma de Decisiones Empresariales. *Revista Científica Hallazgos21*, 3(3), 338–351. <https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/318>
- Alcarria, J. J. (2012). Introducción a la contabilidad. Universitat Jaume I. <https://doi.org/10.6035/sapientia66>
- Alfin EEES. (2019). *Aprender a esquematizar*. <http://www.mariapinto.es/alfineees/esquematizar/que.htm>
- Arguello, A. M., Torres, L. H., Balón, I. D., Quito, C. E., y Llumiguano, M. E. (2020). Sistema de gestión contable financiero para la toma efectiva de las decisiones por pequeñas y medianas empresas ecuatorianas , caso de estudio. *Revista Espacios*, 41(5), 1–13. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n05/a20v41n05p01.pdf>
- Elizalde-Marín, L., y Morales-Noriega, A. (2019). Contabilidad estratégica como disciplina para alcanzar ventajas competitivas e impulsar el desarrollo socioeconómico. *Revista Ciencia Digital*, 3(3.3), 241–253. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.3.812>
- Barriga-Pizarro M., Asuncion-Parrales R., Sánchez-Cegarra J., y Balseca Córdova M. (2020). La importancia de la Contabilidad de Costos en el control administrativo de los emprendedores. *Revista científica Aristas*, 15.
- Gamero, H., y Ostos, J. (2020). Revisión sistemática de literatura sobre factores clave en la identificación de oportunidades de negocio. *Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 10(20), 307–327.
- García-Carvajal, S., y Dueñas-Casallas, R. (2016). Los aspectos cualitativos en las Pymes y los nuevos retos gerenciales frente a las NIIF. *Revista Academia y Virtualidad*, 9(2), 108–120. <https://doi.org/10.18359/ravi.2010>
- Hernandez-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigacion* (I. Editores (Ed.); Sexta).
- Ibarra-Cervantes, J. A., Granado Cuevas, M., & Amador Murguía, E. (2004). Principios De Contabilidad. In *Principios De Contabilidad* (Vol. 1, Issue 1). http://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones_drupal/pdfs/principios_conta.pdf

- Jiménez-Ren, M. S., & Narváez-Zurita, C. I. (2021). Control y gestión de costos para la toma de decisiones. *Cienciamatria*, 7(2), 36–68. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i2.503>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J. & Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2019-2020. *ESPAE, Escuela de Negocios de La ESPOL.*, 13903047, 1–65.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Sistemas de Información Gerencial* (Decimo seg).
- Maiza-Eras, C., Rivera-Badillo, P., & Morales-Urrutia, D. (2020). El fracaso de la actividad emprendedora en el contexto latinoamericano. *Uniandes EPISTEME. Revista Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 7, 162–176. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/download/1490/1099>
- Mancini, D., Lamboglia, R., Castellano, N. G., & Corsi, K. (2017). Trends of digital innovation applied to accounting information and management control systems. *Lecture Notes in Information Systems and Organisation*, 20, 1–19. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49538-5_1
- Marcuzzi-Dávila, M. O. (2018). Los Manuales de Sistema de Contabilidad General, una Herramienta de Control para las Organizaciones. *Sapienza Organizacional*, 5(10), 120–142. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553057245007>
- Morales-Espinoza, D. Y., & Morales-Espinosa, J. M. (2019). La contabilidad un elemento indispensable en el desarrollo de las empresas. *Espíritu Emprendedor TES*, 3(2), 49–68. <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n2.2019.136>
- Muñoz, J. (2008). *Contabilidad Financiera* (Pearson Ed).
- O'Brien, J. A., & Maracas, G. (2006). *Sistemas de Información Gerencial* (Séptima).
- Padilla, D. (2008). *Contabilidad Administrativa: un enfoque estratégico para la competitividad*. (Octava).
- Rajadell, M., Oriol, T., & Pep, S. (2014). *Contabilidad para todos: Introducción al registro contable* (Primera).
- Ries, E. (2012). *El método Lean Startup* (p. 86). <https://theoffice.pe/wp-content/uploads/El-metodo-Lean-Startup.pdf>

Roca-Espinoza, M. A., Montesinos-Nina, E. D., & Dávila-Dávila, G. (2020). Estrategias financieras sostenibles aplicadas ante situaciones de riesgo empresarial: un análisis bibliográfico. *Revista Valor Contable*, 7(1), 79–90.

Sumba-Bustamante, R. Y., Almendariz-Gonzalez, S. M., Baque-Chancay, C. L., & Aliatis-Bravo, V. G. (2020). Emprendimientos en tiempo de covid-19: De lo tradicional al comercio electrónico. *FIPCAEC*, 5(4), 137–164. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.300>

Súper Intendencia de Compañías. (2015). Plan de Cuentas. *Plan de Cuentas*, 15. <https://fnce.org.ec/>

Valenzuela-Klagges, I., Valenzuela-Klagges, B., & Irrazaval-L., J. (2018). Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus Determinantes: Evidencias y Desafíos. *Revista Pilquen Sección Ciencias Sociales*, 21(3), 55–63. <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/Sociales/article/view/2088/pdf>

Vilela-Mera, P. D., Govea-Robinzón, E. J., & Vilela-Govea, E. G. (2020). Emprendedores No Obligados a Llevar Usefulness of Accounting for Entrepreneurs Not Obligated To Keep Accounting. *Retos de La Ciencia*, 4(1), 65–85. <http://retosdelaciencia.com>

Zapata-Mejía, A. M., Agudelo-Restrepo, J. C., Flórez-Correa, J. E., & Castaño-Ríos, C. E. (2020). Relaciones entre proyecto de vida y organizaciones: una mirada metafórica desde la planeación, la formación y la contabilidad. *Science of Human Action*, 4(2), 277–306. <https://doi.org/10.21501/2500-669x.3497>

Zapata-Sánchez P. (2019). Contabilidad de costos. Herramientas para la toma de decisiones. Alfaomega, 428

Anexos

Anexo A. Documento de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN A EL CHACARERO

Mes: septiembre 2021

Observador/es: Viviana Nivicela y Lourdes Romero

Emprendedor: Pedro Salgado

Productos que ofrece	6 salsas de ají, yogurt natural, yogurt griego, queso amasado campesino, queso maduro natural, queso maduro mixto de orégano y ají, ají cristal encurtido, pasta de ají tomate riñón, queso maduro de ají, jalapeños encurtidos, carnes secas picantes, queso amasado café y ají de pepa de zambo.
Punto de venta	Cafetería
Colaborador	1 persona
Clientes	Comisariatos, tiendas veganas, gasolineras, cafeterías, entre otros.
Redes sociales	Instagram, Tik tok y Facebook
Presentación del producto	Botellas de vidrio
Maquinaria	Envasadora, fechadora
Normas de inocuidad	Si

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Observaciones: Se visitó las instalaciones del negocio, se pudo apreciar cada uno de los productos que ofrece, el lugar de venta directa es una cafetería. Actualmente cuenta con una persona de apoyo, maneja redes sociales para impulsar ventas. Además, se pudo observar clientes esporádicos comprando productos. El lugar cuenta con los permisos pertinentes y la maquinaria usada es apta para la producción.

Anexo B. Entrevista Semiestructurada Según (Sampieri, 2014)**Entrevista sobre conocimiento del negocio**

Fecha: 04/09/2021

Lugar: Chacarero ubicado en Cuenca

Entrevistador: Autoras

Entrevistado: Pedro Salgado dueño del emprendimiento El Chacarero

Introducción

La presente entrevista tiene como propósito conocer el negocio El Chacarero y las actividades que realiza, la información recopilada servirá de apoyo para la investigación, las respuestas obtenidas son de carácter confidencial.

Preguntas

¿Desde cuándo inició su negocio?

Se inició el negocio desde el año 2016, lleva alrededor de 5 años en el mercado.

¿Qué le motivó realizar esta idea de negocio?

Lo que me motivo fue por 2 puntos principales:

El desempleo por recorte de personal en una empresa que antes trabajaba; por lo que tuvo que buscar un emprendimiento propio en el que pueda ser su propio jefe, por lo que nació la idea de hacer salsa de ají.

Búsqueda de una alternativa de producción, en la que se siembra el ají y el mismo es usado para la preparación de las salsas.

¿Cómo ha logrado Ud. poner en marcha su negocio?

Al inicio fue muy difícil por ser un producto nuevo se tuvo que hacer degustaciones y participaciones en ferias y la obtención de registro sanitario fue un poco complicado ya que tomó alrededor de 6 meses mediante una notificación sanitaria simplificada.

Se inició con la salsa de ají combinado con el maracuyá, el cual ha dado buenos resultados, y poco a poco se fue diversificando el producto; en la actualidad se elaboran quesos frescos y maduros; los cuales están dando buenos resultados.

¿Cuál es la misión y la visión de su negocio?

Misión: Entregar productos 100% naturales y de calidad a toda la población, cuidando de la salud de nuestros consumidores ya que son los principales promotores para que la empresa siga creciendo.

Visión: Llegar a ser un negocio altamente reconocido a nivel nacional e internacional, a su vez llegar a ser pionero en este sector ofreciendo variedad de salsas de ajíes combinadas con frutas tropicales a precio accesible en el mercado.

¿Cómo se proyecta a 5 años en su negocio?

El proyecto más anhelado es vender el producto en grandes centros comerciales y poder exportar a grandes países como EE. UU, Francia, entre otros.

¿Cuál es su experiencia en la legalización para empezar con su negocio?

Al principio fue demorado obtener los permisos correspondientes, como el registro sanitario

¿Cuáles son las características sobre su producto en el mercado?

Es un producto natural libre de conservantes, lo cual lo diferencia de la competencia. Al inicio del emprendimiento fue difícil entrar en el mercado, sin embargo, actualmente distribuye el producto a varios supermercados de la provincia del Azuay, gasolineras de las afueras de la ciudad de Cuenca como Chaullabamba, Balzay, Tarqui. Así también ha conseguido mercado en otras provincias como Macas, Loja y próximamente en Quito.

¿Cuál es el valor agregado que tiene su negocio frente a la competencia?

El valor agregado es la diversidad de sabores, natural al ser libre de conservantes, hace que el producto sea reconocido en el mercado.

¿Ha recibido algún beneficio por parte del estado al iniciar con su negocio?

El MIPRO ha ayudado al emprendimiento en gran medida, ya que gracias a entrevistas poco a poco el producto se fue dando a conocer. El participar en ferias y hacer degustaciones ayudó mucho.

¿Cuáles han sido las principales dificultades que ha enfrentado como emprendedor?

Las principales dificultades al iniciar el emprendimiento ha sido los controles por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), pues el establecimiento está sujeto a la vigilancia y control sanitario de esta entidad con visitas periódicas para la revisión de las condiciones higiénico sanitarias en la producción del ají que se comercializa, los requisitos son muy rigurosos en caso de no cumplirlo las sanciones son graves según la ley Orgánica de la Salud (LOS).

En cuanto a los productos destinados a los comisariatos se requiere que el precio sea muy bajo incluso algunas empresas piden un precio del 30% al 35% de utilidad, pues la competencia es grande los mismos que pueden tener promociones en cambio como emprendedor es difícil hacerlo.

Algunas empresas menosprecian el trabajo de un emprendedor, haciendo inferencia que es una persona pobre.

¿Cómo consiguió la financiación inicial para poner en marcha su negocio?

La financiación fue con un capital propio, con sus ahorros y con la liquidación del trabajo anterior adquirir una deuda era muy complicada debido a todos los requerimientos de las entidades financieras. Todo lo ganado al inicio de su emprendimiento lo iba reinvertiendo en nuevas herramientas.

¿Le gustaría implementar la contabilidad dentro de su negocio, para mejorarlo?

Claro con la contabilidad se tiene valores reales o más exactos así también, ayudaría a simplificar actividades para que el negocio cumpla con sus objetivos.

¿Cree usted que llevar la contabilidad en su negocio va a mejorar en sus operaciones?

Sí, porque la contabilidad es vital dentro de una organización pues ayuda en la parte económica y a tener una visión más amplia de en cuanto a inversión, gastos, costos, utilidad, etc. para tomar decisiones más acertadas.

¿Lleva un control de sus ingresos y gastos?

Si lleva un control de ingresos y gastos básico para un correcto control de los mismos.

¿Cuáles son las fortalezas con las que cuenta su negocio?

Producto diverso (sabor diferenciado, variedad en presentaciones)

Producto natural (uso de productos y aromas naturales, sin químicos)

Producto Artesanal

¿Actualmente con qué recursos tecnológicos cuenta para mejorar su negocio?

Por el momento no cuenta con recursos tecnológicos, sin embargo, en un futuro desea implementar maquinaria más sofisticada como un molino doble, cocina industrial, entre otros para una mayor producción.

Observaciones:

Se le agradece por su tiempo, y por su acogida para futuras entrevistas.

Anexo C. Documentos de Soporte

Factura de venta año 2021, Comprobantes de depósito de pago de cliente y Facturas de compra año 2021.

CONTRIBUYENTE RÉGIMEN MICROEMPRESA

SALGADO RODRÍGUEZ PEDRO CECILIO
 Dirección: Mariscal Sucre 10-50 y General Torres * Telf. 2823327
 Cel.: 0987180275 * Email: pcsr2008@hotmail.com

R.U.C. 0102908373001 CUENCA - ECUADOR **FACTURA**
 AUT. S.R.I. N° 1128766288
 Documento Categorizado: No 001-001 **0001025**

Fecha: 20 de diciembre 2021 Guía de Remisión: _____
 Cliente: Supermercados El Olivo
 R.U.C./C.I.: 0190500217001 Telf.: 0084848671
 Dirección: LUIS M. Mora y Fco. Suja

ANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
6	Ovejas amasadas 500g	3,00	18,00
5	Ovejas amasadas 220g	4,40	2,20
Cambial 21/01/2022			
		SUBTOTAL \$	20,20
		DESCUENTO \$	
		L.V.A. 0 % \$	20,20
		L.V.A. 10 % \$	2,02
		TOTAL \$	22,22

FORMA DE PAGO
 EFECTIVO
 CHEQUE
 TRANSFERENCIA
 OTRO

ENTREGADO RECIBI CONFIRMADO

ADJURANTE: BLANCA TAMAYO CEBALLO

Fact. N° 1025

Maria Jose Cajera

COOPERATIVA JEP LRA
 Deposita tus fondos de Reserva en la JEP, con el maximo rendimiento.

CTA 406013491107 AHDROSJEP
 GUILLEN PAREDES MARIA AUGUSTA
 C.I. 0102947264
 FECHA: FEB 15 '22 HORA: 09:18:17
 Doc: 6060776 Suc: 7
 Cajero: CALDERON SAENZ MARIA JOSE

JEP, EFECTIVO 25,50+
 Total 25,50
 BALANCE OK

NO TIENE LOGO

RIOGAS C.
 EDS RIOGAS C.
 Dirección AV. TRES DE NOVIEMBRE 4-36 Y
 MANUEL CORONEL
 Dirección AV. TRES DE NOVIEMBRE 4-36 Y
 ó n
 OBLIGADO A LLEVAR S
 Agente de Retención

R.U.C.: 0190379833001
FACTURA
 No. 001-050-003054866
 FECHA Y HORA DE 20/11/2021
 AMBIEN PRODUC
 EMISI NORM
 CLAVE DE

 20112021010190379833001200105000305

Razón Social / Nombres y Apellidos: SALGADO RODRIGUEZ PEDRO CECILIO										
Identificación 0102908373001										
Fecha 20/11/2021 Placa / Matrícula: LBV0587 Guía Dirección:										
Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cantidad	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Subsidio	Precio sin Subsidio	Descuento	Precio	Total
0174	4	10.78	Extra con Etanol		2.28	0.10	2.37	0.00		24.54
Información Adicional						SUBTOTAL 12%				24.54
Imprime: Advantech						SUBTOTAL 0%				0.00
Forma de pago						SUBTOTAL NO OBJETO DE IVA				0.00
01 - SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO						SUBTOTAL EXENTO DE IVA				0.00
Valor						SUBTOTAL SIN IMPUESTOS				24.54
27.49						TOTAL, DESCUENTO				0.00
						ICE				0.00
						IVA 12%				2.95
						TOTAL, DEVOLUCION IVA				0.00
						IRBPNR				0.00
						PROPINA				0.00
						VALOR TOTAL				27.49

NO TIENE LOGO

FLOREMPAQUE CIA

FLOREMPAQUE CIA

Dirección AV. DE LAS AMERICAS 52-24 y
TURUHUAYCO

Dirección AV. DE LAS AMERICAS 52-24 y
Sucursal:

OBLIGADO A LLEVAR S

R.U.C.:1791952375001


FACTURA

FECHA Y 09/11/2021 10:04:17

AMBIENT PRODUCC

EMISIÓ NORM

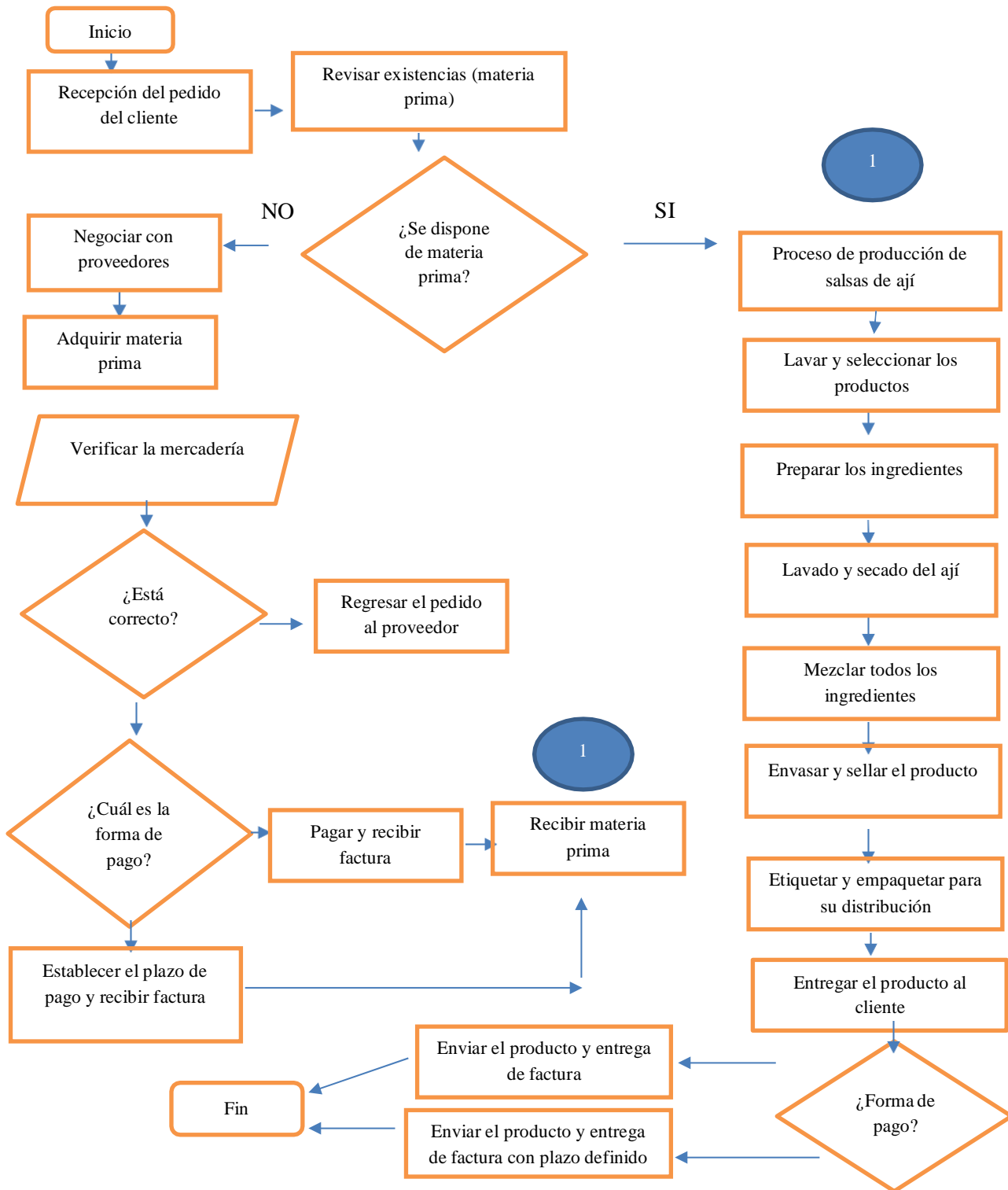
CLAVE DE



091120210117919523750012003001000001

Razón Social / Nombres y Apellidos:		SALGADO RODRIGUEZ PEDRO CECILIO								
Identificación		0102908373001								
Fecha		09/11/2021		Placa / Matrícula:		null		Guía		
Dirección:		SUCRE 10-50								
Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cantidad	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Subsidio	Precio sin Subsidio	Descuento	Precio Total	
FPT00070 9065		200.00	FDA PEBD TRANS GENERICA 0709 x 0984 en 65 mc		0.06	0.00	0.00	0.00	11.00	
Información Adicional										
Dirección:		SUCRE 10-50								
Email:		pcsr2008@hotmail.com								
O.C.:		0								
GUIA REMISION:		0								
agente:		Agente de Retención Resolución No. NAC-DNCRASC20-00000001								
Forma de pago		Valor								
20- OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO		12.32								
						SUBTOTAL 12%				11.00
						SUBTOTAL 0%				0.00
						SUBTOTAL NO OBJETO DE IVA				0.00
						SUBTOTAL EXENTO DE IVA				0.00
						SUBTOTAL SIN IMPUESTOS				11.00
						TOTAL DESCUENTO				0.00
						ICE				0.00
						IVA 12%				1.32
						TOTAL DEVOLUCION IVA				0.00
						IRBPNR				0.00
						PROPINA				0.00
						VALOR TOTAL				12.32
						VALOR TOTAL SIN SUBSIDIO				0.00
						AHORRO POR SUBSIDIO: (Incluye IVA cuando corresponda)				0.00

Anexo D. Proceso Productivo de El Chacarero



Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Anexo E. Análisis de clientes, proveedores y competencia

Se empleó un análisis de clientes, proveedores y competencia del negocio. Tomando en cuenta que los clientes son lo más importante en una empresa, se refleja que: el negocio tuvo en el año 2021 un incremento en el número de clientes de 52 a un total de 70 entre ellos se encuentran gasolineras, comisariatos, cafeterías y tiendas veganas. Los clientes con una mayor demanda son los comisariatos y con una menor demanda están las cafeterías. La negociación en cuanto a ventas a crédito mantiene una forma de pago de un rango de 15 a 60 días plazo. Así también, las ventas al contado ayudan a mantener la liquidez del negocio.

Adicionalmente, teniendo en cuenta que el producto más demandado son las salsas de ají el negocio se abastece de materia prima (ají) en grandes cantidades para aprovechar costos. Este insumo al realizarse el proceso de deshidratación se almacena sin perder su calidad hasta su proceso de elaboración. Por consiguiente, los proveedores no otorgan financiamiento, pues los pagos se realizan al contado, entre ellos se encuentran: mercados cercanos al negocio, empresas distribuidoras de insumos para el producto, supermercados, entre otros.

En cuanto, al análisis de la competencia se toma igualmente las salsas de ají por ser el producto con el que se inició la idea del negocio, ya que los productos nuevos se presentaron al mercado a partir del último trimestre del año 2021. Siendo así, en lo que refiere a la competencia directa, es decir a empresas que presentan salsas de ají con características similares, mediante la aplicación de una entrevista al propietario del negocio se encontró que su principal competidor son las salsas de ají Olé que ofrece los mismos sabores, con preservantes y a bajos precios.

Competencia del emprendimiento “El Chacarero”

	Competidor	Producto	PVP	Duración
Competencia directa	Olé	Ají con maracuyá, tomate de árbol, casero, rocoto 160 gr	1,93	1 año
		Jalapeño rojo y verde 110 g	3,57	1 año
	Gustadina	Salsa de ají criollo 170g	1,94	1 año
		Ají con piña 170 g	1,99	1 año
	Fuego azteca	Salsa de ají habanero 155ml	2,93	1 año

		Sal de ají jalapeño y cilantro/ ají de chipotle 155ml	2,93	1 año
	Marcello s	Salsa de ají 210g	1,30	7 meses
	Astaray	Salsa de ají dulce 200g	3,15	7 meses
		Salsa de ají casero 200g	3,15	7 meses
Competencia indirecta	Ile	Ají extra picante 100g	0,70	1 año 6 meses
		Salsa de ají hot sauce 100g	0,65	1 año 6 meses
		Ají con cúrcuma 200g	1,26	7 meses
	Mi super	Mi super ají 100g	0,75	1 año
	El sabor	Salsa de ají 200g	0,95	1 año
	Parrish	Salsa de ají 100g	0,54	1 año

Fuente: Elaboración propia

La competencia en el mercado en el que se desenvuelve el emprendimiento “El Chacarero” por una parte se tiene la competencia directa a la marca Olé, Gustadina, Fuego azteca, Marcello’s y Astaray que ofrecen salsas de ají de maracuyá, tomate de árbol, rocoto, piña, jalapeño, cilantro, entre otros. Son de similares características, sin embargo, el precio de estos varía entre \$1,93 hasta \$3,00 así también siendo menor al PVP de las salsas de ají que ofrece “El Chacarero” con respecto a la vida útil de estos productos están entre los 7 meses a un año.

En cuanto a la competencia indirecta las marcas que sobresalen son Ilé, Mi super ají, El sabor y Parrish que ofrecen ají cuya finalidad no es ofrecer un producto sin preservantes sin embargo es parte de la competencia en el mercado pues estos productos tienen un costo muy inferior al de las salsas de ají, es decir el precio está entre \$0.54 a \$1.26 y su duración también es de un año.

Anexo F. Matriz Benchmarking

Matriz Benchmarking

Empresa Negocio	/ Empresa Exóticas (Olé)	Especies Negocio el Chacarero
Aspectos a comparar		
Tipo de negocio	Compañía Limitada	Negocio Artesanal
Tiempo de vida útil del producto	1 año	6 meses
Nivel de producción al mes	Al ser una empresa con trayectoria mantiene una producción mínima de 5000 unidades aproximadamente.	Al ser un artesano mantiene una producción de 800 aproximadamente.
Ventas en línea	Mantiene tiendas virtuales y sitio web.	Ventas directas, no cuenta con tiendas virtuales ni sitio web.
Contabilidad	Lleva Contabilidad	No lleva Contabilidad
Tiempo en el mercado	Inicio en 1995	Inicio en 2015
Exportación	Comercializa 9 variedades de ají al mercado internacional. Ha participado en concursos tanto en países como EE. UU y Alemania.	La idea de exportación se mantiene, por la variedad de requisitos no se ha llegado al mercado Internacional.

Fuente: Elaboración propia

Anexo G. Métricas para El Chacarero

Métricas para El Chacarero

Métricas	Aplicación
Calidad del servicio de entrega	$\frac{\text{Cantidad anual de productos entregados a tiempo}}{\text{Total de productos requeridos al año}} * 100 = \frac{6671}{6878} * 100$ $= 96.99\%$ <p>Los productos se han entregado a tiempo en un 96,99%.</p>
Deserción de los clientes	$\frac{\text{Cantidad de clientes año corriente} - \text{cantidad de clientes año anterior}}{\text{Cantidad de clientes año anterior}} * 100 = \frac{70 - 52}{52} * 100 = 34.61\%$ <p>El negocio El Chacarero ha incrementado sus clientes del año 2020 al año 2021 en un 34.61%.</p>
Capacidad diaria de producción de un producto	$\frac{\text{Número de horas disponibles}}{\text{Número de horas para producción de una unidad}} = \frac{8}{0,20} = 40$ <p>El negocio produce en promedio 40 salsas de ají al día.</p>
Nuevos productos	$\frac{\text{Venta anual de nuevos productos}}{\text{Valor total de ventas}} * 100 = \frac{\$2769,25}{\$17976,81} = 15,40\%$ <p>Las ventas de nuevos productos representan un 15,40 % del total de ventas.</p>
Costeo basado en metas	$\frac{\text{Precio de mercado}}{1 + \text{margen de utilidad deseado}} = \frac{\$3}{1 + 35\%} = \$2.23$ <p>El costo objetivo con respecto a las salsas de ají es de \$2,23 con un precio de mercado de \$3.</p>
Índice de desarrollo de nuevos productos	$\frac{\text{Cantidad de productos año corriente} - \text{Cantidad de productos año anterior}}{\text{Cantidad de productos año anterior}} * 100 = \frac{18 - 6}{6} * 100 = 200\%$ <p>El incremento de nuevos productos fue a una razón de 200%.</p>

Costo de adquisición del cliente	$\frac{\text{Dinero invertido en promoción y publicidad}}{\text{Total de clientes}} = \frac{\$ 234,93}{70} = \$ 3,36$
---	---

El valor invertido para adquirir un nuevo cliente es de \$3,36.

Crecimiento en ventas	$\frac{\text{Venta del año corriente} - \text{venta año anterior}}{\text{ventas del año anterior}} \times 100$
------------------------------	--

$$= \frac{\$ 17976,81 - \$ 13015,23}{\$ 13015,23} * 100 = 38,12\%$$

Las ventas del periodo 2020 al 2021 ha crecido en una razón del 38,12%

Análisis de venta por cliente	$\frac{\text{Valor de ventas en gasolineras}}{\text{Total de ventas}} * 100 = \frac{\$ 2875,92}{\$ 17976,81} * 100 = 16\%$
	$\frac{\text{Valor de ventas en comisariatos}}{\text{Total de ventas}} * 100 = \frac{\$ 5013,60}{\$ 17976,81} * 100 = 27,9\%$
	$\frac{\text{Valor de ventas en cafeterías}}{\text{Total de ventas}} * 100 = \frac{\$ 2430,09}{\$ 17976,81} * 100 = 13,5\%$
	$\frac{\text{Valor de ventas en tiendas veganas}}{\text{Total de ventas}} * 100 = \frac{\$ 3148,20}{\$ 17976,81} * 100 = 17,5\%$
	$\frac{\text{Valor de ventas por otros clientes}}{\text{Total de ventas}} * 100 = \frac{\$ 4509,00}{\$ 17976,81} * 100 = 25,1\%$

El Cliente que obtiene mayor venta en salsas de ají son los comisariatos con un 27,9% y en las cafeterías con menor porcentaje de 13,5%.

Satisfacción del cliente	$\frac{\text{Número de clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes}} * 100 = \frac{43}{70} * 100 = 61,43\%$
---------------------------------	--

Los clientes se encuentran satisfechos en un 61,43%

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de El Chacarero

Con las métricas presentadas para el emprendimiento se podrá tomar decisiones más acertadas pues al conocer que la calidad del servicio de entrega representa un 96,99% del total de entregas, indica que su estrategia de ventas se está direccionando de manera adecuada, además los clientes y las ventas han incrementado en un 34,61% y 38,12% respectivamente. El emprendedor en el año 2021 ha desarrollado nuevos productos lo que representa un incremento de 200% los cuales debe ser impulsarlos para que tengan la misma acogida que las salsas de ají. En cuanto a la rentabilidad por cliente indica que los comisariatos representan un 27,9% y las cafeterías un 13,5% en este último se debe enfocar para mejorar sus ventas.

Anexo H. Plan de Cuentas para El Chacarero

Activo

1	ACTIVO
1.1	Activo corriente
1.1.1	Disponible
1.1.1.01	Caja
1.1.1.02	Caja chica
1.1.1.03	Bancos
1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.
1.1.2	Exigible
1.1.2.01	Documentos y cuentas por cobrar clientes
1.1.3	Inventarios
1.1.3.01	Inventarios de materia prima
1.1.3.02	Inventarios de productos en proceso
1.1.3.03	Inventarios de productos terminados
1.1.5	Anticipos
1.1.5.01	Anticipo proveedores
1.1.5.02	Anticipo a trabajadores
1.1.5.03	Otros anticipos
1.2	Activo no corriente
1.2.1	Propiedades, planta y equipo
1.2.1.01	Maquinaria y equipo
1.2.1.02	Depreciación acumulada de maquinaria y equipo (-)
1.2.1.03	Vehículos
1.2.1.04	Depreciación acumulada de vehículos (-)
1.2.1.05	Muebles y enseres
1.2.1.06	Depreciación acumulada de muebles y enseres (-)
1.2.1.07	Equipo de computación
1.2.1.08	Depreciación acumulada de equipo de computación (-)

Fuente: Súper Intendencia de Compañías (2015)

Pasivo

2	PASIVO
2.1	Pasivo corriente
2.1.1	Cuentas por pagar
2.1.1.01	Cuentas por pagar a proveedores
2.1.2	Obligaciones por pagar a trabajadores
2.1.2.01	Remuneraciones por pagar
2.1.2.02	Vacaciones por pagar
2.1.3	Con la administración tributaria
2.1.3.01	Impuesto a la renta del ejercicio por pagar
2.1.4	Obligaciones con el IESS
2.1.4.01	Aportes al IESS por pagar
2.1.4.01.01	Aporte personal por pagar
2.1.4.01.02	Aporte patronal por pagar
2.1.5	Anticipos
2.1.5.01	Anticipos de clientes
2.1.5	Otros pasivos corrientes
2.2	Pasivo no corriente
2.2.1	Préstamos bancarios por pagar
2.2.2	Otros pasivos no corrientes

Fuente: Súper Intendencia de Compañías (2015)

Patrimonio

3	PATRIMONIO
3.1	Aportes de los propietarios
3.1.1	Capital
3.1.1.01	Capital invertido
3.2	Resultados de ejercicios anteriores
3.2.1	Resultados acumulados
3.2.1.01	Ganancias acumuladas
3.2.1.02	(-) Pérdidas acumuladas
3.3	Resultados

3.3.1	Resultados del ejercicio
3.3.1.01	Ganancia neta del periodo
3.3.1.02	(-) Pérdida neta del periodo

Fuente: Súper Intendencia de Compañías (2015)

Ingresos

4	INGRESOS
4.1	Ingresos de actividades ordinarias
4.1.1	Ventas de bienes
4.1.1.01	Salsa de ají de maracuyá
4.1.1.02	Salsa de ají de tomate
4.1.1.03	Salsa de ají jalapeño
4.1.1.04	Salsa de ají ahumado
4.1.1.05	Salsa de ají picante rocoto rojo
4.1.1.06	Salsa de ají picante rocoto amarillo
4.2	Otros ingresos
4.2.1	Otros ingresos de actividades ordinarias
4.2.1.01	(-) Descuento en ventas
4.2.1.02	(-) Devoluciones en ventas

Fuente: Súper Intendencia de Compañías (2015)

Costos

5	COSTOS
5.1	Costo de ventas
5.1.1	Costo de productos vendidos
5.1.1.01	Materia prima directa
5.1.1.02	Mano de obra directa
5.1.1.02.01	Sueldos y beneficios sociales
5.1.1.03	Otros costos indirectos de fabricación
5.1.1.03.01	Materia prima indirecta
5.1.1.03.02	Mano de obra indirecta
5.1.1.03.03	Depreciación propiedades, planta y equipo
5.1.1.03.04	Agua, energía, luz y telecomunicaciones

5.1.1.03.05	Mantenimiento y reparaciones
5.1.1.03.06	Suministros materiales y repuestos
5.1.1.03.07	Arriendo local de producción

Fuente: Súper Intendencia de Compañías (2015)

Gastos

6	GASTOS
6.1	Gastos operacionales
6.1.1	Gastos de ventas
6.1.1.01	Promoción y publicidad
6.1.1.02	Transporte
6.1.2	Gastos Administrativos
6.1.2.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones
6.1.2.02	Aportes a la seguridad social
6.1.2.03	Beneficios sociales e indemnizaciones
6.1.2.04	Mantenimiento y reparaciones
6.1.2.05	Transporte
6.1.2.06	Suministros de oficina
6.1.2.07	Agua, energía, luz y telecomunicaciones
6.1.2.08	Impuestos, contribuciones y otros
6.1.2.09	Suministros materiales de limpieza
6.1.2.10	Depreciaciones de propiedad planta y equipo
6.1.2.11	IVA en Compras no recuperable
6.1.3	Gastos financieros
6.1.3.01	Intereses
6.2	Otros gastos

Fuente: Súper Intendencia de Compañías (2015)

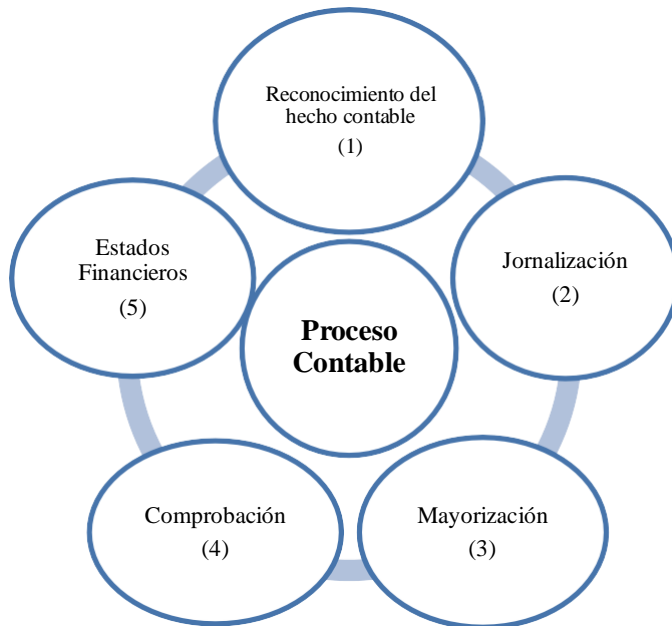
Anexo I. Inversión económica recopilada de El Chacarero

Inversión de El Chacarero

Inversión El Chacarero 2016-2021		
Detalle	Costo	
Diseño		\$ 600,00
Diseñador	\$ 600,00	
Maquinaria y equipo		\$ 2.220,00
Molino eléctrico	\$ 500,00	
Maquina fechadora	\$ 140,00	
Máquina selladora de calor	\$ 50,00	
Ollas de acero inoxidable	\$ 330,00	
Envasadora	\$ 400,00	
Cocina	\$ 800,00	
Muebles y enseres		\$ 100,00
Mesas de acero inoxidable	\$ 100,00	
Vehículos		\$ 9500,00
Vehículo	\$9500,00	
Equipo de computación		\$ 500,00
Computadora	\$ 500,00	
TOTAL		\$12.920,00

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Anexo J. Proceso contable



Elaboración: Propia

Para detallar el proceso contable como una guía a seguir por el emprendedor, se realizó con información básica recopilada del negocio ya que al no estar obligado a llevar contabilidad no cuenta con un registro detallado de sus hechos económicos, dicha información ayudó a establecer modelos de transacciones correspondientes al año 2021, que servirán de apoyo para futuros registros hasta llegar a la obtención de información financiera.

Reconocimiento del hecho contable

Identificación del hecho contable es decir de las actividades que pueden cuantificarse por lo cual origina un registro contable posterior. A continuación, se presentan transacciones básicas del negocio El Chacarero.

Al 01/1/2021 el negocio cuenta con los siguientes saldos iniciales:

Caja \$ 505,44, Bancos \$ 3400,90, Documentos y cuentas por cobrar clientes \$ 432,45, Inventarios \$ 106,80, Maquinaria y equipo \$ 2220, Vehículos \$ 9500, Muebles y enseres \$ 100, Equipo de computación \$ 500, Depreciación acumulada de maquinaria y equipo \$ 666,00 Depreciación acumulada de vehículos \$ 1900, Depreciación acumulada de muebles y enseres \$ 40, Depreciación acumulada de equipo de computación \$ 166,67 y Cuentas por pagar a proveedores \$ 620.12.

4/3/2021 Se compra 2 resmas de papel para el uso en oficina a \$ 3,50 c/u se cancela con caja chica.

18/5/2021 Se realiza el pago de patente por un valor de \$ 22,80, se paga en efectivo.

19/5/2021 Se realiza un anticipo de sueldo del mes de mayo a la Sra. Raquel Muñoz por un valor de \$ 50.00 en efectivo.

3/6/2021 Se cancela el rol de pagos del mes de mayo a la Sra. Raquel Muñoz, persona que labora medio tiempo, el pago es mediante transferencia bancaria.

5/6/2021 Se realiza el pago de vacaciones mediante transferencia bancaria a la Sra. Raquel Muñoz correspondiente al año 2020-2021.

12/6/2021 Pago del aporte personal y patronal correspondiente al mes de mayo de la Sra. Raquel Muñoz, mediante debito de la cuenta bancaria.

18/7/2021 Se realiza el pago del impuesto a la renta del régimen impositivo para microempresas según declaración el valor a pagar es de \$ 181,15, mediante débito bancario.

27/7/2021 Se compra repuesto para el arreglo de la computadora por un valor de \$ 25,00 incluido IVA, se cancela en efectivo.

30/7/2021 Se compra suministros de limpieza por un valor de \$ 7,56 incluye IVA, se cancela con caja chica.

2/8/2021 Compra en el mercado materia prima, un saco de 15 libras a un valor de \$ 0,95 c/libra se cancela en efectivo, ese mismo día se envía las 15 libras a la bodega de producción.

3/8/2021 Se registra consumo de elementos del costo de la producción de salsas de ají y el ingreso de productos terminados disponibles a la venta.

05/8/2021 Se vende 6 frascos de salsas de ají en 165gr a consumidor final a \$ 3.00 c/u, se cobra en efectivo.

7/8/2021 Se vende 30 frascos de salsas de ají de maracuyá a comisariato por un valor de \$ 2,40, cuyo total queda pendiente de pago.

15/8/2021 Se realiza el cobro de un anticipo de la factura 001-001-3867 por un valor de \$ 320 mediante transferencia bancaria.

18/8/2021 Se contrata transporte para la entrega de un pedido a comisariato megatienda por un costo de \$ 4,5 se paga al contado.

27/8/2021 Se paga por publicidad en radio k1 por un valor de \$ 25.00 incluido IVA, se cancela en efectivo.

30/8/2021 Se realiza el pago de los servicios básicos del lugar de producción por un valor de \$ 26,36 de la luz, \$ 11,40 del agua, se paga en efectivo.

30/8/2021 Se realiza la depreciación de propiedad planta y equipo.

Jornalización

Se procede con el registro del hecho contable en el respectivo diario general

Saldos iniciales					
Diario General					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
01/01/21	1.1.1.01	Caja		\$ 505,44	
	1.1.1.03	Bancos		\$ 3400,90	
	1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.	\$ 3400,90		
	1.1.2.01	Documentos y cuentas por cobrar clientes		\$ 432,45	
	1.1.3.03	Inventario de productos terminados		\$ 106,80	
	1.2.1.01	Maquinaria y equipo		\$ 2220,00	
	1.2.1.03	Vehículos		\$ 9500,00	
	1.2.1.05	Muebles y enseres		\$ 100,00	
	1.2.1.07	Equipo de computación		\$ 500,00	
	1.2.1.02	Depreciación acumulada de maquinaria y equipo			\$ 666,00

	1.2.1.04	Depreciación acumulada de vehículos			\$ 1900,00
	1.2.1.06	Depreciación acumulada de muebles y enseres			\$ 40,00
	1.2.1.08	Depreciación acumulada de equipo de computación			\$ 166,67
	2.1.1.01	Cuentas por pagar a proveedores			\$ 620,12
	3.1.1.01	Capital invertido			\$ 13372,80
		P/registro de saldo inicial al 01/01/21			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Uso de caja chica					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
4/03/21	6.1.2.06	Suministros de oficina		\$ 7,00	
	1.1.1.02	Caja chica			\$ 7,00
		P/r la compra de suministros de oficina			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Transacciones de aspectos legales

Pago de patente					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
18/05/21	6.1.2.08	Impuestos, contribuciones y otros		\$ 22,80	
	1.1.1.01	Caja			\$ 22,80
		P/r el pago de patente en el municipio año 2021.			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Transacciones de aspectos laborales

En base a los derechos y obligaciones del empleador con sus trabajadores, se presentan modelos de transacciones para pago de sueldos, vacaciones, anticipos a trabajadores y pago de planillas al IESS.

Anticipo a trabajador					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
19/5/2021	1.1.5.02	Anticipo a trabajadores		\$ 50,00	
	1.1.1.01	Caja			\$ 50,00
		P/r anticipo de sueldo mes mayo a la Sra. Raquel Muñoz			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Pago de sueldos y salarios					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
03/6/21	5.1.1.02	Mano de obra directa		\$ 222,30	
	5.1.1.02.01	Sueldos y beneficios sociales	\$ 222,30		
	1.1.1.03	Bancos			\$ 131,10
	1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.	\$ 131,10		
	1.1.5.02	Anticipo a trabajadores			\$ 50,00
	2.1.4.01	Aportes al IESS por pagar			\$ 41,20
	2.1.4.01.01	Aporte personal por pagar	\$ 18,90		
	2.1.4.01.02	Aporte patronal por pagar	\$ 22,30		
		P/r pago de sueldos y salarios del mes de mayo a la Sra. Raquel Muñoz.			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Pago de vacaciones					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
5/6/2021	5.1.1.02	Mano de obra directa		\$ 100	
	5.1.1.02.01	Sueldos y beneficios sociales	\$ 100		
	2.1.2.02	Vacaciones por pagar			\$ 100
		P/r vacaciones por pagar			
		-X-			
5/6/2021	2.1.2.02	Vacaciones por pagar		\$ 100	
	1.1.1.03	Bancos			\$ 100
	1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.	\$ 100		
		P/r pago de vacaciones trabajador Raquel Muñoz periodo 2020-2021			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Pago de planillas de aporte personal y patronal					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
12/6/2021	2.1.4.01	Aportes al IESS por pagar		\$ 41,20	
	2.1.4.01.01	Aporte personal por pagar	\$ 18,90		
	2.1.4.01.02	Aporte patronal por pagar	\$ 22,30		
	1.1.1.03	Bancos			\$ 41,20
	1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.	\$ 41,20		
		P/r pago de planillas mes de mayo por debito cuenta corriente JEP			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Transacciones en aspectos tributarios

Declaración de Impuesto a la Renta					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
18/07/21	2.1.3.01	Impuesto a la renta del ejercicio por pagar		\$ 181,15	
	1.1.1.03	Bancos			\$ 181,15

	1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.	\$ 181,15		
		P/r Impuesto a la Renta del Régimen microempresas primer semestre año 2021.			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Nota: A partir de enero del 2022 el negocio se incorporó en el Régimen RIMPE en la categoría Negocio Popular al tener ingresos brutos anuales de hasta \$ 20000, se realizará una única declaración del impuesto a la renta en el mes de marzo del año 2023 por un valor \$ 60,00 referente a las actividades del año 2022.

Declaración de Impuesto a la Renta bajo Régimen RIMPE					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
18/03/23	2.1.3.01	Impuesto a la renta del ejercicio por pagar		\$ 60,00	
	1.1.1.03	Bancos			\$ 60,00
	1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.			
		P/r Impuesto a la Renta Régimen RIMPE Negocio Popular año 2022.	\$ 60,00		

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Al ser un negocio que ofrece productos que no están sujetos al impuesto al valor agregado no tiene derecho a crédito tributario por ello el IVA pagado se considera un gasto.

IVA no recuperable					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
27/07/21	6.1.2.04	Mantenimiento y reparaciones		\$ 22,32	
	6.1.2.11	IVA en compras no recuperable		\$ 2,68	
	1.1.1.01	Caja			\$ 25,00
		P/r la compra repuesto para la computadora.			
		-X-			

30/7/21	6.1.2.09	Suministros materiales de limpieza		\$ 6,75	
	6.1.2.11	IVA en compras no recuperable		\$ 0,81	
	1.1.1.02	Caja chica			\$ 7,56
		P/r la compra de suministros de limpieza.			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Transacciones según el giro del negocio

Adquisición de materia prima					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
2/8/21	1.1.3.01	Inventarios de materia prima		\$ 14,25	
	1.1.1.01	Caja			\$ 14,25
		P/r la compra de materia prima (saco de ají).			
2/8/21		-X-			
	5.1.1.01	Materia prima directa		\$ 14,25	
	1.1.3.01	Inventarios de materia prima			\$ 14,25
		P/r se inicia con el proceso contable			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Consumo de elementos del costo					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
3/8/21	1.1.3.02	Inventarios de productos en proceso		\$ 281,95	
	5.1.1.01	Materia prima directa			\$ 31,79
	5.1.1.02	Mano de obra directa			\$ 154,56
	5.1.1.03	Otros costos indirectos de fabricación			\$ 95,60

		P/r consumo de elementos del costo al proceso productivo de salsas de ají.			
--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Ingreso de productos terminados					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
3/8/21	1.1.3.03	Inventarios de productos terminados		\$ 281,95	
	1.1.3.02	Inventarios de productos en proceso			\$ 281,95
		P/r registro de productos terminados disponibles a la venta.			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Venta de un producto					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
5/8/21	1.1.1.01	Caja		\$ 18,00	
	4.1.1.01	Venta de bienes			\$ 18,00
	4.1.1.01	Salsa de ají de maracuyá	\$ 3,00		
	4.1.1.02	Salsa de ají de tomate	\$ 3,00		
	4.1.1.03	Salsa de ají jalapeño	\$ 3,00		
	4.1.1.04	Salsa de ají ahumado	\$ 3,00		
	4.1.1.05	Salsa de ají picante rocoto rojo	\$ 3,00		
	4.1.1.06	Salsa de ají picante rocoto amarillo	\$ 3,00		
		P/r la venta de unidades de salsas de ají.			
5/8/21		-X-			

	5.1.1	Costo de productos vendidos		\$ 10,68	
	1.1.3.03	Inventarios de productos terminados			\$ 10,68
		P/r el costo de productos vendidos			
7/8/21		-X-			
	1.1.2.01	Documentos y cuentas por cobrar clientes		\$ 72,00	
	4.1.1.01	Venta de bienes			\$ 72,00
	4.1.1.01	Salsa de ají de maracuyá	\$ 72,00		
		P/r la venta de 30 unidades de salsas de ají a comisariato.			
7/8/21		-X-			
	5.1.1	Costo de productos vendidos		\$ 53,40	
	1.1.3.03	Inventarios de productos terminados			\$ 53,40
		P/r el costo de productos vendidos			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Anticipo de clientes					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
15/8/21	1.1.1.03	Bancos		\$ 320	
	1.1.1.03.01	Cooperativa JEP Ltda.	\$ 320		
	2.2.2.01	Anticipos de clientes			\$ 320
		P/r anticipo de clientes de la factura 001-001-386 mediante transferencia ID 33876			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Transporte					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
18/8/21	5.1.1.03	Otros costos indirectos de fabricación		\$ 4,5	
	5.1.1.03.07	Transporte	\$ 4,5		
	1010101	Caja			\$ 4,5
		P/r gasto en transporte de mercadería para comisariato			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Gasto en publicidad y promoción					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
27/8/21	6.1.1.01	Promoción y publicidad		\$ 17,86	
	6.1.2.11	IVA en compras no recuperable		\$ 2,14	
	1.1.1.01	Caja			\$ 20,00
		P/r gasto en publicidad			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Servicios básicos					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
30/8/21	5.1.1.03	Otros costos indirectos de fabricación		\$ 37,76	
	5.1.1.03.03	Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 37,76		
	1.1.1.01	Caja			\$ 37,76
		P/r pago de servicios básicos de producción			

Depreciación de propiedad planta y equipo					
Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
30/8/21	5.1.1.03	Otros costos indirectos de fabricación		\$ 177,66	

	5.1.1.03.04	Depreciación propiedades, planta y equipo	\$ 177,66		
	1.2.1.06	Depreciación acumulada de muebles y enseres (-)			\$ 0,83
	1.2.1.02	Depreciación acumulada de maquinaria y equipo (-)			\$ 18,50
	1.2.1.04	Depreciación acumulada de vehículos (-)			\$ 158,33
		P/r el gasto en depreciación de propiedad planta y equipo			

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Mayorización

Los cambios que se tiene en las cuentas se registran en un libro mayor en el cual se reflejan los aumentos y disminuciones en las diferentes cuentas cuyos saldos dependerán de la naturaleza de las cuentas:

Cuentas de activo y gasto: El aumento de la cuenta se registra en el debe y la disminución en el haber, es por ello que las cuentas tienen un saldo deudor.

Cuentas de pasivo, patrimonio e ingresos: El aumento de la cuenta se registra en el haber y la disminución en el debe, es por ello que las cuentas tienen un saldo acreedor.

Se procede con un ejemplo de mayorización de dos cuentas que intervienen en el diario general.

Caja		Vacaciones por pagar	
Debe	Haber	Debe	Haber
\$ 505,44	\$ 22,80		\$ 100,00
\$ 18,00	\$ 50,00		
	\$ 25,00		
	\$ 14,25		
	\$ 20,00		
	\$ 37,76		
\$ 523	\$ 169,81		\$ 100,00
Saldo deudor de \$ 353,63		Saldo acreedor de \$ 100	

Comprobación

Se realiza el balance de comprobación de las cuentas anteriores

Balance de Comprobación de sumas y saldos					
El Chacarero					
Del 09 de diciembre de 2021					
En dólares					
No.	Cuenta	Sumas		SalDOS	
		Debe	Haber	Deudor	Acreedor
1	Caja	\$ 523,24	\$ 169,81	\$ 353,63	-
2	Vacaciones por pagar	\$ 0,00	\$ 100,00	-	\$ 100,00
	Totales	Total A	Total A	Total B	Total B

Contador

Gerente General

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Las sumas tanto del debe como del haber deben ser iguales, de igual manera la suma de los saldos deudor y acreedor.

Estados Financieros

Los saldos deudores y acreedores de la Mayorización de las cuentas que intervienen en un diario general se registran en los siguientes Estados Financieros.

Estado de situación financiera, estado de resultados y estado de flujo de efectivo.

Anexo K. Sistema de costos por procesos en la producción de salsas de ají

De acuerdo a la información obtenida del emprendimiento a lo largo de la investigación se aprecia que este no cuenta con un sistema de costos que ayude a determinar de manera oportuna el costo de producción de cada producto. A partir de esta premisa se emplea el sistema de costos por procesos, en la producción de salsas de ají como modelo y guía a seguir para el emprendimiento en sus productos. Este sistema permite que los costos se acumulen por departamentos o centros de costos, es decir, se analizan los costos incurridos de materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación por cada proceso. Para la determinación de los mismos se toma los costos mensuales incurridos con una referencia de producción de 803 salsas al mes. La elaboración de salsas de ají se divide en tres procesos principales que se presenta a continuación:

Elaboración de salsas de Ají	
PROCESOS	
1	Adquisición y recepción
2	Tratamiento y dosificación
3	Envasado y sellado

Elaboración: Propia

Costo de la materia prima directa

Para el proceso de adquisición y recepción, la materia prima directa a emplearse es el ají natural, y según a lo antes mencionado los costos correspondientes son para una producción de 803 salsas de ají.

Adquisición y recepción					
Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total	Observación
33	Ají natural	Libra	0,95	31,7854167	Con una libra se produce 24 salsas de ají

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

En el proceso de envasado y sellado se requiere como materia prima directa envases de vidrio, etiquetas y sellos termo encogibles como se muestran a continuación:

Envasado y sellado					
Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total	Observación
803	Envase de vidrio y tapa	Unidades	0,2	160,6	
803	Etiquetas	Unidades	0,02	16,06	12000 unidades con un costo de \$200
803	Sellos termo encogibles	Unidades	0,03	24,09	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Costo de la mano de obra directa

Para la determinación del costo de mano de obra directa es necesario la elaboración de un rol de pagos y un rol de provisiones correspondientes al propietario y su colaboradora, el que incluye sueldo y beneficios sociales según indica la ley.

El Chacarero							
Rol de Pagos							
No.	Nombre	Cargo	Sueldo	Total Ingresos	Aporte Personal	Total Egresos	Liquidación a Pagar
1	Pedro Salgado	Obrero/Propietario	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 70,40	\$ 70,40	\$ 329,60
2	Raquel Muñoz	Auxiliar Obrero	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 18,90	\$ 18,90	\$ 181,10

TOTAL	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 18,90	\$ 18,90	\$ 510,70
	Propietario		Contador		

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

El Chacarero					
Rol de Provisiones					
No.	Total Ingresos	Vacaciones	F. Reserva	A. Patronal	Total
1	\$ 400,00	16,67	33,33	44,60	94,60
2	\$ 200,00	8,33	16,67	22,30	47,30
	TOTAL	8,33	16,67	22,30	141,90

Gerente

Contador

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Para establecer el costo de mano de obra por proceso se toma en cuenta el costo total en sueldos y beneficios de cada trabajador y se divide para 240 horas para obtener el valor hora, este valor es multiplicado por el tiempo empleado en cada proceso.

Sueldos y beneficios	Valor día	Valor hora
\$ 494,60	\$ 16,49	\$ 2,06
\$ 247,30	\$ 16,49	\$ 2,06

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Costo de la mano de obra directa para la elaboración de 803 salsas de ají

Proceso									
Adquisición y recepción					Tratamiento y dosificación				
Cargo	Nº de horas	Costo por hora	Días trab.	Total	Nº de horas	Costo por hor	Días trab.	Total	
Obrero	1	\$ 2,06	\$ 30,00	\$ 61,83	5	\$			
Auxiliar	1,5	\$ 2,06	\$ 30,00	\$ 92,74					
TOTAL									

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Proceso	Mano de obra directa
Recepción	\$ 154,56
Tratamiento y dosificación	\$ 370,95
Envasado y sellado	\$ 216,39
TOTAL	\$ 741,90

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Costos indirectos de fabricación

Materia prima indirecta

La materia prima indirecta es necesaria solo en el departamento de tratamiento y dosificación para el cual se ha identificado los siguientes costos:

Tratamiento y dosificación					
Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total	Observación
3	Vinagre	Galon	2,13	\$ 6,41	1 galon para 267 unidades
0,9	Aceite oliva	Galon	23,07	\$ 20,58	1 galon para 900 unidades
5	Sal	Kg	0,56	\$ 3,00	1 Kg para 150 unidades
1	Azúcar	Arroba	6,77	\$ 6,35	1 arrobas para 856 unidades
0,9	Aji seco	Saco	10	\$ 8,92	1 saco para 900 unidades
3	Especies y condimentos	Paquete	1,5	\$ 4,82	1 paquete para 250 unidaes
12	Pulpas y otros	Caja	6,5	\$ 78,00	
Total				\$ 128,08	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Otros costos indirectos de fabricación

Se presenta la depreciación de los activos que posee el emprendimiento, para su cálculo se divide el costo histórico para los años vida útil.

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

El siguiente cuadro resume el costo de los CIF identificados en cada proceso productivo.

Detalle	Costos Indirectos de Fabricación			
	Adquisición y recepción	Tratamiento y dosificación	Envasado y sellado	Total
Materia prima indirecta	\$ -	\$ 128,08		\$ 128,08
Mano de obra indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gas	\$ -	\$ 2,40	\$ -	\$ 2,40
Energía eléctrica	\$ 8,79	\$ 8,79	\$ 8,79	\$ 26,36
Agua potable	\$ 5,70	\$ 5,70	\$ -	\$ 11,40
Depreciación de maquinaria y equipo	\$ -	\$ 14,75	\$ 3,75	\$ 18,50
Depreciación de muebles y enseres	\$ -	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,83
Depreciación de vehiculo	\$ 52,78	\$ 52,78	\$ 52,78	\$ 158,33
Combustible	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 25,00
IVA no recuperable			\$ 24,09	\$ 24,09
Arriendo	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 60,00
TOTAL	\$ 95,60	\$ 241,24	\$ 118,15	\$ 455,00

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Resumen total de los costos de producción al mes en la elaboración de 803 unidades

	Adquisición y recepción	Tratamiento y dosificación	Envasado y sellado	Total
Materia prima	\$ 31,79		\$ 200,75	\$ 232,54
Mano de obra	\$ 154,56	\$ 370,95	\$ 216,39	\$ 741,90
CIF	\$ 95,60	\$ 241,24	\$ 118,15	\$ 455,00
TOTAL	\$ 281,95	\$ 612,19	\$ 535,29	\$1.429,43

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Informe de cantidades y costos de producción

Informe de cantidades de producción			
	Adquisición y recepción	Tratamiento y dosificación	Envasado y sellado
Unidades a distribuir			
Inventario inicial de unidades terminadas			
Inventario inicial de unidades en proceso			
Unidades comenzadas en el periodo	33	803	
Unidades recibidas del proceso anterior			803
Totales	33	803	803
Distribución de unidades			
Unidades terminadas y transferidas	33	803	803
Unidades terminadas y retenidas			
Unidades en proceso (Inv. Final)			
Pérdidas en producción			
TOTALES	33	803	803

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

INFORME DE COSTOS						
	RECEPCIÓN		TRATAMIENTO Y DOSIFIC		ENVASADO Y SELLADO	
	C. TOTAL	C. UNITARIO	C. TOTAL	C. UNITARIO	C. TOTAL	C. UNITARIO
COSTOS POR DISTRIBUCIÓN						
COSTOS DEL PERIODO ANTERIOR						
COSTOS DE ESTE PERIODO			\$ 281,95	\$ 0,35	\$ 894,14	\$ 1,11
MATERIA PRIMA	\$ 31,79	\$ 0,04	\$ -	\$ -	\$ 200,75	\$ 0,25
MANO DE OBRA	\$ 154,56	\$ 0,19	\$ 370,95	\$ 0,46	\$ 216,39	\$ 0,27
CIF	\$ 95,60	\$ 0,12	\$ 241,24	\$ 0,30	\$ 118,15	\$ 0,15
TOTALES	\$ 281,95	\$ 0,35	\$ 894,14	\$ 1,11	\$ 1.429,43	\$ 1,78
DISTRIBUCIÓN DE COSTOS						
COSTO DE UNIDADES TERMINADAS Y TRANSFERIDAS	\$ 281,95		\$ 894,14		\$ 1.429,43	
COSTO DE UNIDADES TERMINADAS Y RETENIDAS						
COSTO DE UNIDADES EN PROCESO						
MATERIA PRIMA						
MANO DE OBRA						
CIF						
COSTO DE INF. FINAL PRODUCTO EN PRO. DEP. ANT.						
TOTALES	\$ 281,95		\$ 894,14		\$ 1.429,43	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Estado de costo de productos vendidos

EL Chacarero	
Estado de Costos de Productos vendidos	
Al 31 de diciembre de 2021	
+ Materia Prima Directa	\$ 1.946,29
+ Mano de Obra Directa	\$ 6.209,60
+ Costos Indirectos de Fabricación	\$ 3.808,25
= Costo de producción	\$ 11.964,14
+ Inventario Inicial de productos en proceso	
= Costo de productos en proceso	\$ 11.964,14
- Inventario final de productos en proceso	
= Costo de productos terminados	\$ 11.964,14
+ Inventario Inicial de productos terminados	
= Costo de productos mantenidos para la venta	\$ 11.964,14
- Inventario Final de productos terminados	\$ 89,01
= Costo de productos vendidos	\$ 11.875,13

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Una vez determinado el costo unitario de cada salsa de ají, se presenta el Estado de costos de productos vendidos anual correspondiente a la venta de salsas de ají durante el año 2021, el mismo que será de apoyo para la generación de información financiera.

Nota: No se posee inventarios de productos en proceso debido a que el producto que se inicia en el día debe ser terminado en el mismo día, al ser un producto natural sigue ciertas normas de inocuidad.

Anexo L. Generación de información Financiera

ESTADOS FINANCIEROS

Con la información del todo el proceso contable se logra la obtención de los estados financieros, que son el fin último de la contabilidad para la toma de decisiones.

Estado de Situación Financiera inicial 2021

El Chacarero						
Estado de Situación Financiera						
Al 01 de enero de 2021						
US dólares						
1	<u>Activo</u>			2	<u>Pasivo</u>	\$ 620,12
1.1	Corriente			2.1	Pasivo corriente	
1.1.1	Disponibles		\$ 3.906,34	2.1.1	Cuentas por pagar	
1.1.1.01	Caja	\$ 505,44		2.1.1.01	Cuentas por pagar a proveedores	\$ 620,12
1.1.1.03	Bancos	\$3.400,90		3	Patrimonio	
1.1.2	Exigible		\$ 432,45	3.1	Aporte de los propietarios	\$ 13.372,80
1.1.2.01	Documentos y cuentas por cobrar clientes	\$ 432,45		3.1.1	Capital	
1.1.3	Inventarios		\$ 106,80	3.1.1.01	Capital invertido	\$13.372,80
1.1.3.03	Inventario de productos terminados	\$ 106,80				
1.2	Activo no corriente					
1.2.1	Propiedades, planta y equipo		\$ 9.547,33			
1.2.1.01	Maquinaria y equipo	\$2.220,00				
1.2.1.03	Vehículos	\$9.500,00				
1.2.1.05	Muebles y enseres	\$ 100,00				
1.2.1.07	Equipo de computación	\$ 500,00				
1.2.1.02	Depreciación acumulada maquinaria y equipo (-)	\$ 666,00				
1.2.1.03	Depreciación acumulada vehículo (-)	\$1.900,00				
1.2.1.06	Depreciación acumulada muebles y enseres (-)	\$ 40,00				
1.2.1.08	Depreciación acumulada equipo de computación (-)	\$ 166,67				
	Total Activo		\$13.992,92		Total Pasivo + Patrimonio	\$13.992,92

Propietario

Contador

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Estado de resultados

El Chacarero			
Estado de Resultados			
US dólares			
Al 31 de diciembre de 2021			
4.1.1	Venta de bienes		\$ 17.976,81
5.1.1	Costo de productos vendidos		\$ 11.875,13
	Utilidad bruta		\$ 6.101,68
6.1.1	Gastos en ventas		\$ 314,93
6.1.1.01	Promoción y publicidad	\$ 234,93	
6.1.1.02	Transporte	\$ 80,00	
6.1.2	Gastos administrativos		\$ 614,47
6.1.2.01	Sueldos, salarios y demas remuneraciones	\$ 40,00	
6.1.2.06	Suministros de oficina	\$ 66,30	
6.1.2.07	Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 264,92	
6.1.2.08	Impuestos, contribuciones y otros	\$ 76,58	
6.1.2.10	Depreciación de propiedad planta y equipo	\$ 166,67	
	Ganancia neta del ejercicio		\$ 5.172,28

Propietario

Contador

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

Estado de Situación Financiera final 2021

El Chacarero						
Estado de Situación Financiera						
Al 31 de diciembre de 2021						
US dólares						
1	Activo			2	Pasivo	\$ 32,67
1.1	Corriente			2.1	Pasivo corriente	
1.1.1	Disponibles		\$ 10.872,15	2.1.1	Cuentas por pagar	
1.1.1.01	Caja	\$ 1.658,38		2.1.1.01	Cuentas por pagar a proveedores	\$ 32,67
1.1.1.02	Caja chica	\$ 54,60				
1.1.1.03	Bancos	\$ 9.159,17		3	Patrimonio	\$ 18.545,08
1.1.2	Exigible		\$ 367,93	3.1	Aporte de los propietarios	
1.1.2.01	Documentos y cuentas por cobrar clientes	\$ 367,93		3.1.1	Capital	\$ 13.372,80
1.1.3	Inventarios		\$ 89,00	3.3.1	Resultado del ejercicio	
1.1.3.03	Inventario de productos terminados	\$ 89,00		3.3.1.01	Ganancia neta del ejercicio	\$ 5.172,28
1.2	Activo no corriente					
1.2.1	Propiedades, planta y equipo		\$ 7.248,67			
1.2.1.01	Maquinaria y equipo	\$ 2.220,00				
1.2.1.03	Vehículos	\$ 9.500,00				
1.2.1.05	Muebles y enseres	\$ 100,00				
1.2.1.07	Equipo de computación	\$ 500,00				
1.2.1.02	Depreciación acumulada maquinaria y equipo (-)	\$ 888,00				
1.2.1.03	Depreciación acumulada vehículo (-)	\$ 3.800,00				
1.2.1.06	Depreciación acumulada muebles y enseres (-)	\$ 50,00				
1.2.1.08	Depreciación acumulada equipo de computación (-)	\$ 333,33				
	Total Activo		\$ 18.577,75		Total Pasivo + Patrimonio	\$ 18.577,75

 Propietario

 Contador

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de "El Chacarero"

Estado de flujo de efectivo

Hoja de trabajo: Para la elaboración del Estado de flujo de efectivo es necesario realizar la respectiva hoja de trabajo en el cual se toma información del estado de situación financiera y el estado de resultados, para determinar las variaciones y separarlas según las actividades de operación, inversión y financiamiento.

HOJA DE TRABAJO									
Cuentas	Año 2021	Año 2020	Variación	Ajuste	Cambios ajustados	Flujo de efectivo en actividades			
						OPE.	INV.	FINAN.	
Caja	\$ 1.658,38	\$ 505,44	\$ 1.152,94		\$ 1.152,94				\$ 6.965,81
Caja chica	\$ 54,60	\$ -	\$ 54,60		\$ 54,60				
Bancos	\$ 9.159,17	\$ 3.400,90	\$ 5.758,27		\$ 5.758,27				
Documentos y cuentas por cobrar clientes	\$ 367,93	\$ 432,45	\$ -64,52		\$ -64,52	\$ 64,52			
Inventarios de productos terminados	\$ 89,00	\$ 106,80	\$ -17,80		\$ -17,80	\$ 17,80			
Maquinaria y equipo	\$ 2.220,00	\$ 2.220,00	\$ -		\$ -				
Vehículos	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ -		\$ -				
Muebles y enseres	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ -		\$ -				
Equipo de computación	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -		\$ -				
Depreciación acumulada maquinaria y equipo (-)	\$ -888,00	\$ -666,00	\$ -222,00	\$ 222,00	\$ -				
Depreciación acumulada vehículo (-)	\$ -3.800,00	\$ -1.900,00	\$ -1.900,00	\$ 1.900,00	\$ -				
Depreciación acumulada muebles y enseres (-)	\$ -50,00	\$ -40,00	\$ -10,00	\$ 10,00	\$ -				
Depreciación acumulada equipo de computación (-)	\$ -333,33	\$ -166,67	\$ -166,67	\$ 166,67	\$ -				
TOTAL ACTIVO	\$ 18.577,75	\$ 13.992,92							
Cuentas por pagar a proveedores	\$ 32,67	\$ 620,12	\$ 587,45		\$ 587,45	\$ -587,45			
Capital	\$ 13.372,80	\$ 13.372,80	\$ -		\$ -				
Ganancia neta del ejercicio	\$ 5.172,28		\$ -5.172,28	\$ 5.172,28	\$ -				
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 18.577,75	\$ 13.992,92							
Venta de bienes	\$ 17.976,81		\$ -17.976,81		\$ -17.976,81	\$ 17.976,81			
Costo de productos vendidos	\$ 11.875,13		\$ 11.875,13	\$ -2.132,00	\$ 9.743,13	\$ -9.743,13			
Promoción y publicidad	\$ 234,93		\$ 234,93		\$ 234,93	\$ -234,93			
Transporte	\$ 80,00		\$ 80,00		\$ 80,00	\$ -80,00			
Sueldos, salarios y demas remuneraciones	\$ 40,00		\$ 40,00		\$ 40,00	\$ -40,00			
Suministros de oficina	\$ 66,30		\$ 66,30		\$ 66,30	\$ -66,30			
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 264,92		\$ 264,92		\$ 264,92	\$ -264,92			
Impuestos, contribuciones y otros	\$ 76,58		\$ 76,58		\$ 76,58	\$ -76,58			
Depreciación de propiedad planta y equipo	\$ 166,67		\$ 166,67	\$ -166,67	\$ -				
Ganancia neta del ejercicio	\$ 5.172,28		\$ 5.172,28	\$ -5.172,28	\$ -				
TOTAL						\$ 6.965,82	\$ -	\$ -	\$ 6.965,82

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de "El Chacarero"

El Chacarero		
Estado de flujo de efectivo por el Método Directo		
Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021		
US dólares		
Sector A		
Flujo de efectivo por actividades de operación		\$ 6.965,82
+ Efectivo recibido de clientes		\$ 18.059,13
Ventas de mercaderías y servicios	\$17.994,61	
Cobro de cuentas pendientes	\$ 64,52	
- Efectivo pagado a proveedores		\$ -10.330,58
Pagado a proveedores	\$ -587,45	
Compra de mercaderías, materia prima, insumos producción	\$ -9.743,13	
- Efectivo pagado a otros proveedores		\$ -762,73
Pagado a empleados, sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$ -40,00	
Promoción y publicidad	\$ -234,93	
Transporte	\$ -80,00	
Suministros de oficina	\$ -66,30	
Servicios básicos	\$ -264,92	
Impuestos contribuciones y otros	\$ -76,58	
Sector B		
Flujo de efectivo por inversiones		\$ -
- Egresos efectuados por		\$ -
Compra de activos fijos	\$ -	
Pasivo a largo plazo	\$ -	
Sector C		
Flujo de efectivo por financiamiento		\$ -
+ Ingresos producto de		\$ -
Préstamos netos recibidos (L/P)	\$ -	
- Egresos efectuados para		\$ -
Pago de cuotas de amortización de préstamos y obligaciones	\$ -	
= Efectivo neto provisto (o usado) por actividades de financiamiento (C)		\$ -
= Flujo del efectivo neto total (A +/- B +/- C)		\$ 6.965,82
+ Efectivo y equivalente al 1 de Enero del 2021		\$ 3.906,34
+ Efectivo y equivalente al 31 de Diciembre del 2021		\$ 10.872,15
Sector D ANEXO		
Conciliación de utilidad neta con flujo neto de Actividades de Operación		
Utilidad neta del ejercicio		\$ 5.172,28
+/- Ajustes a resultados		\$ 2.298,67
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 2.298,67	
+/- Ajustes a en el Balance General		\$ 82,32
Activos corrientes		
Aumento de inventario de mercadería	\$ 82,32	
Aumento de clientes		
Pasivo corriente		\$ -587,45
Aumento de proveedores	\$ -587,45	
Efectivo provisto o usado por actividades de operación (A)		\$ 6.965,81

Propietario

Contador

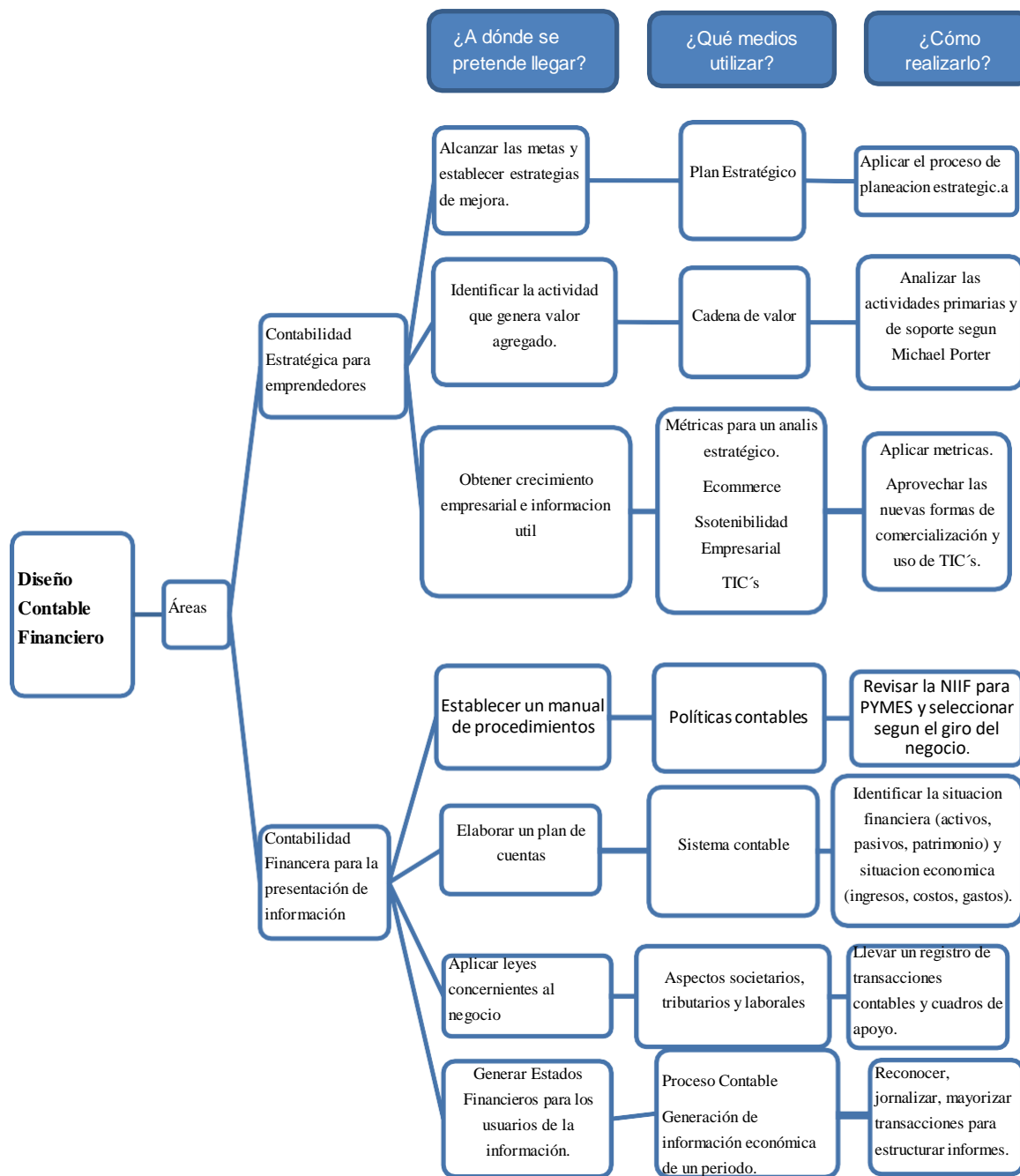
Fuente: Elaboración propia con información obtenida de "El Chacarero"

Información financiera en el negocio

Como se ha mencionado anteriormente el emprendimiento El Chacarero no cuenta con información contable establecida, pues al no estar en la obligación de llevar contabilidad dispone de un registro de ingresos y gastos. Lo que no le permite tener un control riguroso de los costos, gastos, precios de venta, ingresos, utilidad, entre otros rubros, importantes para una adecuada gestión financiera.

Con la aplicación del diseño contable en el que incluye el proceso contable hasta la generación de estados financieros el emprendedor mejorará, el control del negocio y tendrá conocimiento del rendimiento que genera en un periodo determinado. El emprendedor puede seguir el proceso contable establecido que le ayudará en sus operaciones en especial con respecto a costos pues al conocer el valor real del producto elaborado se puede tomar acciones inmediatas para evitar posibles desperdicios en el área de producción, se puede actuar en disminución de gastos innecesarios, establecer un margen de ganancia, fijar de políticas, determinar la utilidad o pérdida, realizar proyecciones con la elaboración y venta de nuevos productos, es decir tener mayor control de los recursos económicos.

Anexo M. Pre diseño contable



Elaboración: Autoras

Nota: Este esquema de desarrollo consiste en la exposición sucesiva y jerarquizada de las ideas de un tema, línea a línea, siguiendo un desarrollo lógico y estructurado” (Alfin EEES, 2019). Aquí se muestra los elementos a involucrarse dentro de la Contabilidad Estratégica y Contabilidad Financiera, organizado en base a 3 interrogantes: ¿A dónde se pretende llegar?, ¿Qué medios utilizar? y ¿Cómo realizarlo?

Anexo N. Otras entrevistas aplicadas al negocio

ENTREVISTA CADENA DE VALOR

1. ¿Cuáles son las estrategias que se mantiene para retener clientes y crear vínculos con ellos?

Entregar a tiempo el producto

Buena presentación

Inocuidad en el producto, con su respectivo sello.

2. ¿Cuál considera que es un valor agregado que cuenta el producto y por el que los clientes deben adquirirlo?

Producto natural sin preservantes

Buena presentación, logo especializado por ejemplo logo del queso, cholita cuencana.

Sabores ancestrales, rescate de los sabores

Empaque, con tema artesanal

Atención especializada a los clientes

3. ¿Con que frecuencia se realiza la compra de sus productos? Una vez por semana la Si hay algo

Una vez por semana compra materia prima como la cebolla, maracuyá, aji entre otros, esto para mantener la frescura.

2 veces por semana productos lácteos

Cada semana se adquiere diferentes productos para evitar la contaminación cruzada

4. ¿Cuál es el margen de ganancia que usted establece en sus productos de venta?

El precio de mercado se toma como referencia, así como los costos, dando como resultado una ganancia un 40 a 50%, pero no es un dato realmente determinado.

5. ¿Qué elementos considera para ofrecer un producto de calidad?

Inocuidad alimentaria

Presentación, etiqueta que llame la atención además de un buen diseño.

6. ¿Se aplica algún tipo de acciones de inmediato ante la pérdida de clientes?

Si se toma medidas inmediatas ante la pérdida de clientes, esto es buscar el inconveniente que le cliente ha tenido con el producto para mantener satisfecho al cliente. Existe un ejemplo cuando el cliente buscaba un producto en un punto de venta específico sin embargo no encontró el producto por un error de los encargados de bodega por la falta de perchado de los productos, ante ello ahora se deja los productos exactos que entran en una percha para evitar que los productos se encuentren en bodega, sin ser exhibidos, ofreciendo a los clientes un producto fresco.

7. ¿Se tiene definido y cuantificado la cantidad de clientes que mantiene actualmente su negocio?

Se cuenta con alrededor de 70 puntos de venta, que se encuentran situados en el Centro sur de la ciudad, se tiene planeado una expansión hacia el centro norte, entre algunos puntos de venta se tiene:

Cafeterías, Comisariatos, Mini tiendas y minimarket, Lugares donde se consume productos orgánicos, Tiendas y Gasolineras.

8. ¿Cuenta a con un espacio físico para la venta del producto e interacción con el cliente?

Cafetería es un punto de venta directo en el cual se puede interactuar con los clientes, además de realizar ventas en línea.

9. ¿Defina cuáles son las actividades que desarrolla para que el producto esté listo a la venta?

Proceso productivo de las salsas de ají.

- Lavado y seleccionado del producto

Compra de ají según requerimiento y necesidad del negocio.

Se clasifica de acuerdo al color, tamaño, variedad y por su grado de picor, descartando los frutos que no se encuentran en óptimas condiciones.

Posterior a eso el lavado que también se lo hace de manera manual que es netamente por higiene o inocuidad del proceso. Con el objetivo de limpiar exteriormente.

- Elaboración y sellado

Una vez preparada las salsas de ají, se procede a su embotellado y sellado y etiquetado que le toma en un tiempo de una hora y hora y media.

En esta etapa se procede a la elaboración de las salsas de ají, dependiendo del que se necesite su producción. Para esto él cuenta con insumos que lo ayudan en cuanto a medida, peso, todo depende del sabor.

- Empaquetado y Distribución

El producto una vez sellado se procede a empacar en cajas, y empezar su distribución al proveedor final.

10. ¿Qué estrategias de venta utiliza dentro de su negocio?

Promociones una vez al mes de salsas de ají, quesos.

Realizar combos por diferentes épocas al año.

Uso de WhatsApp para ofrecer el producto en diversos grupos y Marketplace

Interacción directa con los clientes en ferias

Uso de envases de vidrio no retornables, para reutilizarnos

11. ¿Cuenta con el conocimiento de las diferencias entre precio, costo y valor agregado?

Precio. - valor de venta del producto al público con el respectivo margen de ganancia

Costo. - valor que incluye fabricar el producto

Valor agregado. – lo que le hace novedoso al producto y diferente a la competencia.

12. ¿Considera usted que supera las expectativas de sus clientes al ofrecer el producto?

Desde luego, el objetivo es mantener a los clientes satisfechos, de manera de ofrecerles un producto ancestral, libre de conservante y 100% natural, diseñado acorde a sus necesidades. Además, por la interacción directa con los clientes se puede escuchar opiniones para mejorar y diversificar el producto a más puntos de venta. Así, también la gente lo relacionan.

13. ¿Cuál es proceso que sigue para abastecerse de materia prima para la producción del producto?

Se provee con anticipación revisar la materia prima existente

Hacer una aproximación de la materia prima existente a la producción a elaborarse para evitar la sobreacumulación de materia prima y los desperdicios. Se solicita un 10% más para prever futuras compras. Para evitar el desperdicio se disecan algunos productos, otros se curten.

Elaborar una lista, consultar con el proveedor frecuente para mantener varias alternativas.

Los precios ya son pactados con los proveedores para evitar alzas en los mismos

Una vez confirmado el pedido, se hace transferencia para recibir a domicilio o ir directamente y retirar y cancelar el valor del producto.

14. ¿Usa la tecnología para promocionar sus productos?

Por supuesto, el manejo de redes sociales como Instagram, WhatsApp, Marketplace, conferencias en radio, Tik tok.

15. ¿Cuenta con algún canal de venta para promocionar sus productos?

Por medio de las redes sociales se hacen los negocios, además de indicar los puntos de venta como los diferentes comisariatos en donde se encuentra el producto disponible a la venta.

16. ¿Qué aspectos considera para seleccionar un proveedor?

Formalidad, seriedad, honestidad en mantener acuerdos

Precio justo

Productos de calidad y en buenas condiciones.

Voluntad para ofrecer alternativas, buscando la manera de apoyar

17. ¿Una vez, que se ha vendido el producto se lleva un servicio postventa?

Claro que sí, pues por ejemplo en los centros comerciales se ayuda de los trabajadores de bodega para obtener con información del producto y así estar al día de la existencia de inconvenientes con la venta del producto. En cuanto a los consumidores finales se realiza una llamada o una visita para conocer el nivel de venta del producto entre otros aspectos.

18. ¿Maneja una cantidad mínima de producción o trabaja bajo pedido?

La cantidad mínima que se realiza al mes es de 40 a 45 cajas que contiene 24 unidades

250 unidades de los sabores que se producen al mes, teniendo en cuenta que el más solicitado es el de maracuyá, esto puede variar, en buenas épocas llega hasta 300 unidades.

Las ventas se encuentran en un promedio de 250 unidades al mes. Lo que se debe tener en cuenta es el stock es decir no pueden estar muchos días en bodega.

19. ¿Qué acciones realiza con los productos ya elaborados que no se han vendido?

No se coloca ninguna promoción se retira y se cambia el producto.

Se vuelve a procesar el producto

Se realiza insecticidas

En algunos centros comerciales le piden promociones en épocas importantes entonces aprovecha de los productos que tienen una rotación menor.

20. ¿Cuáles es el proceso de distribución de los productos?

Inicia con el pedido

El producto debe pasar por el lector del código de barras

Se verifica la fecha de caducidad

Entrega de la factura

Perchado del producto, en grandes cadenas se debe esperar un turno, en otros solo se entrega, perchán y se revisa el pago.

El máximo crédito es 30 días, algunos pagan la factura total otros solo los productos que se han vendido.

21. ¿Qué requisitos influyen para la contratación de personal?

Disponibilidad de tiempo para trabajo por horas

Responsabilidad

Puntualidad

Colaboración

22. ¿Cómo es el proceso de pago a proveedores?

Algunos proveedores dan la facilidad de cancelar a crédito, pero la mayoría al contado.

23. ¿Ha recibido comentarios acerca del producto que le ha ayudado que le ayudado a mejorar, indique cuáles?

Tapa del frasco

No tenía una medición para el consumo del ají, se diseñó una nueva tapa que regula la cantidad que sale del frasco para mayor comodidad del consumidor.

Sustancia más espesa

Se han tomado las sugerencias y revisado para mejorar el producto en cuanto a su consistencia.

Sugerencias

Se ha recibido algunos comentarios de los clientes a cerca de nuevos sabores que les gustaría probar.

De los comisariatos

Establecer ofertas por el black Friday, todos deben acatarse.

24. ¿Qué funciones cumple el personal contratado?

Se da las respectivas herramientas para que se haga la limpieza del área de producción.

Colaborar en la preparación de la materia prima, lavando y cortando ingredientes.

Hacer pedido de materia prima, ir a pagar en algunas ocasiones los mismos.

ENTREVISTA ANALISIS FODA

1. ¿Qué ventajas tiene su negocio sobre otros similares?

Los productos son de diferentes sabores, variados, innovadores y de calidad.

2. ¿Qué haces tú mejor que otros dueños de negocios?

Se desarrolla un producto artesanal, con aromas naturales, con un sabor tradicional, sin el uso de preservantes.

3. ¿Qué factores son los que hacen que consigas vender tus productos?

Las redes sociales, participación en ferias, participación en cursos internacionales

4. ¿Qué ventajas tienes en tus costes de compra o producción de productos o servicios?

El producto más vendido, el costo de la materia prima es barata y existe en todas las épocas del año.

5. ¿Puede atraer a otro tipo de cliente distinto de los que ya existe?

Clientes que son del extranjero

¿Puedes ampliar tu cartera de productos para cubrir nuevas necesidades de tus clientes?

Si puede ampliar con nuevos productos de forma tradicional

6. ¿Qué tipo de ayudas o subvenciones existen en tu país para negocio como el tuyo?

Participación en ferias artesanales, en donde se da a conocer el producto, así también en la exposición de productos artesanales a nivel internacional.

Oferta de préstamos por parte de instituciones financieras para fomentar el emprendimiento, con tiempo de gracia y a una tasa de interés accesible.

7. ¿Los productos pueden adaptarse fácilmente a nuevas tecnologías?

Si, el uso de la tecnología para realizar una venta en línea a distintos lugares del país.

8. ¿Qué nuevos competidores han entrado en tu mercado?

Ingreso de productos extranjeros, con similares características a un precio más económico.

9. ¿Qué obstáculos encuentras o puedes encontrarte en el futuro?

Incertidumbre sobre el comportamiento del mercado y competencia desleal.

Inflación en insumos necesarios para la producción.

Preferencia por productos que no son naturales, pero son más competitivos en cuanto al precio.

10. ¿Qué problemas encuentras en tu día a día al gestionar tu negocio?

Al ser un negocio pequeño la capacidad mínima de producción, es insuficiente para el cumplimiento de algunos requerimientos.

11. ¿Qué perciben tus clientes como debilidades o desventajas?

El tiempo de caducidad del producto es de 6 meses, comparado con la competencia.

12. ¿Qué les falta a tus productos o servicios para ser mejores?

Una mayor duración pues el tiempo de caducidad del producto es de solo 6 meses, comparado con la competencia.

ENTREVISTA PARA LA APLICACIÓN DE MÉTRICAS

Para el análisis de las siguientes métricas se tomó como datos el periodo 2021, por lo que la información proporcionada de la entrevista aplicada al propietario del negocio sirve de apoyo para el cálculo de los siguientes indicadores:

1. ¿De acuerdo a los productos que ofrece, especifique cuantas unidades se vendieron en el año 2021 que fueron entregados a tiempo?

Productos	Unidades vendidas
Salsas de ají 165gr	6671
Ají cristal encurtido 100gr	63
Ají de pepa de zambo 100gr	77
Pasta de ají de tomate riñón 300gr	42
Yogurt natural 1 litro	94
Yogurt griego 500 gr	63
Queso amasado campesino 500gr	203
Queso maduro natural 400gr	45
Queso maduro mixto de orégano y ají 400gr	33
Queso maduro de ají 400gr	12
Queso amasado de café 400gr	25
Jalapeños encurtidos 300gr	35
Carnes secas picantes 40gr	51
Total de unidades vendidas año 2021	7414

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

2. ¿Cuál es la cantidad de productos requeridos en el año 2021?

El requerimiento de productos para el año 2021 fue de 6878 unidades de las cuales se pudieron entregar a tiempo y vender 6671.

3. ¿Con cuántos clientes contaba en el año 2020 y 2021?

En el año 2020 tenía alrededor de 52 clientes, sin embargo, los clientes aumentaron para el año 2021 a 70 clientes.

4. ¿Cuántas horas son disponibles para la producción diaria de sus productos?

Una jornada normal de trabajo que comprende 8 horas diarias, es el tiempo que se dispone para la producción.

5. ¿Cuál considera usted es el producto más vendido?

La salsa de ají de maracuyá es la que más se comercializa, siendo el producto estrella por su sabor exquisito.

6. ¿Qué tiempo le toma la producción de una salsa de ají de maracuyá?

Una unidad se produce alrededor de 12 minutos máximo.

7. ¿Desde el inicio de la elaboración de productos nuevos, qué cantidad aproximadamente se ha vendido de cada uno durante año 2021?

Productos Nuevos 2021	Unidades vendidas	PVP	Valor de ventas
Ají cristal encurtido 100gr	63	\$ 2,50	\$ 157,50
Ají de pepa de zambo 100gr	77	\$ 3,75	\$ 288,75
Pasta de ají de tomate riñón 300gr	42	\$ 5,00	\$ 210,00
Yogurt natural 1 litro	94	\$ 2,50	\$ 235,00
Yogurt griego 500 gr	63	\$ 3,00	\$ 189,00
Queso amasado campesino 500gr	203	\$ 3,25	\$ 659,75
Queso maduro natural 400gr	45	\$ 6,75	\$ 303,75
Queso maduro mixto de orégano y ají 400gr	33	\$ 6,75	\$ 222,75
Queso maduro de ají 400gr	12	\$ 6,75	\$ 81,00
Queso amasado de café 400gr	25	\$ 3,75	\$ 93,75
Jalapeños encurtidos 300gr	35	\$ 5,00	\$ 175,00
Carnes secas picantes 40gr	51	\$ 3,00	\$ 153,00
Total de unidades vendidas año 2021	743		\$ 2769,25

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

8. ¿Cuál es el valor total de ventas de salsas de ají del año 2021, con el valor de ventas de productos nuevos?

El valor total de ventas de salsas de ají es de \$ 17976,81y el valor de ventas que incluye todos los productos ofrecidos al mercado asciende a \$ 20746,06.

9. ¿Cuál es el valor de mercado referente que involucra mayor competencia en cuanto a las salsas de ají de maracuyá?

En referencia a productos ancestrales del mismo sector están a un precio alrededor de \$ 3,00

10. ¿Cuál es margen de utilidad que usted desea en la venta sus productos como las salsas de ají de maracuyá?

El margen de rentabilidad está en un 35%.

11. ¿Con cuántos productos contaba en el año 2020?

En el año 2020 contaba con 6 productos, sin embargo, a raíz de la pandemia empecé a realizar nuevos productos que son muy aceptados por los clientes teniendo 12 productos adicionales.

Productos en el año 2021: Yogurt natural, yogurt griego, queso amasado campesino, queso maduro natural, queso maduro mixto de orégano y ají, ají cristal encurtido, pasta de ají de tomate riñón, queso maduro de ají, jalapeños encurtidos, carnes secas picantes, queso amasado café y ají de pepa de zambo.

Productos en el año 2020: Ají de maracuyá, ají de tomate, ají jalapeño, ají ahumado, ají picante rocoto rojo, ají picante rocoto amarillo.

12 ¿Dentro de su negocio, cual es el método que se usa para generar ventas?

Se lo realiza mediante promociones en redes sociales realizadas por el mismo propietario, sin embargo, si se invierte dinero para llevar los productos a exposiciones en ferias que son esporádicas.

13. ¿Cuál es la cantidad de dinero que invirtió usted para conseguir nuevos clientes en el año 2021?

Para adquirir nuevos clientes se asistió a ferias para dar a conocer el producto, algunas ferias son gratuitas otras no. En el año 2021 se invirtió un valor de \$314,93 que incluye los siguientes

rubros: transporte \$80.00, servicio post venta, publicidad en los medios digitales y participación en ferias un valor anual de \$234,93.

14. ¿Cuál es la cantidad total de clientes que mantiene actualmente en el negocio?

El número de clientes fijos se subdividen en base a la siguiente tabla:

Tipo de cliente	Número de clientes
Gasolineras	9
Comisariatos	20
Cafeterías	2
Tiendas veganas	12
Otros Clientes	27
Total clientes	70

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

15. ¿A cuánto ascendió el valor de ventas durante el año 2020?

El valor de ventas en el año 2020 según registros de ingresos fue aproximadamente de \$ 13015,23.

16. ¿Cuál fue el valor de ventas de salsas de ají por cliente durante año 2021?

Tipo de cliente	Valor de ventas por cliente
Gasolineras	\$ 2875,92
Comisariatos	\$ 5013,60
Cafeterías	\$ 2430,09
Tiendas veganas	\$ 3148,20
Otros clientes	\$ 4509,00
Total ventas	\$ 17976,81

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

N° PROD.	Gasolineras	Comisariatos	Cafeterías	Tiendas Veganas	Otros Clientes
Precio PVP	3	3	3	3	3
% Descuento	8%	20%	7%	10%	0%
Precio con descuento	2,76	2,40	2,79	2,70	3
Unidades vendidas año 2021	1042	2089	871	1166	1503

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de “El Chacarero”

17. ¿En base al año 2021, cuántos clientes considera usted satisfechos?

Los clientes fijos considero son clientes satisfechos por la recurrencia en sus compras y por las sugerencias que dan a los productos, lo que sirve de apoyo para mejorar día a día, con un total de 43 clientes fijos.

18. ¿Con cuánto dinero inició el año 2021 tanto en caja como en bancos?

Inicio año 2021

Caja \$ 505,44

Bancos \$ 3400,90

19. ¿Cuál fue el monto con el que inició durante el año 2021 en cuentas por cobrar a clientes?

Cuentas por cobrar al inicio fue de \$ 432,45

20. ¿Mantiene obligaciones pendientes al corto plazo con los siguientes rubros?

Al iniciar el 2021

Cuentas por pagar a proveedores \$ 620,12

21. ¿Mantiene alguna deuda pendiente de pago con instituciones financieras al largo plazo?

No mantiene valores pendientes de pago con instituciones financieras.

22. Detalle la inversión de su negocio

Anexo J.

23. ¿Mantiene el costo de producción de cada uno de los productos que ofrece?

Los costos se conocen de forma básica, no representan fiabilidad en su totalidad debido a que no se cuenta con un control contable que permita determinar su valor real.

¿Indique, cuál es precio de venta por cada producto?

Anexo J.

Indique el valor de gastos que incurrió durante el año 2021

Anexo J.