

Universidad Técnica Nacional
Carrera de Licenciatura en Contaduría Pública
Sede Central

Diseño de Guías Didácticas y desarrollo de un Plan de Capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela.

Modalidad Proyecto
Informe final de graduación para optar por el grado de
Licenciatura en Contaduría Pública

Estudiantes:

Ingrid Herrera Espinoza

Patricia Bravo Barahona

Johanna Rojas Valencia

ALAJUELA, AGOSTO 2016

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIAS.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
CAPÍTULO I	1
1.1 Introducción	1
1.2 Descripción del tema de estudio.....	3
1.3 Justificación	5
1.4 Objetivos de la investigación	7
1.5 Estado de la Cuestión.....	7
1.6 Matriz de Congruencia.....	11
1.7 Alcance y Limitaciones	12
CAPÍTULO II	14
2 Marco Teórico	14
CAPÍTULO III	29
3 Estrategia metodológica	29
3.1 Tipo de investigación.....	29
3.2 Enfoque de la investigación.....	30
3.3 Conceptualización de variables.....	30
3.4 Fuentes de información	35
3.5 Población y muestra.....	36
3.5.1 Descripción y caracterización de la población	36
3.5.2 Diseño muestral	37
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de la información	38
3.6.1 Técnicas.....	39
3.6.2 Instrumentos	41
3.7 Métodos y técnicas de análisis de la información.....	42
CAPÍTULO IV	43
4 Análisis de datos y propuesta de solución	43
4.2.1 Guía didáctica de Mercadeo	91
4.2.2 Guía didáctica de Contabilidad Básica.....	92
4.2.3 Guía didáctica de Costos	92

CAPÍTULO V	95
5 Conclusiones	95
CAPÍTULO VI	97
6 Recomendaciones	97
BIBLIOGRAFÍA	99
ANEXOS	104
7.1 Carta de autorización del proyecto	104
7.2 Encuesta miembros de la Junta Directiva de ASODULCE.....	105
7.3 Guía para diagnóstico de la situación actual ASODULCE	110
7.4 Hoja de Registro.....	114
7.5 Encuesta Telefónica a clientes de ASODULCE	115
7.6 Análisis de agua potable	116
7.7 Análisis de la planta de tratamiento de aguas residuales.....	117
7.8 Emisión de gases de la caldera.....	120
7.9 Manejo de desechos sólidos	122
7.10 Invitación	127
7.11 Control de Asistencia	128
7.12 Guía didáctica de Mercadeo.....	132
7.13 Guía didáctica de Contabilidad Básica.....	157
7.14 Guía didáctica de Costos	190
7.15 Certificación filóloga	221
7.16 Carta de profesor tutor	222
7.17 Carta de profesores lectores	223

DEDICATORIAS

Dedico este proyecto de graduación a mis padres, quienes me apoyan a diario con sus oraciones y desde siempre me han inculcado la importancia de poner el máximo esfuerzo en lograr mis metas y sueños.

A mi hermano Mac Donald Bravo Barahona por su interés, motivación, por compartirme sus conocimientos y experiencias, lo cual fue enriquecedor y fundamental para la conclusión de este trabajo.

A mi querida amiga, Ingrid Herrera Espinoza quien siempre creyó en mí y con su apoyo, motivación y entrega en los momentos más difíciles del desarrollo de este trabajo, hizo posible que encontrara el impulso y el respaldo necesario para lograr los objetivos propuestos.

Patricia Bravo Barahona

Dedicado a mi madre por sus sabios consejos y a mi pareja por estar a mi lado durante este proceso, por ser mi guía y mi apoyo incondicional.

Johanna Rojas Valencia

Este proyecto se lo dedico a la persona más importante en mi vida, mi madre, quien con sus consejos y oraciones me ha apoyado en todos los proyectos de mi vida de forma incondicional.

También incluyo a mi compañera y gran amiga Patricia Bravo, con quien he compartido todo el proceso universitario desde diplomado hasta la licenciatura y esta es la culminación de una carrera que sumamos juntas de forma exitosa.

Ingrid Herrera Espinoza

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios porque nos iluminó en momentos de incertidumbre, por darnos salud, paciencia y fortaleza, claves para lograr con éxito este proyecto. A nuestras familias por el apoyo brindado, el tiempo sacrificado para vernos alcanzar nuestras metas y porque siempre creyeron en nosotras y en la importancia de este proyecto.

A nuestro tutor Lic. Henry Alvarado Chavarría, por el acompañamiento, consejos, ayuda y por contagiarnos de su espíritu positivo, gracias profesor por ayudarnos a hacer esto posible.

A nuestros lectores Lic. Jhonatán Quirós Maroto y Lic. Emilia Orozco Sánchez, por las observaciones, la realimentación y su profesionalismo.

A Patricia Calvo Cruz, quien siempre dedica su tiempo y esfuerzo para lograr una mejora continua de la carrera y nos ha apoyado, escuchado y motivado a continuar.

Al señor Daniel Boza Mendoza, por la paciencia, su ayuda desinteresada, por el acompañamiento y las observaciones realizadas, esto también se lo debemos a usted.

Al señor Federico Arce Jiménez, Director de la Editorial Universitaria, Universidad Técnica Nacional, por sus observaciones, recomendaciones y consejos.

Al Ingeniero Agrónomo Juan Vicente Orozco Delgado, por el tiempo y el interés mostrado en ayudarnos en el proyecto.

A nuestros jefes y compañeros de trabajo por los conocimientos y experiencias compartidas, por su tiempo para escucharnos y por las palabras de aliento.

A los asociados de ASODULCE y sus familiares por permitirnos realizar nuestro proyecto de graduación en su Asociación; por la confianza, colaboración, paciencia, disponibilidad y por el interés mostrado al asistir a las capacitaciones, gracias porque hicieron posible este proyecto y contribuyeron a nuestro desarrollo personal y profesional.

Muchas Gracias a todos

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

La Asociación de Productores de Dulce Ecológico (ASODULCE) está compuesta por la unión de 19 productores, quienes decidieron iniciar el proyecto de construir un trapiche industrial que emplee buenas prácticas en procura de salvaguardar el medio ambiente; razón por la cual abandonaron sus viejos y contaminantes trapiches, ya que incurrían en un gasto excesivo de leña y quema de llantas, acción que contaminaba el ambiente dañando la salud de los vecinos. Para su puesta en marcha se contó con la asesoría técnica del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el apoyo financiero de instituciones públicas y privadas.

La estructura organizacional de la Asociación está conformada por cuatro departamentos claramente definidos: Producción, Ventas, Empaque y Administración, de su puesta en marcha se encargan los asociados, así como vecinos contratados para realizar labores en el área de producción. La materia prima con la que trabaja se cosecha en la zona de La Paz de San Ramón, Alajuela; la actividad de la Asociación beneficia aproximadamente a cincuenta familias productoras de caña de azúcar.

El principal objetivo de la investigación es proporcionar conocimientos técnicos básicos a los asociados en temas como: contabilidad, costos y mercadeo. Puesto que la carencia de conocimientos en los supra citados temas puede dificultarles poner en marcha nuevos proyectos, la adecuada toma de decisiones, garantizar la continuidad y crecimiento de su negocio, entre otras.

Para el abordaje de la presente investigación el trabajo se desarrollará de la siguiente manera:

El Capítulo uno contiene una descripción general del tema de estudio, la justificación del problema, se presentan los objetivos como marco orientador para la elaboración de la investigación, el Estado de la Cuestión el cual enmarca aquellos trabajos realizados por diferentes autores (nacionales y extranjeros), la matriz de congruencia y por último se incluye el alcance y las limitaciones presentes en el desarrollo de este proyecto.

En el Capítulo dos se detallan, a modo de preámbulo, algunos aspectos históricos de la caña de azúcar, así como antecedentes e información propia de ASODULCE, tal como: Misión, Visión, línea de productos y estructura organizativa. Además, fundamentos teóricos que proporcionan al lector una guía para comprender lo desarrollado en el presente trabajo de investigación.

El Capítulo tres contiene la estrategia metodológica utilizada en el desarrollo de la investigación, en este apartado se establece el tipo y el enfoque de la investigación, la conceptualización de variables, las fuentes de información, la población y una breve explicación de la delimitación de la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de los datos, además los métodos y técnicas de análisis de la información.

En el cuarto Capítulo se lleva a cabo el análisis e interpretación de los datos obtenidos producto de la aplicación de estrategias de recolección de información, además, se detalla la propuesta de solución a la problemática identificada, la cual

incluye datos valiosos sobre el desarrollo del material didáctico y la puesta en marcha del plan de capacitación, así como los principales resultados alcanzados.

El Capítulo cinco contiene las conclusiones obtenidas por el grupo investigador respecto a los objetivos planteados y al análisis de la información.

Por último, en el Capítulo seis se presentan las recomendaciones propuestas, las cuales tienen como principal objetivo fortalecer la gestión de la Asociación brindándoles una línea orientadora de aspectos claves que pueden desarrollar en el mediano o largo plazo.

1.2 Descripción del tema de estudio

ASODULCE cuenta con una línea de productos que con el paso del tiempo se ha ido diversificando para ofrecer mayor variedad a sus clientes, motivando el consumo de dulce de caña entre consumidores de la comunidad y otros clientes potenciales. Actualmente, la Asociación ofrece al mercado productos tradicionales como el dulce granulado y la tapa de dulce que se fabrica en cuatro tamaños, adicionalmente, preparan sobao (este se vende bajo pedido previo por su poca demanda), además como producto de introducción se encuentra la miel de dulce de caña.

Las actividades administrativas que se llevan a cabo en ASODULCE, son realizadas por el gerente y una asistente administrativa. Algunos de los asociados brindan apoyo en ciertas funciones basándose en conocimientos empíricos obtenidos o bien en capacitaciones que en algún momento recibieron gracias a los aportes de instituciones gubernamentales como el Ministerio de Agricultura y

Ganadería (MAG) e Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). Sin embargo, no se realiza una actualización permanente de los conocimientos adquiridos.

Para la supervivencia y desarrollo de la gestión empresarial, se considera fundamental la actualización constante, como una medida que permite fortalecer las actividades propias del negocio, además sirve de base para obtener herramientas que faciliten la toma de decisiones de los miembros de la Junta Directiva de la Asociación.

ASODULCE cuenta con maquinaria y equipo suficiente para aumentar sus niveles de producción, lo cual contribuye a maximizar ganancias, minimizar costos y eventualmente realizar alianzas estratégicas que le permitan diversificar sus líneas de producción logrando un crecimiento en el mercado local, así como la promoción de los subproductos de la caña a nivel internacional. No obstante, la falta de conocimiento técnico y la resistencia al cambio, se convierten en los principales factores que frenan el crecimiento del negocio, lo mantienen en un estado de confort que puede resultar nocivo; se debe tomar en cuenta que la competencia y los mercados cambiantes obligan a innovar y mejorar para mantenerse en el mercado.

Al identificar la problemática, se plantea una posible solución que consiste en el desarrollo de guías didácticas acompañadas de capacitaciones para los asociados, las cuales pretenden transmitir conocimientos, motivar y promover la actualización en temas encaminados a fortalecer las actividades del negocio, brindándoles herramientas que les ayuden en la toma de decisiones.

1.3 Justificación

En la Paz de San Ramón, Alajuela, se encuentra la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, la cual está conformada por un grupo de agricultores que han dedicado la mayor parte de su vida al cultivo de la tierra, enfrentando varios obstáculos, entre ellos destacan la baja escolaridad y la falta de apoyo en conocimientos técnicos, administrativos y contables.

Debido a lo anterior, surge la necesidad de que los asociados adquieran conocimientos básicos en temas relacionados con la gestión diaria de la Asociación, que cuenten con materiales didácticos en contabilidad, costos y mercadeo; elaborados con relación a su actividad comercial facilitando su consulta cuando sea necesario.

Si bien el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC), por medio de su plataforma virtual de apoyo a las Pymes, facilita material audiovisual básico y técnico en contabilidad, costos y mercadeo al público en general; se debe considerar que la población en la que se enfoca este proyecto tiene un conocimiento limitado, respecto al uso de la computadora e internet, razón de peso para brindar las capacitaciones de forma presencial. De igual forma se considera necesario, con el fin de facilitar la comprensión de los contenidos y dar el acompañamiento que requieren los participantes, realizar las guías con ejemplos personalizados y orientados a la actividad económica de la Asociación.

La ejecución de este proyecto pretende transmitir a los asociados las herramientas básicas necesarias para comprender el entorno de su negocio, teniendo la posibilidad de aumentar la capacidad de producción, diversificar la línea

de productos para aumentar su permanencia en el mercado y aprovechar el crecimiento en infraestructura y producción que han logrado en los últimos años.

Debido a la creciente competencia y el surgimiento de productos similares o sustitutos a los desarrollados en ASODULCE, surge la necesidad de brindar capacitaciones a los asociados para que aprovechen la experiencia obtenida a lo largo de los años en la elaboración de productos derivados de la caña de azúcar y adquieran conocimientos básicos que les permitan: fortalecer sus negociaciones, consolidar alianzas estratégicas, posicionarse en el mercado, comprender la situación financiera y tomar decisiones asertivas sobre el porvenir de la Asociación.

Los principales beneficiarios con el desarrollo del proyecto serán los 19 asociados, sus familiares, trabajadores y proveedores de materias primas; los cuales ante un eventual crecimiento en la producción y desarrollo de nuevos proyectos pueden aumentar sus ingresos. Por otro lado, el hecho de que la Asociación crezca y se mantenga en el mercado puede beneficiar a la localidad, ya que se convertirá en una fuente de empleo para la comunidad en general y un foco de desarrollo local.

1.3.1 Interrogantes del Problema

¿Cuál es el nivel de conocimiento que tienen los asociados y familiares de la Asociación de Productores de Dulce Ecológico (ASODULCE) respecto a temas como: Contabilidad General, Costos y Mercadeo?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo General

Diseñar Guías Didácticas para la implementación de un Plan de Capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela.

1.4.2 Objetivos Específicos

Determinar el nivel de conocimiento que poseen los asociados sobre Contabilidad General, Costos y Mercadeo; por medio de un diagnóstico, como insumo para establecer los temas de las guías didácticas.

Elaborar guías didácticas en Contabilidad General, Costos y Mercadeo para los asociados de ASODULCE.

Implementar el plan de capacitación diseñado para los miembros de la Asociación y sus familiares, mediante el uso de las guías didácticas, con el fin de fortalecer la gestión de ASODULCE.

1.5 Estado de la Cuestión

Con el paso de los años, la educación por medio de guías didácticas ha tomado mayor relevancia debido a que facilita y optimiza el conocimiento integral de forma efectiva por medio de la práctica y teoría.

Benavides (2009), expresa lo siguiente:

En la elaboración de una guía didáctica debe seguirse un proceso de planificación con el objetivo de conocer: el modo de reunir el escenario con el método (CÓMO), seleccionando los contenidos (QUÉ), a fin de alcanzar los

objetivos que se pretenden conseguir (PARA QUÉ), explicando las razones (POR QUÉ), la secuencia y la temporalización de la enseñanza (CUÁNDO), tomando en cuenta los recursos (CUÁNTO), los agentes que intervienen (QUIÉNES), y el lugar donde se desarrolla el proceso educativo (DÓNDE). (p. 4).

La metodología estadística como técnica de investigación apoyada con la observación, foro y/o encuesta, es sin duda, un factor crucial para la elaboración de guías, ya que permite verificar la necesidad de la herramienta en el entorno en el que se desea aplicar. De acuerdo con Córdoba (2007) la estadística se define como: "la ciencia que proporciona los procedimientos para recopilar, organizar, presentar y analizar datos con el fin de describirlos o realizar generalizaciones válidas" (p.1).

En el ámbito internacional, se han realizado algunas tesis enfocadas en la elaboración de guías didácticas, las cuales se mencionan a continuación:

En primera instancia se encuentra la investigación confeccionada por Minga (2010), para su preparación, se basó en las normas vigentes para desarrollar la metodología guiada con prácticas, organizadores cognitivos e imágenes alusivas a los tópicos de interés utilizando el método descriptivo y estadístico.

Su autora constató que a través de prácticas guiadas, el conocimiento de los alumnos que utilizaron esta fuente de estudio se ha beneficiado a lo largo del tiempo porque la metodología expresada es de fácil acceso.

Por otra parte, la investigación realizada por Holguín (2012), señala la importancia de una guía didáctica contable como fuente de abastecimiento ante la

carencia del reforzamiento técnico en los profesionales de esta área. La autora cumple sus objetivos tomando como base herramientas interactivas y la normativa contable que faciliten el auto aprendizaje.

Adicionalmente, Albino (2010), realizó una herramienta de control de costos por medio de una guía ilustrada para garantizar información fidedigna, oportuna y de fácil aprendizaje. Asimismo, sus objetivos se enfocan en mostrar por medio de un diagnóstico, la situación actual de las pequeñas empresas y propone mejoras para comprender el sistema de costos.

Por otro lado, en la Universidad Adolfo Ibáñez de Chile (2011), se realizó un seminario sobre didáctica para que los profesores de dicha universidad adoptaran técnicas actualizadas sobre los métodos de enseñanza que faciliten el entendimiento de sus alumnos. Se considera que este tipo de capacitaciones son idóneas para mantener a la facultad atenta a las nuevas tendencias de educación.

En el ámbito nacional, el Ministerio de Educación Pública (MEP, 2011) figura como propulsor activo de la educación por medio de guías didácticas bajo estándares de desempeño e igualdad en las oportunidades de aprendizaje. En su sitio web, hace referencia a un proyecto que consiste en el desarrollo de una revista digital elaborada y publicada por estudiantes aprovechando la tecnología y su iniciativa de emprendedurismo (p.1).

Existen entidades estatales como el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, que brindan capacitaciones a pequeñas empresas en temas relacionados con la administración de negocios, las cuales son esenciales para el crecimiento de toda organización. En su sitio web, se muestra material audiovisual de las capacitaciones brindadas sobre Contabilidad General, Contabilidad de

Costos y Mercadeo, enfocada a diversos sectores de comercio. Los temas están divididos por módulos con la finalidad de abarcar toda la terminología necesaria para lograr el éxito en el aprendizaje de los participantes durante cada sesión.

Por otra parte, el Centro de Estudios y Publicaciones CEP ALFORJA (2015), el cual funge como escuela de educación popular, ha desarrollado proyectos para la enseñanza tanto en zonas rurales como urbanas con la finalidad de fomentar el emprendedurismo entre los miembros participantes. (p.1).

Para la elaboración de la guía didáctica sobre Costos, se toma como antecedente el estudio ejecutado por Morales, Palma y Sáenz de la Universidad de Costa Rica (2013), de la carrera de Economía Agrícola y Agronegocios con énfasis en Agroambiente, con el fin de crear, consolidar estrategias de mercado y fomentar el control de costos de producción por medio de un sistema automatizado. Para ello tomaron como base los siguientes objetivos:

- Estrategia de mercado para comercializar los productos: dulce líquido original y dulce líquido saborizado.
- Modelo de costos para los productos.
- Plan de negocios para implementar un proyecto de agroturismo rural accesible.

Dicha herramienta no ha sido aprovechada por los asociados de ASODULCE debido al desconocimiento de cómo utilizarla y temor al cambio. Debido a lo anterior y con la finalidad de evitar que se vuelva a repetir, se decidió combinar la elaboración de guías didácticas y la presentación de los contenidos por medio de capacitaciones.

1.6 Matriz de Congruencia

En la Tabla 1 se detallan las preguntas de investigación respectivas para cada uno de los objetivos específicos de este proyecto.

Tabla 1 Cuadro de Congruencia

Tema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Preguntas de investigación
Diseño de guías didácticas y desarrollo de un plan de capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela.	Diseñar guías didácticas para la implementación de un plan de capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela.	Determinar el nivel de conocimiento que poseen los asociados sobre Contabilidad General, Costos y Mercadeo; por medio de un diagnóstico, como insumo para establecer los temas de las guías didácticas.	¿Cuál es el nivel de conocimiento que tienen los asociados y familiares de la Asociación de Productores de Dulce Ecológico (ASODULCE) con respecto a temas como: Contabilidad General, Costos y Mercadeo?
		Elaborar guías didácticas en Contabilidad General, Costos y Mercadeo para los asociados de ASODULCE.	¿Cuál material teórico o audiovisual puede servir de base para el desarrollo de las guías didácticas?
		Implementar el plan de capacitación diseñado para los miembros de la Asociación y sus familiares, mediante el uso de las guías didácticas, con el fin de fortalecer la gestión de ASODULCE.	¿Qué tipo de metodología se va a utilizar para el desarrollo del plan de capacitación?

Elaboración propia del equipo investigador.

1.7 Alcance y Limitaciones

1.7.1 Alcance

El presente estudio tiene como alcance determinar el grado de conocimiento que tienen los miembros de la Junta Directiva de ASODULCE en temas de Contabilidad General, Costos y Mercadeo; así como de su negocio en general, a nivel administrativo y gerencial.

La delimitación de este estudio según los objetivos específicos propuestos, consiste en: un informe que contendrá el análisis de situación actual de la Asociación, tres guías didácticas de Contabilidad General, Costos y Mercadeo y por último un informe el cual estará compuesto por los resultados obtenidos en las capacitaciones que se pretenden impartir.

1.7.2 Limitantes

En el desarrollo de esta investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

1. Según el cronograma realizado por el equipo investigador se proyectaron cuatro sesiones para la ejecución de las capacitaciones. Sin embargo, debido a la falta de disponibilidad de los asociados para asistir a las capacitaciones las mismas se tuvieron que desarrollar en dos sesiones de trabajo de 6 horas cada una.
2. No se contó con la participación del 100% de los invitados a las capacitaciones.
3. El nivel de escolaridad de los asociados que se hicieron presentes y el hecho de que no todos estén involucrados directamente en la actividad

de ASODULCE, provocó dificultades a la hora de transmitir los contenidos de las guías, ya que se debía ir más despacio y dar muchos ejemplos para lograr la comprensión del tema.

CAPÍTULO II

2 Marco Teórico

2.1 La caña de azúcar en Costa Rica

Según Chávez (2010) la actividad del cultivo de caña de azúcar en el territorio nacional data desde el año 1530, las referencias históricas atribuyen al conquistador español Pedro Arias Dávila la posible introducción de la caña de azúcar al país, procedente del Caribe, propiamente de Puerto Rico a través de Nicaragua.

El destino básico de la materia prima (caña) y del producto fabricado a partir de la misma era la producción de dulce, chicha (bebida alcohólica) y la alimentación animal, con orientación principalmente hacia el autoabastecimiento, para 1689 se da la exportación de dulce granulado, a través de los puertos de Caldera y Nicoya hacia Panamá y Nicaragua. (p. 02).

Según González y Troyo (2003), el término trapiche proviene de la palabra *trapetes*, que significa: "piedra de molino de aceite", una herramienta que fue de uso familiar en América Latina. En el caso de Costa Rica, este se refiere tanto al molino de la caña de azúcar como al lugar donde se procesaba el dulce de tapa.

En 1741 se tiene registros de la existencia de tres trapiches en Cartago, tres en Esparza, cuatro en Ujarrás y 159 en los valles de Aserri, Barva y Santa Ana. Después de más de un siglo, en 1914, el país contaba ya con 1,764 trapiches movidos por fuerza animal, 107

por fuerza hidráulica y ocho a vapor; es decir, un total de 1,879. Cabe mencionar que no todos realizaban labores tradicionales en la producción del dulce de tapa.

El cantón de San Ramón, cuya fundación data del año 1844, construyó su primer trapiche por iniciativa de dos pioneros: Lucas Elizondo y Pío Villalobos; antes de ello, el dulce se traía de Alajuela. Al noroeste de la ciudad de San Ramón, en el distrito de Piedades Norte se localiza una de las zonas cañeras por excelencia, en especial los caseríos de La Paz y Bajo La Paz, donde aún en el año 2003 abundaban los trapiches.

La Paz es un pequeño caserío con un poco más de 2,000 habitantes, la región se caracteriza por un ambiente de bosque nuboso, sus pobladores se dedican a la actividad agrícola y la ganadería de leche, se siembra algo de café, sin embargo el cultivo predominante es la caña de azúcar. (pp 02-17).

2.2 Antecedentes de ASODULCE

Según el reportaje publicado en el periódico Al Día (Salazar, 2004), el 13 de febrero del 2004, se inaugura la Asociación de Productores de dulce ecológico, la cual es un trapiche ecológico propiedad de un grupo de productores de Bajo La Paz, San Ramón.

Dicho grupo compuesto por 34 productores de dulce, iniciaron en 1997 el proyecto de abandonar sus viejos y contaminantes trapiches, para construir una moderna planta que funciona a vapor, utilizando el bagazo de la caña como combustible. (párr. 01-02).

Según Mora (2006) El señor Alejo Ramírez (tesorero de la Asociación en ese entonces), explicó que con ayuda del Instituto de Desarrollo Agrario, Mideplan y la embajada de Canadá, compraron un terreno y además recurrieron a financiamiento para cubrir las obras de reconversión productiva.

Luego de invertir aproximadamente \$50 millones en la construcción del trapiche y la capacitación necesaria para su manejo, se logró aprovechar el 75% del jugo de caña, con el sistema anterior se aprovechaba solo el 50%. (p.01).

2.3 Misión de ASODULCE

La Misión de la Asociación de productores de dulce ecológico es:

Somos una organización de agricultores(as) dedicados a la producción e industrialización de la caña de azúcar y la comercialización de dulce ecológico, mejorando los sistemas tradicionales bajo un concepto de armonía con el ambiente y con un espíritu de colaboración entre nuestros asociados(as) y con otras organizaciones. Promovemos la capacitación integral de nuestros miembros, trabajadores y sus familias, buscando el mejoramiento social, económico y cultural de nuestra comunidad.¹

¹ Fuente: Asociación de Productores de Dulce Ecológico ASODULCE (2015).

2.4 Visión de ASODULCE

Su Visión es:

Seremos una organización consolidada y líder en la producción de dulce ecológico, con una planta industrial de alta tecnología, comercializando productos de excelente calidad para el mercado nacional e internacional. Ofreceremos con eficiencia servicios en: capacitación, asistencia técnica, investigación, transporte, insumos, recreación, agroecoturismo, entre otros, que en conjunto contribuyan al desarrollo económico, social, ambiental y cultural de nuestra comunidad.²

2.5 Línea de productos

ASODULCE comercializa sus productos dentro del territorio nacional, entre ellos están: dulce de tapa, dulce granulado, miel de dulce y sobao.



Figura 1. Fotografías Productos (Dulce granulado, tapa de dulce y sobao)
Elaboración propia del equipo investigador

² Fuente: Asociación de Productores de Dulce Ecológico ASODULCE (2015).

2.6 Estructura Organizativa ASODULCE

Está constituida por cuatro niveles jerárquicos:

- Asamblea General
- Junta Directiva
- Gerencia
- Niveles operativos (Producción, Empaque, Administración, Mercadeo y Ventas y Ventas)

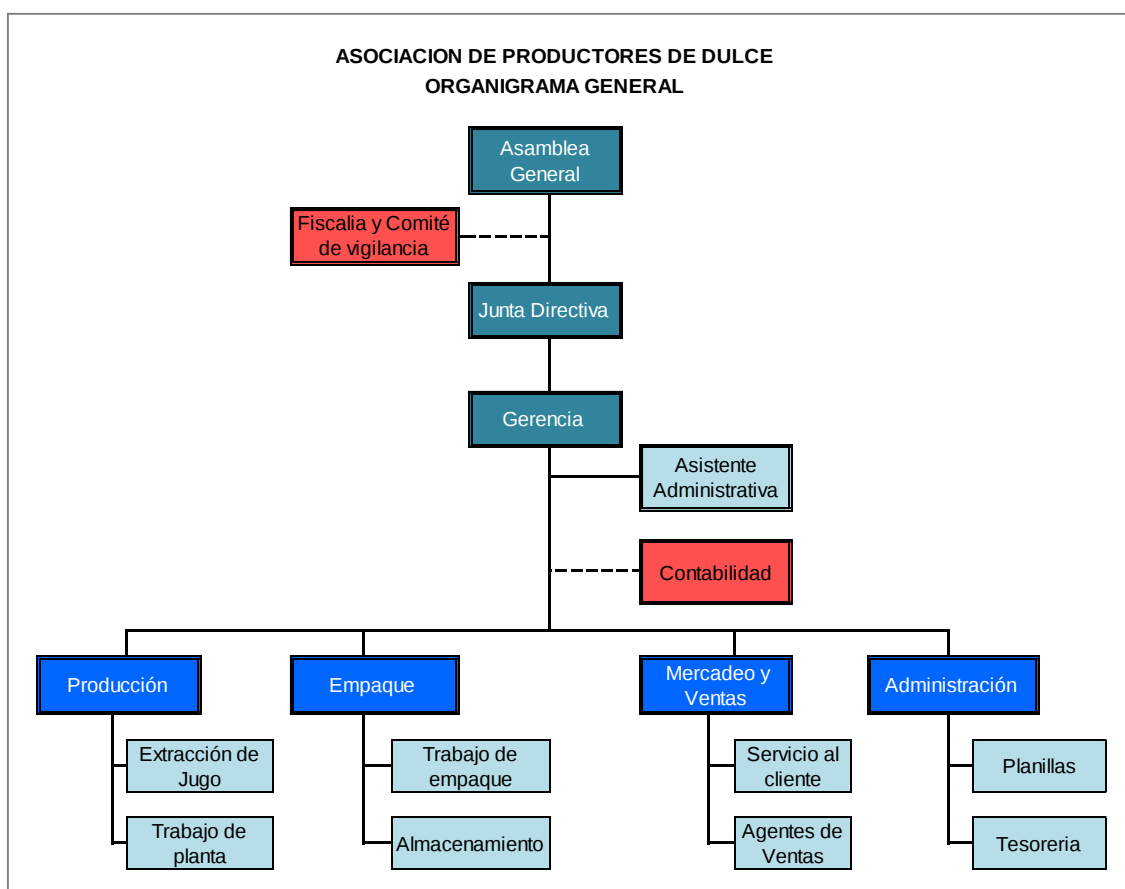


Figura 2. Organigrama de ASODULCE

Elaboración propia del equipo investigador

2.7 Análisis de la situación

En cumplimiento del primer objetivo de esta investigación, el cual pretende diagnosticar la situación actual de la Asociación, se emplea una herramienta para el diseño de un plan estratégico, con lo cual se procura tener un conocimiento general del entorno del negocio y los principales elementos positivos o negativos intrínsecos.

En vista de lo detallado anteriormente, es importante aclarar que las cuatro principales etapas de todo plan estratégico son: el análisis de la situación interna y externa, el diagnóstico de la situación, la determinación del sistema de objetivos corporativos y la elección de estrategias. (Sainz. 2009. p 61); para el desarrollo de este trabajo se definirán las etapas uno y dos, ya que son las que guardan mayor relación y ofrecen información más apropiada para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Para la construcción del análisis de situación de una Asociación se puede recurrir a la plantilla *Análisis previos a la formulación de la estrategia corporativa*, como se aprecia en la Figura 3.

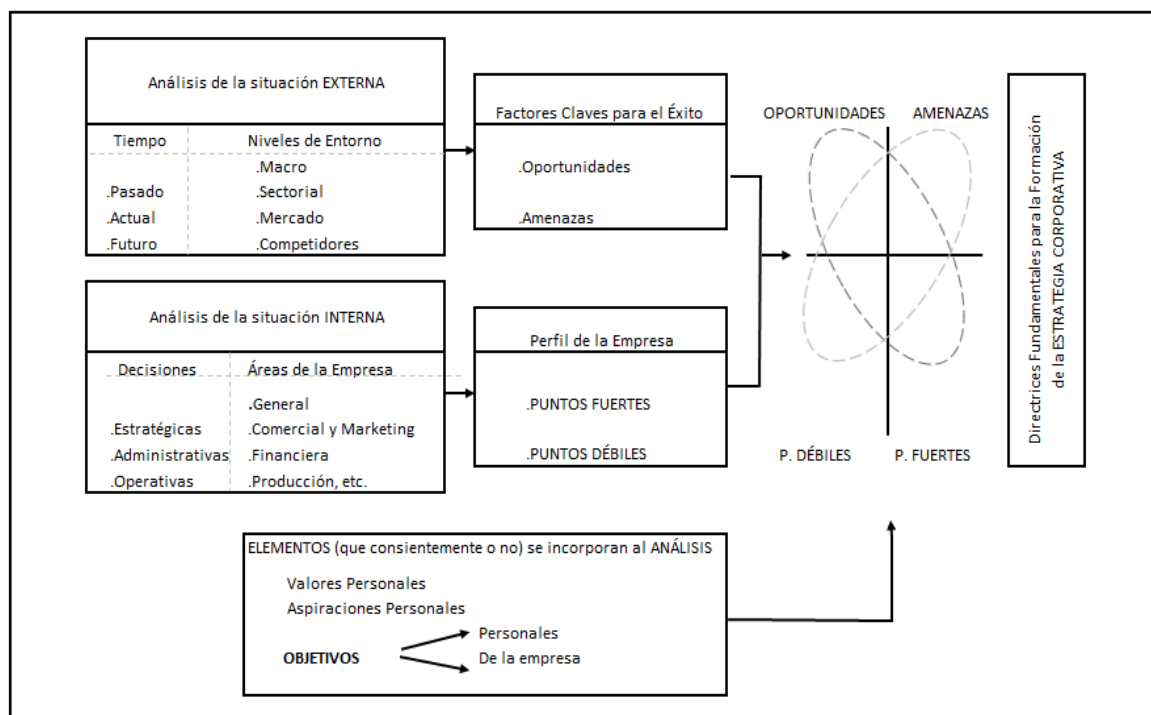


Figura 3. Análisis previos a la formulación de la estrategia corporativa

Fuente: Sainz de Vicuña. (2009) p. 62.

Sainz de Vicuña (2009), menciona que la primera etapa “requiere de un acopio de información tan amplio como riguroso, que servirá de base para establecer un posterior diagnóstico”. Y que “precisamente por eso, esta primera etapa se aborda en dos sub etapas: el análisis de la situación externa y el análisis de la situación interna”.

Además, explica *que*: “La finalidad del análisis de la situación externa es conocer la evolución histórica y esperada del entorno en el que actúa la empresa, del mercado al que atiende y de su situación ante clientes y proveedores”, esto con el propósito de “permitir a la empresa la definición de los factores clave de éxito en el mercado en el que está inmersa”. Por otro lado, menciona que el análisis interno

“nos ayuda a detectar las debilidades y potencialidades de nuestra empresa”.
(pp.62, 66).

Considerando lo mencionado por Sainz de Vicuña , con el desarrollo de la primera etapa se pretende obtener información de forma amplia, la cual posteriormente se analizará y en efecto servirá de base para el desarrollo del diagnóstico de situación actual en la Asociación, con la puesta en marcha del diagnóstico se pretende conocer la situación interna y externa y determinar particularidades positivas o negativas.

Después de haber completado la fase de análisis de la situación y habiendo identificado tanto las oportunidades y amenazas, así como las principales fortalezas y debilidades que tiene la Asociación; se procede a realizar la segunda etapa para desarrollar el diagnóstico de la situación, el instrumento a utilizar es el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). (Maqueda, Olamendí y Parra, 2003, p.64).

Las fortalezas: “son los factores internos propios de la empresa que favorecen o pueden favorecer el cumplimiento de nuestros objetivos. Por ejemplo: habilidades y recursos tecnológicos superiores, buena relación calidad precio”.

Por otro lado, describen **las debilidades** como: “los factores internos que perjudican o pueden perjudicar el cumplimiento de nuestros objetivos. Por ejemplo: falta de experiencia y de talento gerencial, red de distribución pequeña”.

Las **oportunidades** como: “aquellos factores externos a la propia empresa (es decir, no controlables) que favorecen o pueden favorecer el cumplimiento de las metas y objetivos que nos propongamos”.

Igualmente, mencionan que las **amenazas**: “son aquellos factores externos a la empresa (también, no controlables) que perjudican o pueden perjudicar el cumplimiento de las metas y objetivos trazados”. (Maqueda et al, 2003, pp.65-66).

2.8 Sobre la educación

Se considera importante abordar la temática educación y las derivaciones educación formal, no formal e informal desde la óptica de autores expertos, con el propósito de marcar el rumbo de la presente investigación y definir tomando como base fundamentos teóricos y la metodología a aplicar en el desarrollo de guías didácticas y el plan de capacitación.

Según Bernabeu, Colom, Domínguez y Sarramona (2008), el concepto de educación es el siguiente:

El término educación comienza a usarse en el siglo XVIII con la formación de los sistemas escolares nacionales; la ambigüedad de contenidos deducibles de los distintos ambientes socioculturales la encontramos en su misma etimología latina en la que *enducere* significa “hacer salir”, mientras que *educare* hace referencia a “criar”, “alimentar”, o “producir”. La ambivalencia etimológica se extiende al campo de actuación, pues junto a la promoción del individuo está su dotación socializadora para que actúe como los demás. Desde la exterioridad en que madura el niño, la educación pretende alcanzar su conciencia interior, mientras que su práctica viene de una tradición, y debe abrir la posibilidad de un futuro diferente (p. 21).

Según Coombs (1985, pp 46 y ss), citado por Bernabeu et al, (2008, p.25) el cual expresa que la educación formal está compuesta por el “sistema educativo altamente institucionalizado, cronológicamente graduado y jerárquicamente estructurado que se extiende desde los primeros años de la escuela primaria hasta los últimos años de la universidad”. Durante los años sesentas, empezó a mostrarse débil, por lo tanto, surgen otras formas de educación como la no formal y la informal. Además, Coombs indicó que la educación no formal “cubre toda actividad educativa organizada, sistemática, impartida fuera del marco del sistema formal, para suministrar determinados tipos de aprendizaje a subgrupos concretos de la población, tanto adultos como niños”. Por otra parte, dicho autor señaló que la educación informal hace referencia “al proceso a lo largo de toda la vida por el que cada persona adquiere y acumula conocimientos, habilidades, actitudes, criterios, a través de las experiencias cotidianas y de su relación con el medio” (1985, pp. 46 y ss).

Para la elaboración de las guías didácticas, se tomará como base la educación informal basada en técnicas no formales de estudio que faciliten el conocimiento.

2.9 Guías didácticas

Según Calderón (2002), “El término didáctica proviene del verbo griego *didaskoo* que significa enseñar, instruir, informar, aprender por sí mismo, hacer aprender, hacer instruir o hacerse instruir. A la misma raíz griega pertenece el término *didáskalos* que significa: maestro, instructor, perceptor” (p.7).

Se puede decir que la guía didáctica es un documento que se elabora para orientar el estudio de un tema determinado, además, en una guía didáctica se

adaptan los fundamentos teóricos de dicho tema con el propósito de que los mismos sean sencillos a la hora de transmitirlos al estudiante y facilitando de esta manera la comprensión de los contenidos.

Aguilar (2004), define guía didáctica con el siguiente concepto:

Es el material educativo que deja de ser auxiliar, para convertirse en herramienta valiosa de motivación y apoyo; pieza clave para el desarrollo del proceso de enseñanza a distancia, que promueve el aprendizaje autónomo al aproximar el material de estudio al alumno (texto convencional y otras fuentes de información) a través de diversos recursos didácticos (explicaciones, ejemplos, comentarios, esquemas y otras acciones similares) (p.183).

Muiños (1999), señala los tres requisitos que se deben observar fielmente en cualquier tipo de texto didáctico.

El primero de ellos es que sea comunicativo, de fácil entendimiento por su destinatario. Esto tiene que ver con múltiples factores a los que prestaremos atención a lo largo del trabajo: que utilice un vocabulario claro y bien seleccionado según el nivel y las características socioculturales del alumno –es decir, pertinente-; que la construcción oracional sea sencilla en su ordenamiento lógico y gramatical; que los signos de puntuación ayuden a lograr un ritmo que facilite la lectura y mantenga el interés;

y, muy importante, que los conceptos sean definidos y manejados con suma claridad.

El segundo requisito es que esté bien estructurado, es decir, que sea coherente en todas sus partes y en todo su desarrollo.

El tercer requisito es que sea pragmático, es decir, que tenga la estructuración necesaria y los recursos suficientes para que se puedan ejercitar y verificar en el proceso los conocimientos adquiridos por el alumno, y que estos conocimientos puedan ser también ampliados y complementados más allá del texto. (pp. 28 -29).

Molina y Contreras (2011), determinan que una guía didáctica debe estar elaborada de la siguiente manera:

1. Portada de presentación: señala el título de la temática, la carrera, nombre de la universidad.
2. Portada secundaria: contiene los datos de identificación de las autoras (nombres, apellidos y dirección electrónica).
3. Introducción: plantea la finalidad de la guía instruccional y motiva la participación.
4. Objetivos: precisa en términos de objetivos de aprendizaje las competencias que deben lograr al finalizar la experiencia educativa.

5. Índice de contenidos de la unidad: desglosa de manera secuencial y esquemática los contenidos instruccionales que conforman la respectiva unidad.
6. Bibliografía: indica las referencias bibliográficas de los autores consultados.
7. Desarrollo de los temas: comprende la explicación de cada tema; se presentan los contenidos teóricos en un lenguaje sencillo que plantea la información esencial requerida para el dominio cognoscitivo.
8. Ejercicios prácticos: permiten evaluar lo aprendido para gestar procesos metacognitivos que contribuyen a la consolidación de los conocimientos estudiados.
9. Autoevaluación: ejercicios para verificar el dominio de los contenidos mediante preguntas de pareo, de respuesta alterna y de opiniones múltiples. (pp. 26 -27).

2.10 Mercadeo

Vega (1991), define mercadeo como: “el conjunto de actividades comerciales de carácter lícito, que realizan las empresas orientadas hacia las necesidades del cliente, con el propósito de lograr en forma integral sus objetivos” (p.28).

De acuerdo con la definición anterior, se puede interpretar que el mercadeo funciona como una vía que permite entender lo que un cliente necesita, lo cual facilita anticiparse para satisfacer esas necesidades; buscando generar utilidades para el negocio. Además, se debe tener en cuenta que los seres humanos y la

sociedad son cambiantes, razón por la cual se considera fundamental innovar para garantizar la permanencia del negocio en el mercado.

2.11 Contabilidad

Escoto (2013), define contabilidad como: "un sistema de información que permite describir y comprender la actividad económica de la empresa de manera resumida, para una toma de decisiones" (p. 03), lo anterior indica que la contabilidad permite conocer la situación financiera de la empresa a través del registro de todas las transacciones económicas de la entidad.

2.12 Costos

Polimeni, Fabozzi, Adelberg, & Kole, (1994), definen costos como: "el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios (...)". "En el momento de la adquisición, el costo en que se incurre es para lograr beneficios presentes o futuros. Cuando se utilizan estos beneficios, los costos se convierten en gastos" (p.11).

2.13 La Capacitación

La capacitación se conoce normalmente como un proceso que las personas llevan a cabo para obtener conocimientos, especializarse o bien refrescar temas estudiados anteriormente y que los mismos con el paso del tiempo han quedado obsoletos.

Sicileo (2006), define el término capacitación de la siguiente manera: "La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una asociación u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador" (p.25).

Mastache (2009), menciona que:

Si el aprendizaje es guiado adecuadamente, si se generan las condiciones necesarias, se puede capacitar en:

Conocimientos: los mismos son la base en que se apoyan muchas habilidades intelectuales y procedimentales. Por ejemplo, es posible capacitar en técnicas contables, programas de PC³, normas legales, teorías de administración, etcétera (p.238).

³ Computadora personal

CAPÍTULO III

3 Estrategia metodológica

Este capítulo identifica y describe el tipo de investigación a desarrollar. Así como la identificación y descripción conceptual de las variables de investigación, como su correspondiente definición instrumental y operacional.

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado para el proyecto es el descriptivo, el cual ayuda a conocer la situación que está presentando la Asociación y permite recolectar datos sobre las actividades, procesos y personas que intervienen en la misma. Con los datos encontrados, se realiza el análisis de situación mediante la presentación de resultados que contribuyan a la toma de decisiones.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen el método descriptivo con el siguiente concepto:

Descriptivo: tiene como propósito describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos. Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Además, mide de manera independiente las variables con las que tiene que ver el problema, aunque muchas veces se integran esas mediciones, su objetivo final no es indicar cómo se relacionan éstas.

Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación (p. 60).

3.2 Enfoque de la investigación

Para el desarrollo de este proyecto se ha determinado utilizar un enfoque mixto, el cual será cualitativo ya que se pretenderá recolectar información por medio de una encuesta, un foro y observación. Y por otro lado cuantitativo, ya que se revisarán estados financieros, documentación y archivos, como la herramienta de costos con que cuenta la empresa, lo cual nos permitirá lograr los objetivos propuestos para este estudio.

Según Gómez (2006) el modelo de enfoque mixto: “representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas”.

Respecto al enfoque cuantitativo menciona que: “Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente”. Y con relación al enfoque cualitativo, detalla que: “Se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo. Utiliza las descripciones y las observaciones.” (pp. 60-63).

3.3 Conceptualización de variables

3.3.1 Definición conceptual operacional

Contiene la descripción conceptual de las variables de investigación, la cual es extraída de diccionarios o libros especializados en el tema en estudio, el

propósito de esta conceptualización de variables es facilitar la comprensión y adecuación a los requerimientos que surjan en el desarrollo del proyecto.

3.3.2 Definición operacional e instrumental

La Tabla 2 contiene la definición operacional de las variables definidas para el presente proyecto, en la cual se detallan los procedimientos a llevar a cabo en el desarrollo de los objetivos propuestos en esta investigación. Además, contiene la definición instrumental, la cual está compuesta por una lista de instrumentos que serán utilizados para recabar información.

Tabla 2 Variables de la investigación

Objetivo	Variable	Variable conceptual	Variable operacional	Variable Instrumental
Determinar el nivel de conocimiento que poseen los asociados sobre Contabilidad General, Costos y Mercadeo; por medio de un diagnóstico, como insumo para establecer los temas de las guías didácticas.	Diagnóstico	El diagnóstico de la empresa es la consecuencia del análisis de todos los datos relevantes de la misma e informa sobre sus puntos fuertes y débiles. Para que el diagnóstico sea útil, se han de dar las siguientes circunstancias: - Debe basarse en el análisis de todos los datos relevantes. - Debe hacerse a tiempo. - Ha de ser correcto. - Debe ir inmediatamente acompañado de medidas correctivas adecuadas para solucionar los puntos débiles y aprovechar los puntos fuertes (Amat 2008, p.09).	1. Se encuestará a cada uno de los miembros de la Junta Directiva. 2. Se organizará un foro grupal. 3. Se realizará una revisión de la información financiera y la información contable de los años 2014 y 2015. 4. Se harán visitas de observación a los departamentos de producción, ventas y administrativo. 5. Se realizaran visitas a los trapiches de la zona, los cuales representan la competencia local directa de la Asociación, lo anterior con colaboración de un ingeniero del MAG. 6. Se aplicará una encuesta telefónica a los clientes mayoristas.	Encuestas, lista de guía o control para el foro grupal, hoja de observación para documentar, fotografías, documentos importantes de respaldo para el análisis situacional.

Tabla 2 Variables de la Investigación (Continuación)

Objetivo	Variable	Variable conceptual	Variable operacional	Variable Instrumental
Elaborar guías didácticas en Contabilidad General, Costos y Mercadeo para los asociados de ASODULCE.	Guías Didácticas	Es el material educativo que deja de ser auxiliar, para convertirse en herramienta valiosa de motivación y apoyo; pieza clave para el desarrollo del proceso de enseñanza a distancia, que promueve el aprendizaje autónomo al aproximar el material de estudio al alumno. (Aguilar 2004, p.25).	Busca elaborar material educativo que permita promover el aprendizaje de un grupo de asociados, para su desarrollo se debe: 1. Definir los temas de las guías didácticas, los cuales deben estar redactados en lenguaje sencillo, de fácil comprensión. 2. Seleccionar la bibliografía apropiada para la elaboración de cada guía didáctica. 3. Incorporará imágenes alusivas a los temas a desarrollar, relacionados con la actividad del negocio. 4. Sesiones de trabajo con el Director de la Editorial del Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa de la UTN.	Bibliografía relacionada con los temas e imágenes obtenidas de internet.

Tabla 2 Variables de la Investigación (Continuación)

Objetivo	Variable	Variable conceptual	Variable operacional	Variable Instrumental
Implementar el plan de capacitación diseñado para los miembros de la Asociación y sus familiares, mediante el uso de las guías didácticas, con el fin de fortalecer la gestión de ASODULCE.	Capacitación	Es una actividad planeada y basada en necesidades reales de una asociación u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. (Siliceo 2006, p.25)	Orientada a transmitir de forma efectiva el contenido desarrollado en las guías didácticas, brindando un acompañamiento que fortalezca y motive el aprendizaje, para llevarlo a cabo se debe: 1. Planear y programar, los principales aspectos a tomar en cuenta para el desarrollo de las sesiones, de manera que las mismas cumplan con los objetivos propuestos, para lo cual se debe, definir el material a utilizar, el tema a desarrollar, la instructora, dinámicas de grupo, fechas, horarios y refrigerio. 2. Desarrollo de la evaluación de los conocimientos adquiridos durante cada sesión.	Material audiovisual, invitaciones a las capacitaciones y prácticas de autoevaluación de los conocimientos adquiridos.

3.4 Fuentes de información

Para la elaboración del estudio de investigación, es necesario contar con fuentes confiables que permitan validar la información recabada, entre estas fuentes se encuentran las primarias y las secundarias. Las fuentes de información son consideradas como: “El lugar de donde se obtienen datos o información que habrá de ocuparse como parte del trabajo de investigación”. (Reza, 1997, p.263).

3.4.1 Fuentes Primarias

Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen las fuentes de información primarias (Directas), como aquellas que: “Constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano” (p.23).

Se consideran fuentes primarias para la recopilación de información, los miembros de la Junta Directiva de ASODULCE, los cuales aportaron información fundamental para el entendimiento de la Asociación.

Por otro lado, se toma como fuente primaria la información obtenida producto de la respectiva revisión de literatura, entre la cual desatacan: libros relacionados con la temática en estudio, tesis, revistas relacionadas con la didáctica, vídeos y artículos periodísticos.

3.4.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias “Consisten en recopilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular (son listados de fuentes primarias). Es decir, reprocesan información de primera mano.” (Hernández et al, 2010, p.24).

Las fuentes secundarias que se toman en cuenta para recopilar información son las siguientes:

- Artículo relacionado con guías didácticas.
- Información suministrada por el Director de la Editorial del Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa (CFPTE) con respecto a la preparación de las guías didácticas.
- Producciones documentales publicadas en la página web del Centro de Conservación del Patrimonio Cultural y de LAICA.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Descripción y caracterización de la población

La población en estudio está constituida por los asociados de ASODULCE, que se encuentra ubicada en La Paz de San Ramón de Alajuela; el número de asociados que conforman la organización es de 19, detallados en la Tabla 3.

Tabla 3 Total de la Población

Nº	Nombre y Apellidos	Cédula	Dirección
1	Ricardo Arias Núñez	204220182	La Paz, San Ramón
2	Marco Ananías Morera Arias	203490530	La Paz, San Ramón
3	Margarita Pérez López	203390079	La Paz, San Ramón
4	Alejo Ramírez Vargas	203690448	La Paz, San Ramón
5	Luis Guillermo Alfaro González	203370133	La Paz, San Ramón
6	Oscar Arias Arias	203770380	La Paz, San Ramón
7	Benedo Vargas Herrera	202670255	La Paz, San Ramón

8	Sergio Alfaro González	202620932	La Paz, San Ramón
9	Johnny Ramírez Vargas	404660635	La Paz, San Ramón
10	Wilberth Arias Núñez	203550880	La Paz, San Ramón
11	Gerardo Rojas Alvarado	204730622	La Paz, San Ramón
12	Gonzalo Núñez Barahona	201500551	La Paz, San Ramón
13	Jorge Ramírez Varela	202000628	La Paz, San Ramón
14	Oscar Andrés Alfaro Arias	110050223	La Paz, San Ramón
15	Luis Eliodoro Rojas Alvarado	204440866	La Paz, San Ramón
16	Miller Ramírez Vargas	205080850	La Paz, San Ramón
17	William Pérez Arias	204260132	La Paz, San Ramón
18	Álvaro Morera Arias	900320427	La Paz, San Ramón
19	Juan José Arias Vargas	201760757	La Paz, San Ramón
Total de la población			19

Elaboración propia del equipo investigador

3.5.2 Diseño muestral

La muestra determinada se caracteriza por ser no probabilística, según Hernández et al. (2010). La ventaja de una muestra no probabilística es su utilidad para un determinado diseño de estudio, que requiere no tanto de una “representatividad de elementos de una población, sino de una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema” (p.231).

La población total asciende a 19 asociados, de los cuales se eligieron siete que son los que conforman la Junta Directiva, los cuales representan el 37%, ya

que son los encargados de la toma de decisiones en ASODULCE, la administración, la puesta en marcha, la creación de nuevos proyectos, búsqueda de financiamiento y participación en capacitaciones relacionadas con su actividad comercial. Por lo tanto, será más enriquecedor para este estudio contar con su colaboración, ya que por su conocimiento del negocio se podrán obtener mejores resultados, información precisa y oportuna que permita el desarrollo de este proyecto. La Tabla 4 detalla la muestra a ser estudiada.

Tabla 4 Datos que componen la muestra

Nº	Nombre y Apellidos	Cédula	Dirección
1	Ricardo Arias Núñez	204220182	La Paz, San Ramón
2	Alejo Ramírez Vargas	203690448	La Paz, San Ramón
3	Oscar Andrés Alfaro Arias	110050223	La Paz, San Ramón
4	Sergio Alfaro González	202620932	La Paz, San Ramón
5	Álvaro Morera Arias	900320427	La Paz, San Ramón
6	Luis Guillermo Alfaro González	203370133	La Paz, San Ramón
7	William Pérez Arias	204260132	La Paz, San Ramón
Total de la muestra			7

Elaboración propia del equipo investigador

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Esta sección define las técnicas e instrumentos utilizados para recolectar la información necesaria.

3.6.1 Técnicas

Para la recopilación de información, se realizará un foro con la Junta Directiva de ASODULCE con el fin de obtener datos relevantes y construir de forma simultánea el análisis de situación de la Asociación.

Müller (1999), define foro con el siguiente concepto: "El foro consiste en que los asistentes discuten, de manera informal, asuntos relacionados con un tema. Todos los presentes tienen la oportunidad de manifestar sus opiniones y de rebatir las contrarias, siempre que sigan el orden indicado por el moderador" (pp. 45-46)

Posteriormente, se llevará a cabo una encuesta con preguntas abiertas y cerradas, para determinar los niveles de conocimiento teórico y técnico que poseen los miembros de la Junta Directiva en relación con los temas por tratar en las guías didácticas.

Según Martínez, (2011) las preguntas que conforman la encuesta son abiertas, cerradas o una combinación de ambas. Señala que en las preguntas cerradas "el informante tendrá sólo dos posibilidades al responder, por ejemplo, ¿Conoce usted tal producto? Sí o No" (p. 22).

Las preguntas abiertas, "son aquellas denominadas de opinión o de respuesta libre", además, señala que "por la variedad de respuestas obtenidas, estas no podrán ser codificadas y su tabulación tendrá que ser manual" (p.22).

Encuesta se define como:

La encuesta se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones o actitudes. La encuesta de hechos sirve para averiguar lo que las

personas saben. La encuesta de actitudes y opiniones sirve para averiguar lo que piensan o sienten.” (Garza, 2007, p.275).

Como parte del proceso de investigación llevado a cabo, surge la necesidad de aplicar una encuesta telefónica dirigida a los clientes mayoristas de la Asociación, la cual está compuesta por preguntas abiertas y cerradas, la misma se aplica con el propósito de obtener más información con respecto al porqué prefieren comprar en ASODULCE.

Malhotra (2004), define las encuestas telefónicas como aquellas que: “incluyen llamar a una muestra de encuestados y hacerles una serie de preguntas. El encuestador utiliza un cuestionario impreso y registra las respuestas con lápiz” (p. 170).

Otra técnica a utilizar para recopilar datos es la observación, por medio de esta práctica se busca captar la realidad sin distorsionar la información. La observación se aplicará en los departamentos de producción, ventas y administrativo; en este último se revisará la información financiera y contable de la Asociación.

Yuni y Urbano (2006), definen observación con el siguiente concepto:

Una técnica de recolección de información consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (con o sin ayuda de soportes tecnológicos), conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías

perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador (p. 40).

También, se tomará en cuenta el trabajo de campo, por medio del cual se pretende verificar los datos obtenidos producto del desarrollo de las entrevistas, el foro y la observación.

El Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica, IGER (2002) define trabajo de campo bajo el siguiente concepto:

Es una forma de la técnica de experimentación que consiste en acudir directamente a aquellos lugares donde se encuentra la información necesaria para realizar un trabajo de investigación. A diferencia de la recopilación de datos, esta técnica no se apoya en documentos existentes sino en la realización de actividades que generen información.

Por último, se empleará la técnica de análisis de documentos la cual consiste en: “Analizar la información registrada en materiales duraderos que se denominan documentos. Se consideran dos tipos básicos de documentos: escritos y visuales”. (Vázquez, et al, 2006, p. 74).

3.6.2 Instrumentos

Los instrumentos a utilizar son:

1. Lista, guía o control como instrumento para el desarrollo del foro, abarcará aspectos externos e internos relacionados con la Asociación.

2. Encuesta aplicada a los miembros de la Junta Directiva, para determinar el nivel de conocimiento en Contabilidad, Costos y Mercadeo.
3. Hoja de registro donde se documente la situación observada y la interpretación de las investigadoras. (Anexo 7.6).

Para la validación de la información, se utilizará el método de triangulación de instrumentos, que consiste en emplear diferentes técnicas para obtener información sobre un mismo tema. En este proyecto, se aplicará una combinación de métodos para analizar la información: encuesta, observación y análisis de documentos.

3.7 Métodos y técnicas de análisis de la información

De acuerdo con los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta, el foro, la observación, el trabajo de campo y análisis documental se realizará la clasificación correspondiente. La información resultante servirá de base para la elaboración del informe de situación actual, el cual determinará las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se presenten en ASODULCE.

Por otro lado, se determinará el nivel de conocimiento que tienen los miembros de la Junta Directiva respecto a los temas a desarrollar en este proyecto, esta información es fundamental para la elaboración de las guías didácticas.

CAPÍTULO IV

4 Análisis de datos y propuesta de solución

Este capítulo presenta el análisis de los datos recolectados para el desarrollo de este proyecto de investigación. Cabe mencionar que para la consecución de este capítulo se recurrió al uso e implementación de técnicas adicionales: trabajo de campo, observación y análisis de documentos; con lo cual se pretende dar sustento a las preguntas realizadas por medio de la aplicación de la encuesta y el foro grupal. Además como herramientas que permitieran ahondar en los temas de interés y obtener un conocimiento amplio del entorno de la Asociación.

4.1 Objetivo Específico: Determinar el nivel de conocimiento que poseen los asociados sobre Contabilidad General, Costos y Mercadeo; por medio de un diagnóstico, como insumo para establecer los temas de las guías didácticas.

El diagnóstico involucra a miembros de la Junta Directiva para obtener un panorama sobre la forma como se administra la empresa, el nivel de conocimiento que poseen sobre temas de Contabilidad General, Costos y Mercadeo, además de poder identificar aspectos positivos y negativos presentes en la organización.

Para la realización de este objetivo se asistió a reuniones de la Junta Directiva, las cuales se llevaron a cabo los días 23 de febrero y 02 de marzo del año 2015 a las cinco de la tarde; además, se visitó la planta en diferentes ocasiones para observar y entender los procesos que se realizan, se coordinaron reuniones con el Gerente de la Asociación para revisar documentación que era necesaria para el estudio; en total se realizaron 26 visitas durante el año 2015.

4.1.1 Diagnóstico de la situación actual

4.1.1.1 Presentación de datos

Se aplica el instrumento titulado: *Encuesta a miembros de la Junta Directiva ASODULCE* (Anexo 7.4). Para el análisis de los datos recolectados se asigna a cada una de las veinticinco preguntas una categoría por área de interés, posteriormente se agrupan aquellas que guardan relación directa, según la clasificación llevada a cabo, permitiendo visualizar por temas los resultados y por consiguiente ofrecer mejor interpretación de la información obtenida. Ver Tabla 5.

Tabla 5 Asignación de preguntas según categoría del instrumento encuesta

Nº	Categoría	Preguntas	Tipo de preguntas
1	Reuniones	1 y 2	Cerradas
2	Capacitación	3 y 5	Abiertas
		4 y 6	Cerradas
3	Mercadeo	7 y 8	Mixtas
4	Competidores	9	Mixta
5	Clientes	10	Cerrada
6	Proveedores	11	Cerrada
7	Ventas	12,13 y 18	Cerradas
8	Costos	14	Cerrada
		15 y 16	Abiertas
		17	Mixta
		19	Abierta
9	Contabilidad	22 y 23	Cerradas
		20 y 21	Cerradas
11	Utilidades	24 y 25	Cerradas

Elaboración propia del equipo investigador

4.1.1.2 Resultados obtenidos

Para la aplicación del instrumento encuesta se contó con la participación de los siete miembros de la Junta Directiva de ASODULCE, a quienes se les aplicaron las mismas preguntas y fueron completadas de forma individual; cabe aclarar que en las preguntas en donde el resultado fue un 100% se omite la representación gráfica. Los resultados se detallan a continuación:

4.1.1.1 Reuniones

Se consultó acerca de la frecuencia con que los miembros de la Junta Directiva asisten a las reuniones convocadas, del total de los encuestados el 86% afirma que se les cita y acuden dos veces al mes, mientras el 14% indicó que asiste solo una vez al mes. Además, el 71% respondió que los asistentes a dichas reuniones si participan en las sesiones y en la toma de decisiones, mientras el 29% de ellos respondieron que lo hacen a veces. Ver Gráficos 1 y 2.

Para complementar la información obtenida de la encuesta se hizo una revisión al azar de seis actas de la Junta Directiva, las cuales están contenidas entre los meses julio y octubre del año 2015, durante las seis sesiones hubo seis miembros presentes y uno ausente.

Gráfico 1 Asistencia a reuniones



Elaboración propia del equipo investigador

Gráfico 2 Participación en reuniones

Elaboración propia del equipo investigador

4.1.1.2 Capacitación

Con la finalidad de determinar el interés y la anuencia de los miembros de la Junta Directiva de asistir a este tipo de convocatorias, en procura de mejorar su aprendizaje y mantenerse actualizados, se consulta si han asistido a capacitaciones impartidas por alguna entidad externa. Según se observa en el Gráfico 3, el 86% responde de manera afirmativa y el 14% indica que no ha asistido a ninguna durante el último año.

Gráfico 3 Asistencia a capacitaciones externas

Elaboración propia del equipo investigador

Además, se solicitó que mencionaran los temas tratados en las capacitaciones, según se muestra en el Gráfico 4: tres respondieron buenas prácticas de manufactura, dos sistemas de productos orgánicos, dos asesorías legales, dos manipulación de alimentos y uno plan de negocios. De acuerdo con los datos arrojados por la encuesta, se determinó que los entrevistados no dedican ninguna cantidad de horas a la semana para conocer acerca de temas relacionados con Contabilidad, Costos y Mercadeo, con esto se deduce que los niveles de conocimiento al respecto son muy básicos o casi nulos. Debido a lo anterior, se consulta si están interesados en recibir capacitación en dichos temas obteniendo un 100% de respuestas afirmativas.

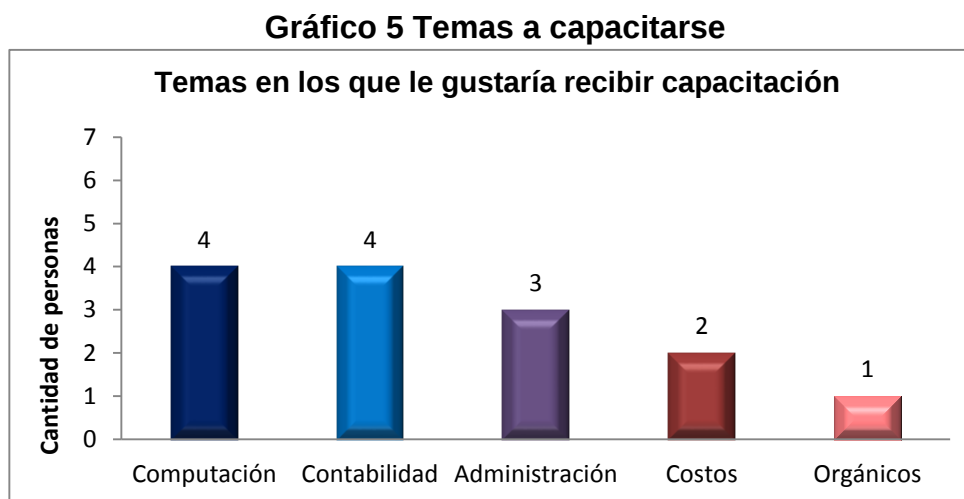
Gráfico 4 Temas tratados en las capacitaciones externas



Elaboración propia del equipo investigador

Se solicita que mencionen aquellos temas en los que les gustaría recibir algún tipo de capacitación, al ser esta una pregunta abierta se consideran todas las respuestas de los encuestados y se anota el número de veces que mencionan

el mismo tema. De los contenidos indicados, cuatro respondieron que Contabilidad y Computación, tres Administración, dos Costos y uno dijo que le interesaba capacitarse en productos orgánicos. Ver Gráfico 5.

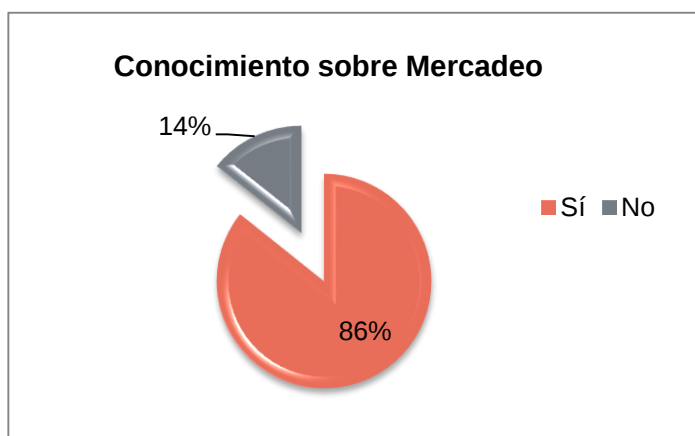


Elaboración propia del equipo investigador

4.1.1.3 Mercadeo

En esta categoría, se les consulta si tienen conocimiento sobre el significado de la palabra Mercadeo, el 86% de los encuestados dijo que sí conocían el término, mientras el 14% desconocían de qué se trataba. Gráfico 6.

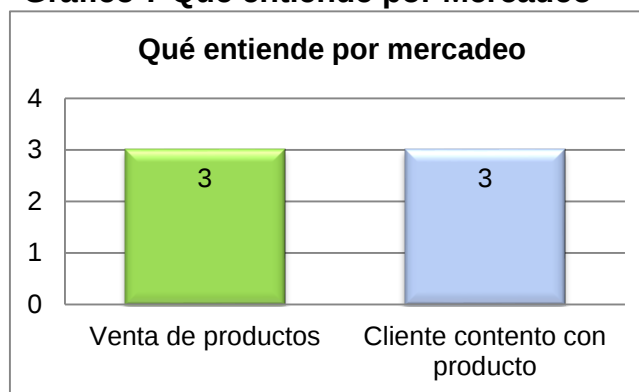
Gráfico 6 Conocimiento sobre Mercadeo



Elaboración propia equipo investigador

Se solicitó a quienes respondieron de forma afirmativa, que mencionaran lo que entendían por Mercadeo, dentro de los términos que usaron para definirlo tres de los participantes dijeron que Mercadeo estaba relacionado con la venta de productos y tres indicaron que tenía que ver con un cliente contento con el producto, tal como se observa en el Gráfico 7.

Gráfico 7 Qué entiende por Mercadeo



Elaboración propia equipo investigador

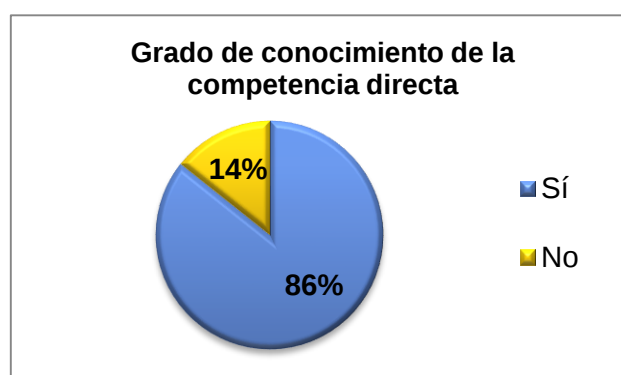
Se busca determinar qué tan amplio es el conocimiento que tienen los miembros de la Junta Directiva sobre este tema, se les preguntó si han escuchado sobre las 4P en Mercadeo, las cuales se refieren a producto – precio – plaza y promoción. Según se muestra en el Gráfico 8, del total de los entrevistados el 86% respondió de forma negativa mientras el 14% respondió que sí han escuchado al respecto.

Gráfico 8 Conocimiento sobre las 4P

Elaboración propia equipo investigador

4.1.1.4 Competidores

Se consulta si tienen conocimiento de cuál o cuáles son los competidores directos de ASODULCE, ante esta interrogante según lo muestra el Gráfico 9, el 86% de los encuestados respondieron que sí, mientras el 14% lo hizo de forma negativa.

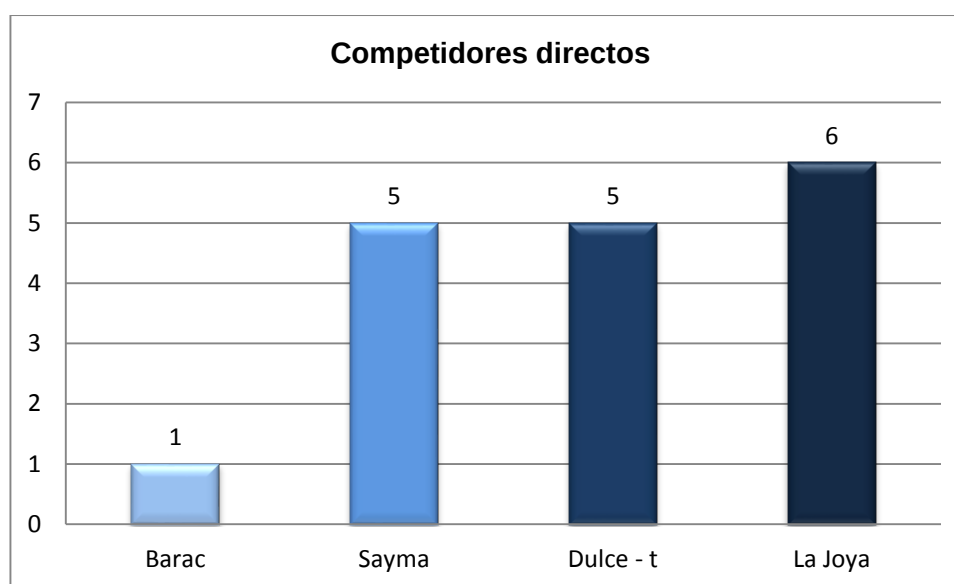
Gráfico 9 Conocimiento de la competencia

Elaboración propia equipo investigador

A los que dieron una respuesta afirmativa se les pide que mencionen cuáles son los competidores directos, seis de los entrevistados mencionaron a La Joya, cinco a Sayma y Dulce – T y solo uno nombró a Barac, como se muestra en el Gráfico 10.

Como complemento a estas interrogantes, se indaga en el mercado acerca de las empresas que se dedican a la venta de productos derivados del dulce de caña, se logra determinar que el competidor más fuerte es la empresa Assukar S.A, la misma ofrece productos al mercado bajo las siguientes marcas: Dulce-T, Sabemas y Juan Viñas, además según la revisión correspondiente de su sitio web se determinó que exportan a países europeos principalmente.

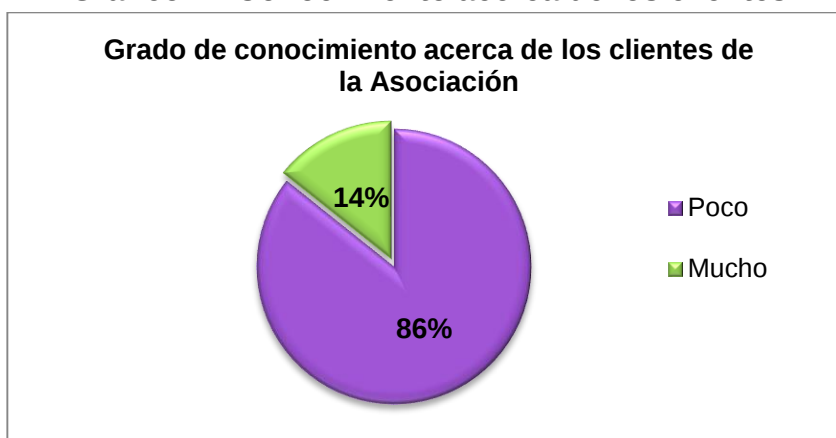
Gráfico 10 Competidores directos



Elaboración propia de equipo investigador

4.1.1.5 Clientes

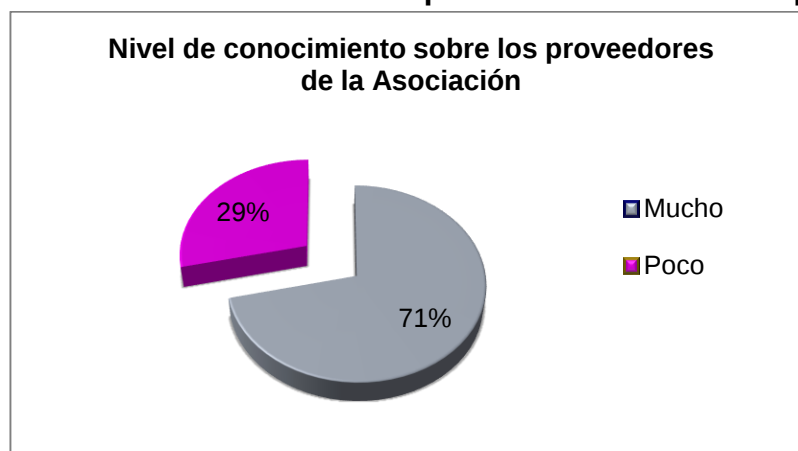
Por otro lado, se pretende saber si tienen conocimiento acerca de quiénes componen la cartera de clientes de la Asociación. Según se muestra en el Gráfico 11, el 86% de los encuestados reconoce que sabe poco acerca de los clientes mientras el 14% dijo que mucho. Según la el análisis de información documental realizado por el equipo investigador se logra determinar que el número de clientes fijos asciende a 18.

Gráfico 11 Conocimiento acerca de los clientes

Elaboración propia de equipo investigador

4.1.1.6 Proveedores

Se consulta cuánto conocen sobre los proveedores de materia prima que abastecen la Asociación. Según se muestra en el Gráfico 12, del total de encuestados el 71% menciona que conoce mucho, mientras el 29% indica que conoce poco.

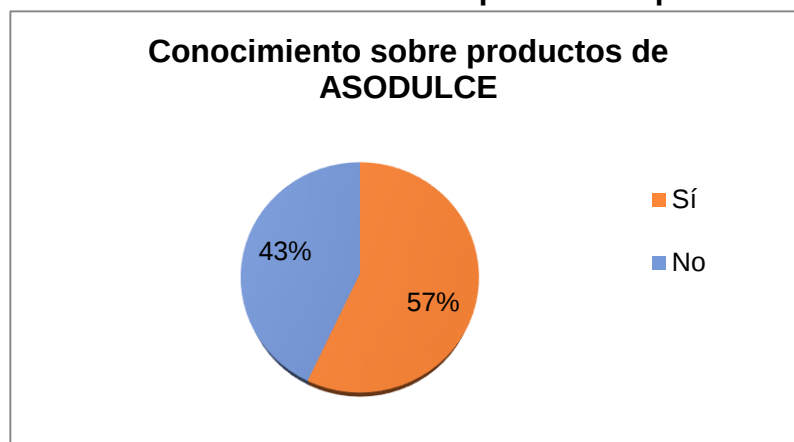
Gráfico 12 Conocimiento sobre proveedores de materia prima

Elaboración propia equipo investigador

4.1.1.7 Ventas

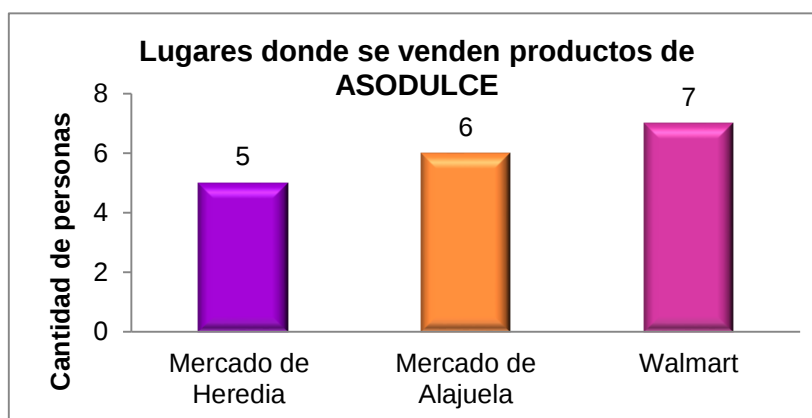
Se busca determinar si los miembros de la Junta Directiva tienen conocimiento sobre los productos que se ofrecen actualmente. Para lograrlo, se diseñó una lista de mercancías elaboradas a base de caña de azúcar y se les solicita que indiquen cuáles se elaboran en ASODULCE, posteriormente se comparó con la lista de los productos que sabemos produce la Asociación los cuales son: tapa de dulce, dulce granulado, sobao y miel de dulce, lo anterior mostró que el 57% tiene claro cuáles son los productos que se venden, mientras el 43% omite algunos productos o bien se refiere a otros que no se producen. Ver Gráfico 13.

Gráfico 13 Conocimiento sobre productos que venden



Elaboración propia equipo investigador

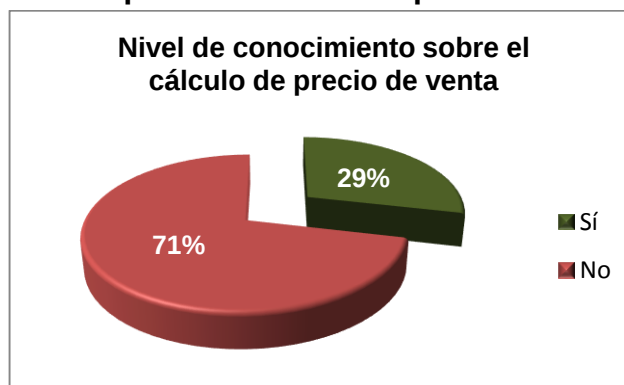
También se pide que marquen los lugares donde venden actualmente los productos, acá mencionaron: Walmart, mercado de Alajuela y mercado de Heredia, así como se muestra en el Gráfico 14.

Gráfico 14 Lugares donde se venden productos de ASODULCE

Elaboración propia equipo investigador

Se consulta si poseen conocimiento sobre cómo calcular el precio de venta de los productos de la asociación. Según se detalla en el Gráfico 15, del total de los encuestados el 71% respondió que no conocían el modo de cálculo, mientras el 29% afirmó conocer el procedimiento.

Conocer el método de cálculo de los precios de un producto le permitirá a la administración tener claridad de cuáles son las mercancías que ofrecen mayor rentabilidad al negocio y por ende realizar una adecuada toma de decisiones.

Gráfico 15 Conocimiento sobre cálculo de precio de venta de productos

Elaboración propia equipo investigador

4.1.1.8 Costos

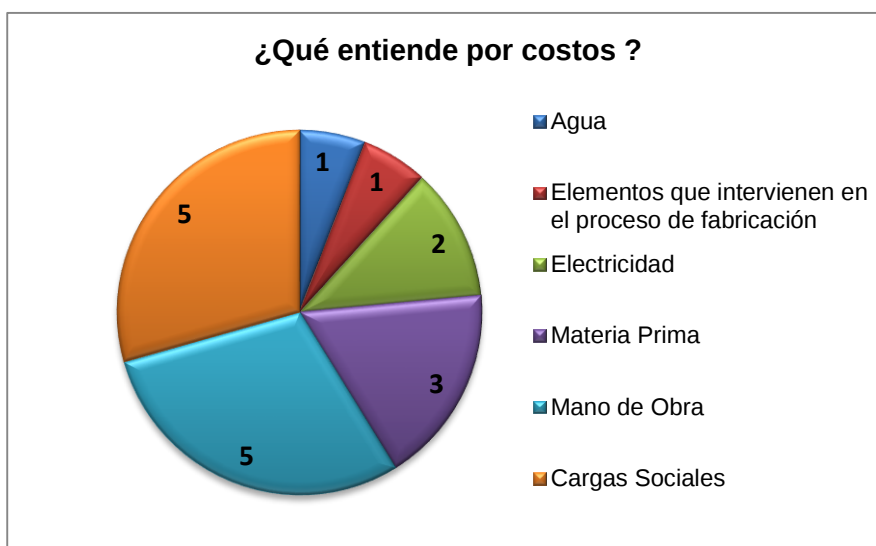
Se busca determinar el nivel de conocimiento respecto a costos, se les pregunta si han escuchado acerca del tema; el 71% respondió de manera afirmativa y el 29% dijo que no conocían al respecto. Ver Gráfico 16.

Gráfico 16 Ha escuchado sobre Costos



Elaboración propia equipo investigador

Además, se realiza una pregunta abierta donde se pide que mencionen lo que entienden por Costos, dentro de las respuestas obtenidas: cinco respondieron que mano de obra y cargas sociales, tres materia prima, dos electricidad, uno dijo que agua y uno más dio una breve definición en la cual mencionó que: son aquellos elementos que intervienen en el proceso de fabricación. Ver Gráfico 17.

Gráfico 17 ¿Qué entiende por costos?

Elaboración propia equipo investigador

Se consulta si conocen la diferencia entre un costo y un gasto, tal como se puede observar en el Gráfico 18, del total de los encuestados un 86% respondió que no conocía la diferencia, mientras un 14% dijo que sí.

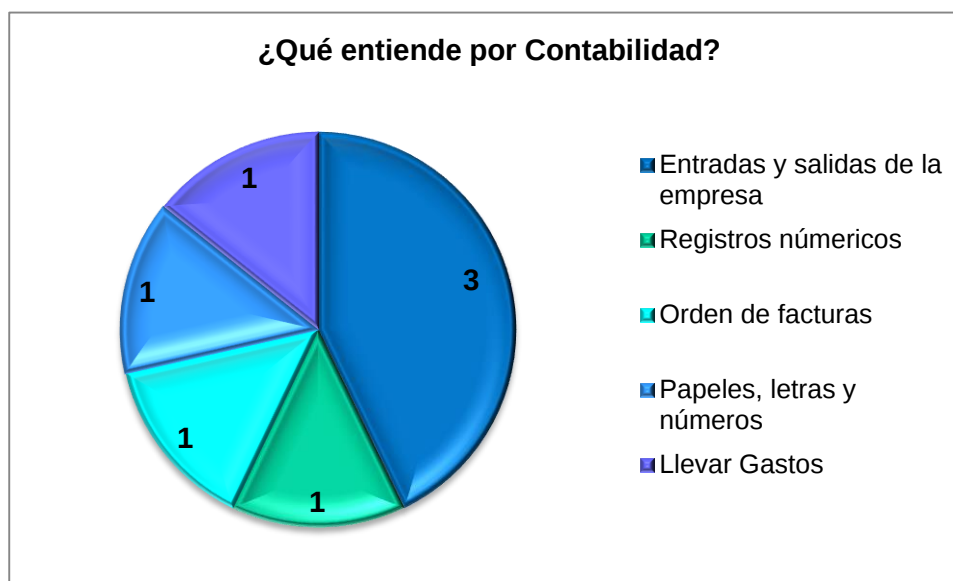
Gráfico 18 Diferencia entre costos y gastos

Elaboración propia equipo investigador

4.1.1.9 Contabilidad

Se desea comprobar en términos generales qué entienden los encuestados por Contabilidad, se deja un espacio libre para que den sus opiniones las cuales son ordenadas y tabuladas de acuerdo con la frecuencia de mención. Dentro de los aspectos mencionados están los siguientes: tres mencionaron que son entradas y salidas de la empresa y cada uno de los restantes por separado dijo que se trataba de, revisar movimientos que realiza la empresa, llevar registros numéricos, ordenar facturas, movimientos económicos y financieros incluyendo ingresos y egresos y llevar gastos. Ver Gráfico 19.

Gráfico 19 ¿Qué entiende por Contabilidad?



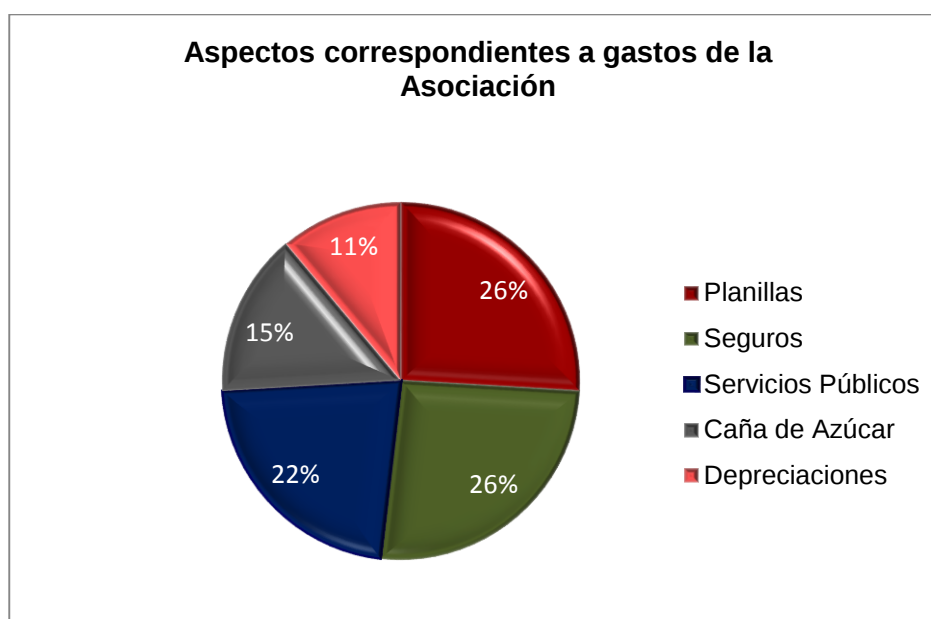
Elaboración propia equipo investigador

Así mismo, se pretende conocer el grado de conocimiento que poseen con respecto a temas de índole contable, para lo cual se solicita que indiquen los aspectos que consideran son componentes de los ingresos de la Asociación. Como

resultado, el 100% respondió las ventas, lo cual evidencia que sí tienen claridad en este aspecto.

Por otro lado, se pide que marquen aquellos aspectos relacionados con gastos de la Asociación, tal como se detalla en el Gráfico 20, un 26% de los participantes coincide en que las planillas y los seguros son gastos, el 22% mencionó los servicios públicos, el 15% la caña de azúcar y un 11% las depreciaciones.

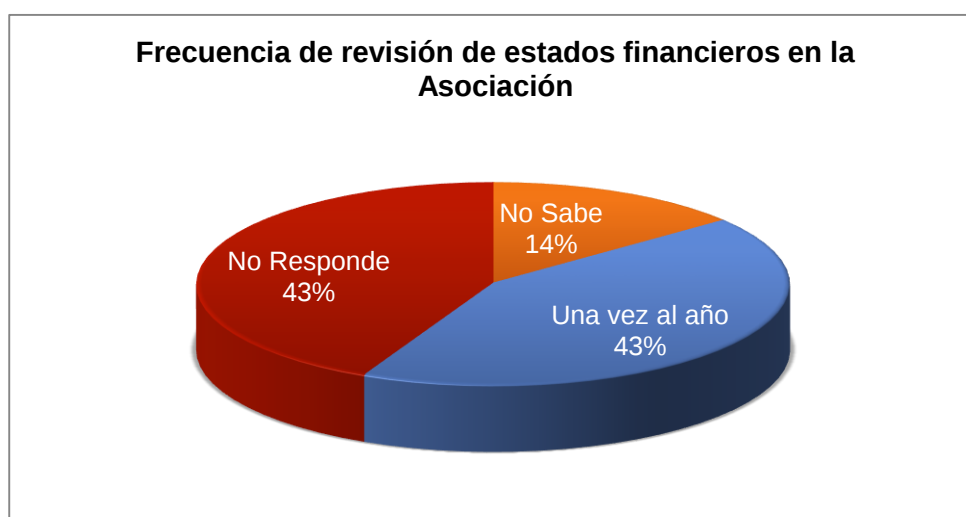
Gráfico 20 Gastos de la Asociación



Elaboración propia equipo investigador

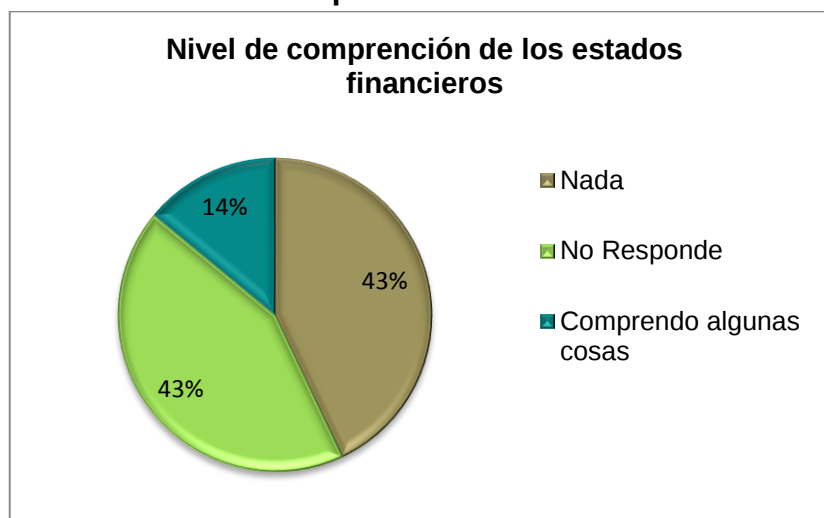
4.1.1.10 Estados Financieros

Se consulta con qué frecuencia revisan los estados financieros de la Asociación. El 43% de los entrevistados no respondieron la interrogante, otro 43% indicó que una vez al año y un 14% dijo que no sabía, como se muestra en el Gráfico 21.

Gráfico 21 Frecuencia de revisión de estados financieros

Elaboración propia equipo investigador

Para comprobar el nivel de conocimiento que tienen respecto a la información contenida en los estados financieros, se les consulta cuánto comprenden de los estados financieros de la Asociación, según se muestra en el Gráfico 22, un 43% afirma no conocer nada, otro 43% no responde la pregunta y un 14% afirma conocer algunas cosas.

Gráfico 22 Nivel de comprensión de los estados financieros

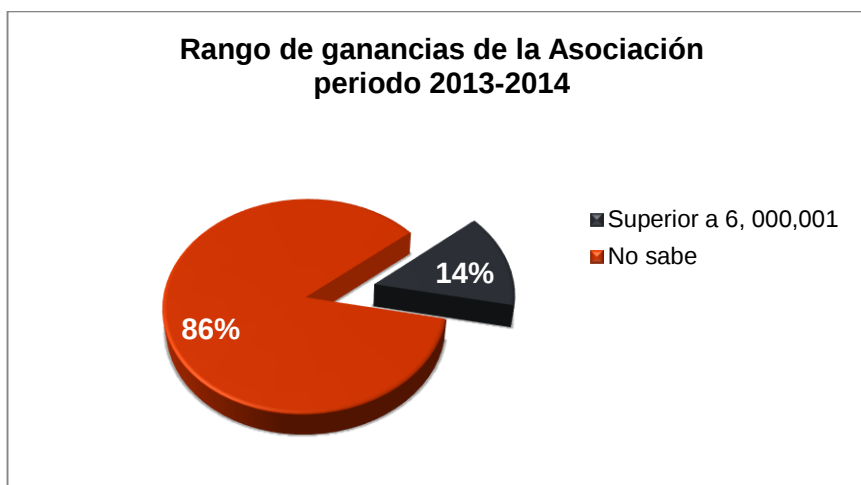
Elaboración propia equipo investigador

4.1.1.11 Utilidades

Se desea saber si conocen acerca del monto de las utilidades correspondiente al periodo contable 2014, para lo cual se solicita que indiquen el rango en el que se ubican las ganancias de la Asociación para el periodo comprendido entre setiembre 2013 – setiembre 2014. En donde el 86% dijo que no sabía y el 14% indicó que era superior a 6, 000,001 de colones. Gráfico 23.

Además, se consultó si conocían en qué se han invertido las utilidades, el 100% de los entrevistados dijo que sí y mencionaron aspectos como: mantenimiento de equipo y mejoramiento de la infraestructura.

Gráfico 23 Utilidades de la Asociación



Elaboración propia equipo investigador

4.1.2 Presentación de datos de la guía para el diagnóstico de situación de la Asociación

Se aplica el instrumento titulado: *Guía para diagnóstico de situación actual ASODULCE* (Anexo 7.5). Para la aplicación de este instrumento, se nombraron 11 categorías y a cada una se le asignan interrogantes según la información que se pretende obtener.

En la Tabla 6 se muestra el detalle de las categorías creadas y el número de las preguntas asignadas, según el criterio de las investigadoras.

Tabla N° 6 Clasificación de preguntas por categoría del instrumento

No.	Categoría	Número de Pregunta	Tipo de Preguntas
1	Medio Ambiente	1 y 2	Mixta
2	Infraestructura	3	Mixta
3	Comunicación	4	Cerrada
4	Ventas	5	Cerrada
5	Proyectos	6	Cerrada
6	Competencia	7 y 9	Cerrada
7	Productos	8, 10, 12 y 14	Cerrada
8	Capital	11 y 18	Cerrada
9	Clientes	13	Cerrada
10	Recurso Humano	15	Cerrada
11	Producción	16 y 17	Cerrada
12	Cultivo	19 y 20	Mixta

Elaboración propia del equipo investigador

Para la aplicación de la guía se contó con la participación de los siete miembros de la Junta Directiva, se les hizo entrega de una copia del documento a cada uno y durante en desarrollo del foro se le fue dando respuesta a las preguntas, es importante mencionar que las mismas se leyeron en voz alta y se comentaron, posteriormente cada participante respondió las preguntas individualmente. Cabe aclarar que en aquellas interrogantes donde el 100% respondió de forma positiva y negativa se omitirá la representación gráfica. A continuación se muestran los resultados obtenidos.

4.1.2.1 Medio ambiente

Se desea conocer si los miembros de la Junta Directiva consideran que la Asociación es amigable con el medio ambiente, el 100% de los participantes respondió de forma afirmativa, basándose en los análisis que realizan regularmente para verificar aspectos como: aguas residuales, emisiones de gases de la caldera, manejos de desechos sólidos, análisis de agua potable, los cuales son realizados por laboratorios y profesionales competentes según corresponda.

Por otro lado, el 100% de los participantes indican que en la Asociación se utiliza y aprovecha el material de desecho derivado de la producción. Además se les pidió que citaran en qué es utilizado y las respuestas fueron las siguientes: cinco veces indicaron que la ceniza y la cachaza se aprovecha en abono orgánico, tres veces que el bagazo se utiliza en la caldera, una vez mencionaron que se emplea en el cuido de ganado y una vez se expresó que cuentan con una planta de tratamiento de agua, para depurar el líquido que se genera producto del proceso de producción y devolverlo al río. Ver Gráfico 24.

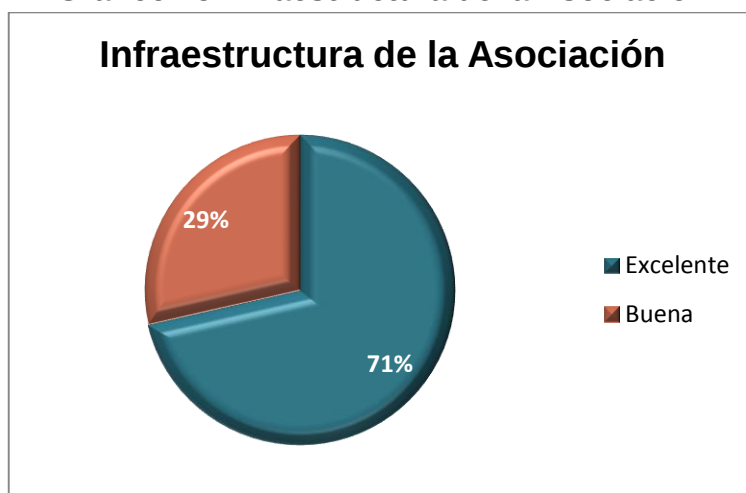
Gráfico 24 Uso de material de desecho

Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.2 Infraestructura

Se pretende conocer la percepción que tienen los miembros de la Junta con respecto a las instalaciones de la Asociación. El Gráfico 25 muestra que el 71% de los encuestados describen la infraestructura como excelente, mientras que, el 29% indicó que es buena.

Con el fin de obtener más información con respecto a la categorización de la infraestructura de la Asociación se realizaron visitas de campo a los trapiches de la localidad, para las mismas se contó con la colaboración del Ing. Juan Vicente Orozco Delgado y se pudo determinar que las instalaciones de ASODULCE son más grandes y que la planta de producción permite moler más toneladas de dulce de caña.

Gráfico 25 Infraestructura de la Asociación

Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.3 Comunicación

El Gráfico 26 muestra los resultados obtenidos acerca de la consulta realizada a los miembros de la Junta con respecto a la comunicación entre ellos. El 71% indica que la comunicación es regular, mientras el 29% señala que la comunicación es buena.

Gráfico 26 Comunicación entre los asociados

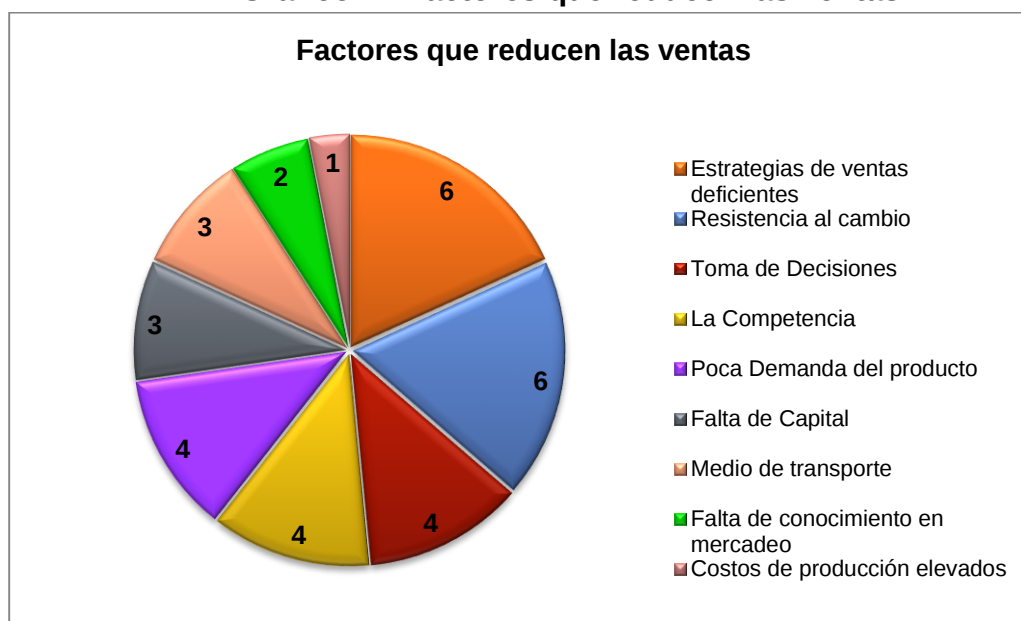
Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.4 Ventas

Se consulta sobre la percepción que tienen con respecto a aquellos factores que consideran podrían disminuir las ventas en la Asociación. Según el Gráfico 27, los factores que los miembros de la Junta Directiva creen que tienen mayor incidencia son: la resistencia al cambio y las estrategias de ventas deficientes; estos resultados están relacionados de forma directa con el miedo y la desconfianza presente en los asociados cuando se trata de creación de nuevos proyectos o productos y con la carencia de estrategias de comercialización.

Además mencionaron otros elementos como la toma de decisiones, la competencia, poca demanda del producto, falta de capital y el no contar con medio de transporte para la comercialización como factores que también influyen.

Gráfico 27 Factores que reducen las ventas

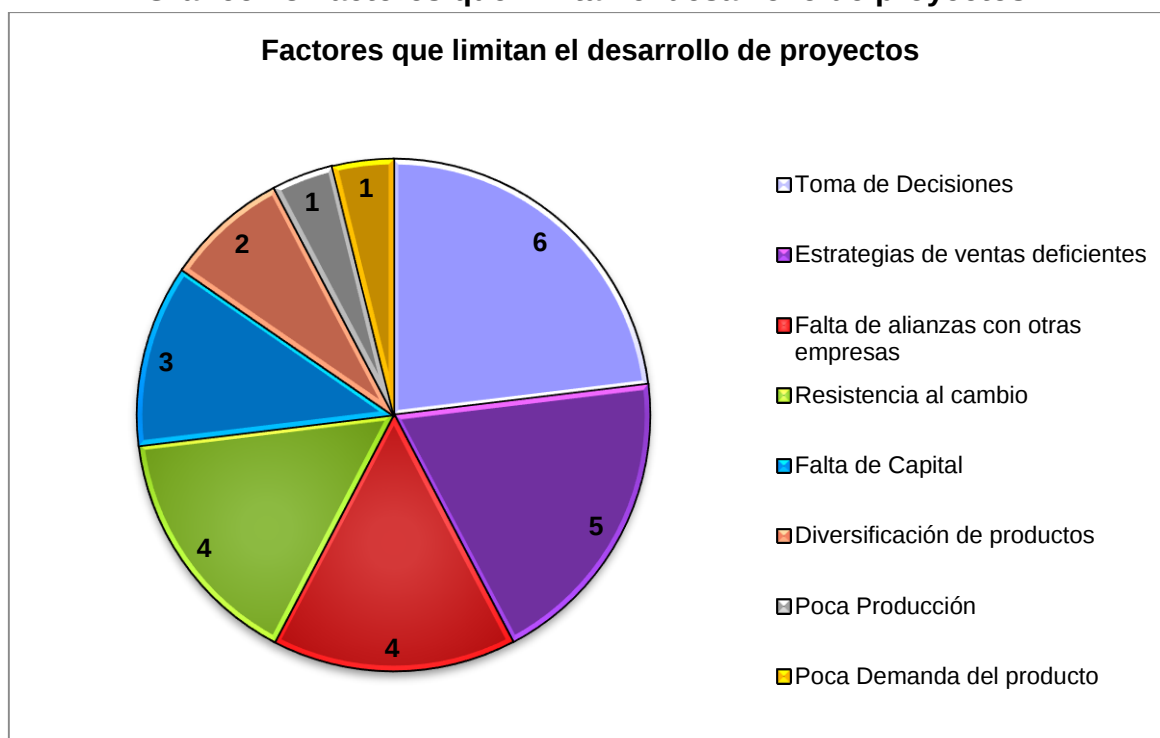


Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.5 Proyectos

Se desea saber cuáles son los principales factores que según los miembros de la Junta Directiva, limitan el desarrollo de nuevos proyectos. Tal como se muestra en el Gráfico 28, dentro de los principales elementos están: la toma de decisiones, estrategias de ventas deficientes, la resistencia al cambio y falta de alianza con otras empresas. Además mencionaron la falta de capital, falta de diversificación de productos y poca demanda y producción respectivamente.

Gráfico 28 Factores que limitan el desarrollo de proyectos



Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.6 Competencia

Se solicita a los participantes, basándose en su conocimiento y experiencia, seleccionar entre varias opciones las ventajas que tiene ASODULCE con respecto a la competencia. Tal como se aprecia en el Gráfico 29, se indica que la tecnología de su planta de producción es su principal ventaja, sin dejar de lado, la experiencia en su actividad comercial, la calidad superior de los productos que ofrecen, recurso humano calificado y costos.

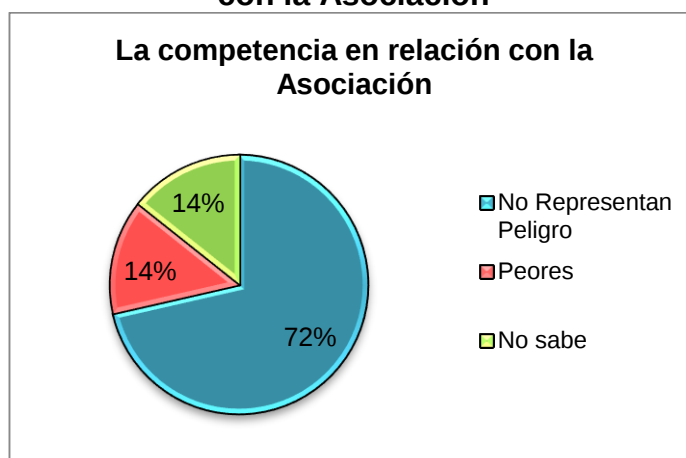
Gráfico 29 Ventajas de ASODULCE respecto a la competencia



Elaboración propia del equipo investigador

Por otro lado, se solicita que indiquen cómo caracterizan a la competencia en relación con la Asociación, el 72%, considera que los competidores no representan peligro, mientras el 14% afirma que son peores y otro 14% dice que no sabe. Ver detalle en el Gráfico 30.

Gráfico 30 La competencia en relación con la Asociación

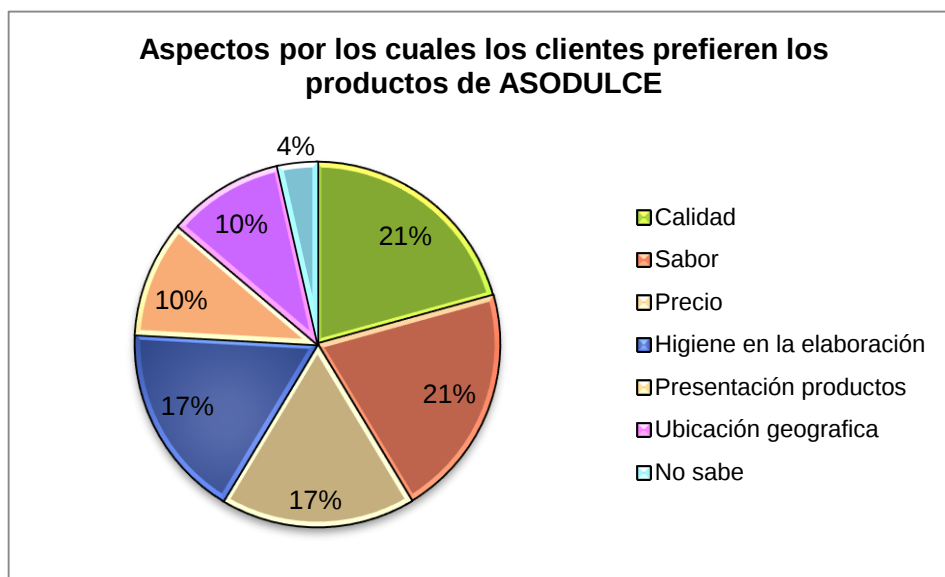


Elaboración del equipo investigador

4.1.2.7 Productos

Se solicita a los miembros de la Junta Directiva seleccionar entre varias opciones las que consideran que son factores por los cuales sus clientes actuales consumen sus productos. En el Gráfico 31 se puede observar que un 21% de los participantes consideran que el sabor y la calidad de los productos de la Asociación son los principales factores que incentivan el consumo de sus productos, el 17% indicó que el precio y la higiene en la elaboración, un 10% cree que la ubicación geográfica de la empresa y la presentación de los productos, mientras un 4% dijo que desconocía el porqué de la preferencia de los clientes por los productos de ASODULCE.

Gráfico 31 Preferencia de clientes por los productos de ASODULCE



Elaboración propia del equipo investigador

Con el propósito de ampliar dicha información se realizaron entrevistas telefónicas a 12 de los clientes que componen la cartera de ASODULCE, y se les consultó las razones por las cuales compran dichos productos. La Tabla 7 muestra una lista de las principales respuestas; por un tema de confidencialidad no se anota el nombre del cliente, según los datos recolectados y tal como se detalla entre los factores mencionados están: Buen dulce, sabor, calidad, confianza, se vende bien y para conservar la tradición.

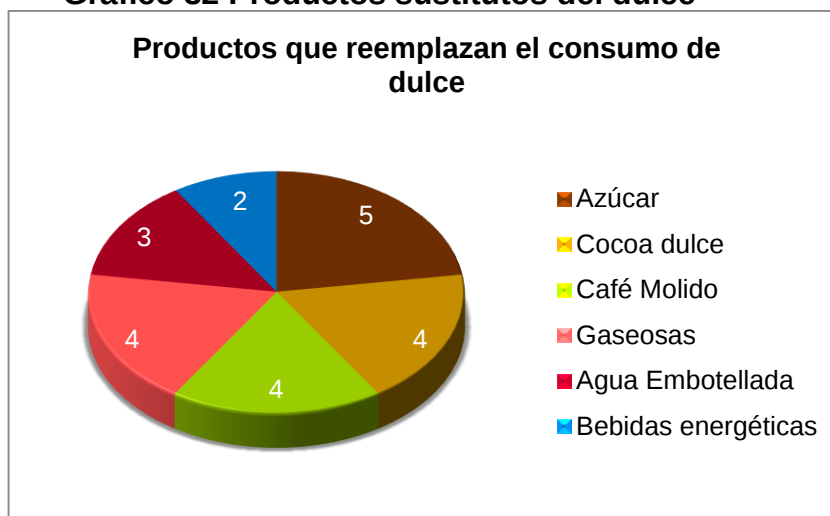
Tabla 7 Resultados consultas a clientes de ASODULCE

Clientes	Respuesta
Cliente 1	Buen dulce, sabor. Compran para producir miel.
Cliente 2	Es bueno, de calidad y le tenemos confianza. Compran para fabricar cajetas.
Cliente 3	Calidad y buen sabor
Cliente 4	Se vende bien, buen sabor, para conservar la tradición.
Cliente 5	Se vende bien, por tradición.
Cliente 6	Dulce muy bueno, mejor calidad, seguir con la tradición de los padres.
Cliente 7	Dulce muy bueno.
Cliente 8	Se vende bien
Cliente 9	Buen producto.
Cliente 10	Buen sabor y calidad
Cliente 11	Se vende bien, dulce muy bueno
Cliente 12	Mayor calidad y buen sabor

Elaboración propia del equipo investigador

Además, se puede determinar que el 100%, de los miembros de la Junta dice haber considerado la elaboración de nuevos productos a base de la caña de azúcar, el mismo porcentaje de participantes indican que la Asociación ha considerado en alguna oportunidad llevar sus productos al extranjero.

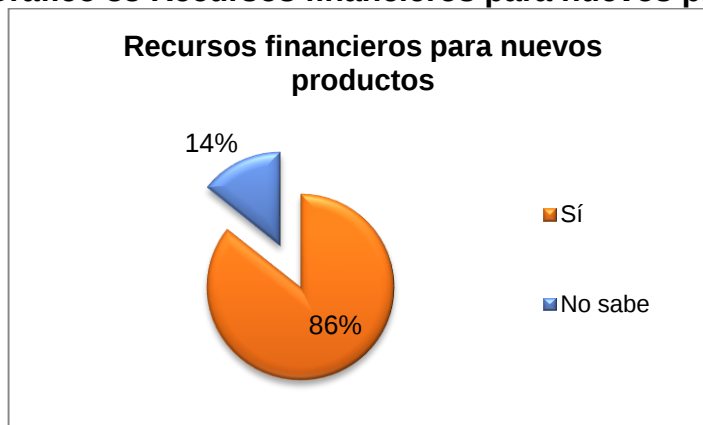
Con respecto a aquellos productos que consideran que han remplazado el consumo de caña de azúcar, cinco de los encuestados mencionó el azúcar refinado como el principal, cuatro indicaron que el café molido, cocoa dulce y gaseosas, tres de ellos cree que el agua embotellada, mientras que dos consideran las bebidas energéticas como productos que también pueden ser sustitutos. Ver Gráfico 32.

Gráfico 32 Productos sustitutos del dulce

Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.8 Capital

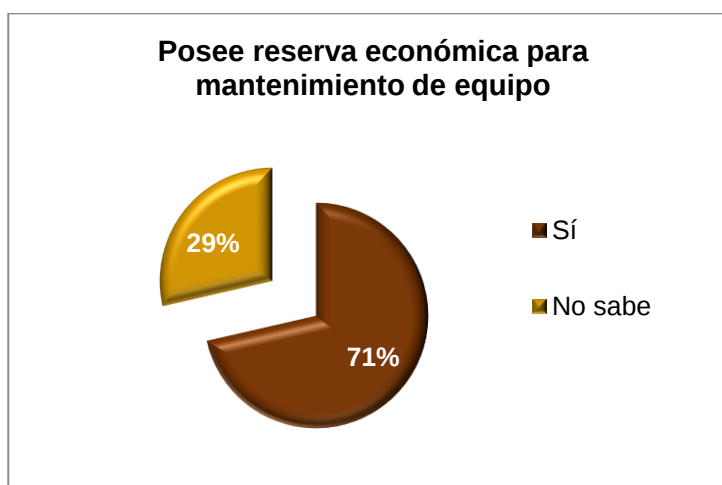
Se les consulta sobre la disponibilidad de los recursos financieros que posee la empresa para iniciar nuevos proyectos, el 86% de los entrevistados mencionó que tienen capital disponible para el desarrollo de nuevos productos, y el 14% dice desconocer si cuentan con los recursos necesarios. Ver Gráfico 33.

Gráfico 33 Recursos financieros para nuevos proyectos

Elaboración propia del equipo investigador

Luego se les consulta si ASODULCE cuenta con alguna reserva económica para el reemplazo o mantenimiento de equipo, tal como se puede observar en el Gráfico 34, el 71% de los participantes indicó que si existe un fondo destinado para ese rubro, mientras el 29% de ellos dijo que no sabía.

Gráfico 34 Reserva económica para reemplazo o mantenimiento de equipo

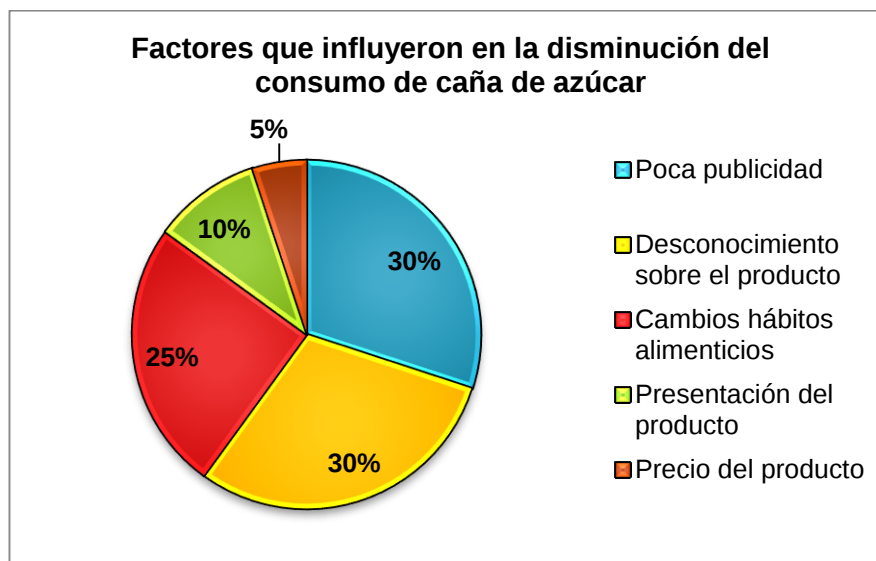


Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.9 Clientes

Se pregunta acerca de los factores que han podido influir para que el consumo del dulce de caña haya disminuido. Según el Gráfico 35, un 30% de los participantes consideran la poca publicidad y el desconocimiento sobre el producto, un 25% indicó los cambios en los hábitos alimenticios, el 10% dijo que la presentación del producto, mientras un 5% de ellos cree que el precio del producto también es una de las causas posibles.

Gráfico 35 Factores que han influido en la disminución del consumo de caña de azúcar



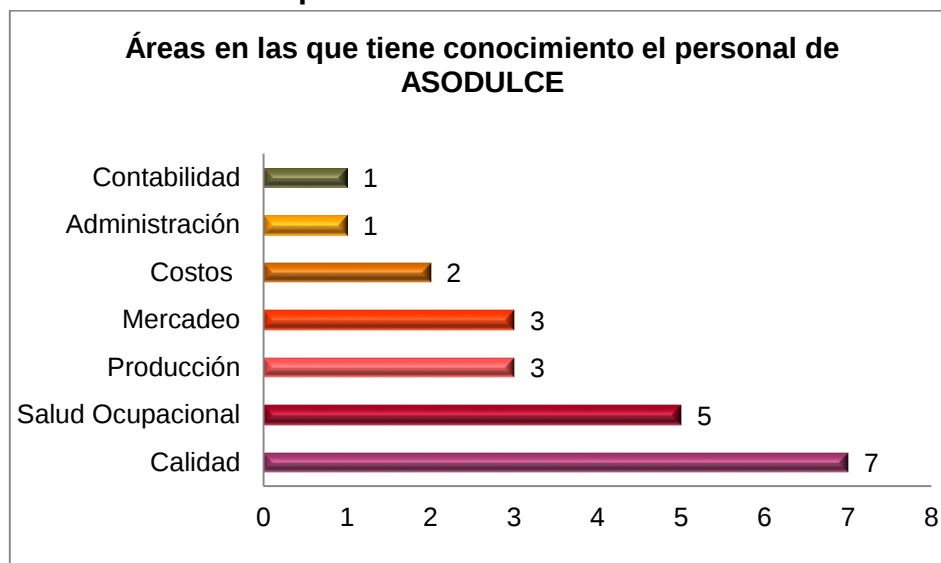
Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.10 Recurso Humano

Se desea saber acerca de las áreas en que posee conocimiento el personal que labora en ASODULCE. Los resultados de esta consulta se muestran en el Gráfico 36, siete de los participantes menciona que los trabajadores tienen conocimiento en calidad, cinco indicaron que en salud ocupacional, tres mencionaron Producción y Mercadeo, dos que en Costos, mientras uno de ellos dijo que en Administración y Contabilidad.

Se constató por medio de la revisión del expediente de cada uno de los trabajadores los certificados presentados correspondientes a capacitaciones y cursos de aprovechamiento, como resultado se obtuvo que el 100%, el cual corresponde a 10 personas con contrato indefinido, cuentan con el curso de manipulación de alimentos, buenas prácticas de manufactura y capacitación teórica y práctica del uso y manejo correcto de equipo contra incendios.

Gráfico 36 Áreas en las que tiene conocimiento el personal de ASODULCE

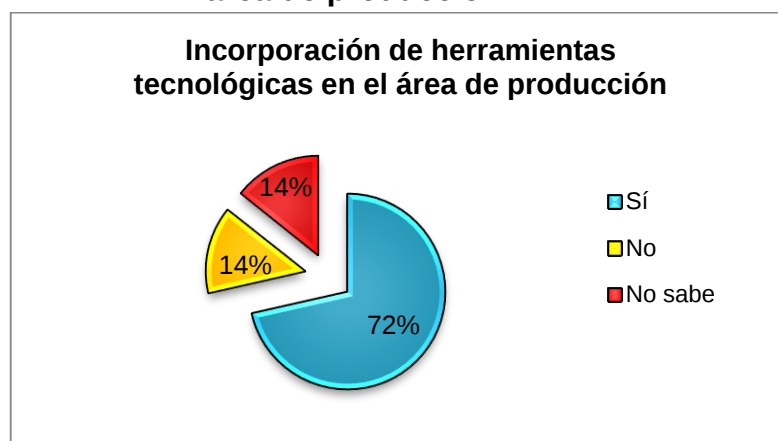


Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.11 Producción

Se desea conocer si los asociados creen necesaria la implementación de herramientas tecnológicas (computadoras) en el área de producción. Del total de los participantes el 72% responde afirmativo, mientras un 14% dice que no y otro 14% indica que no sabe. Ver Gráfico 37.

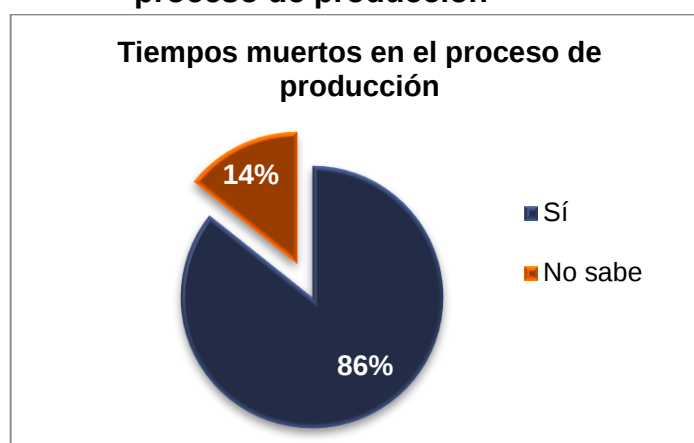
Gráfico 37 Herramientas tecnológicas en área de producción



Elaboración propia del equipo investigador

Además, se consulta sobre la existencia de tiempos improductivos durante el proceso de producción. El Gráfico 38 muestra que el 86% considera que si hay tiempos muertos, mientras el 14% dice que no sabe.

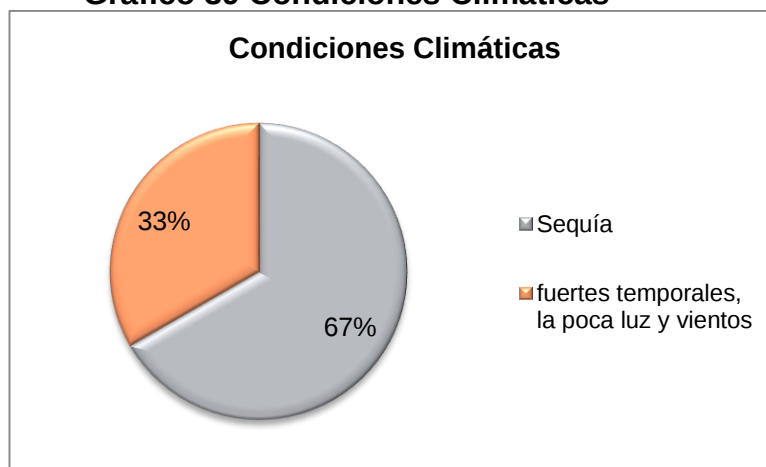
Gráfico 38 Tiempos muertos durante el proceso de producción



Elaboración propia del equipo investigador

4.1.2.12 Cultivos

Se desea conocer acerca de las plantaciones de caña de azúcar, para lograrlo, se consulta si consideran que el cambio climático afecta el crecimiento de las plantas, el 100% de los participantes respondieron de forma afirmativa y citaron, tal como se muestra en el Gráfico 39, los siguientes factores: un 67% dijo que la sequía afectaba el crecimiento de la caña, mientras un 33% mencionó los fuertes temporales, la poca luz (días con neblina) y los vientos.

Gráfico 39 Condiciones Climáticas

Elaboración propia del equipo investigador

Por otro lado, se puede determinar que las plantaciones de azúcar deben ser cuidadas y vigiladas, ya que un 100% de los participantes, expresan la existencia de plagas que afectan los cultivos de este tipo, algunas de las mencionadas por los participantes son principalmente.

- Animales como: las ratas, taltuzas, gusano (diatrea), coyotes.
- Virus como: roya y mosaico.

4.1.3 Análisis de Resultados

Para el desarrollo del análisis de los resultados, se tomarán en cuenta los datos recopilados y presentados anteriormente, primero se muestra la Tabla 8 la cual contiene a modo de resumen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas observadas en ASODULCE. Posteriormente, se expondrán ampliamente los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos.

Tabla 8 Análisis de la situación actual ASODULCE

Fortalezas	Oportunidades
Experiencia en el proceso de producción y cultivo de la caña de azúcar.	Fomentar el uso de los sistemas de cómputo en el desarrollo de las labores administrativas.
Facilidad de traslado de la materia prima hacia el trapiche, reducción de costos de transporte.	Iniciar un proceso de cambio generacional en la administración de ASODULCE.
Buenas prácticas durante la producción, en procura de la protección al medio ambiente.	Aprovechar el talento estudiantil proveniente de colegios técnicos, universidades, así como el aporte de instituciones del Estado.
El bagazo es utilizado como combustible.	Implementar el cultivo de caña de azúcar orgánica en las fincas de los asociados.
Los productos elaborados sin ingredientes artificiales.	Alianzas estratégicas con empresas que se dediquen a la producción de productos orgánicos.
Disposición e interés para asistir a capacitaciones relacionadas con temas que aportan al desarrollo de su actividad comercial.	Aprovechamiento de avances tecnológicos de la industria alimentaria.
Trapiche más competitivo de la región en comparación con su competencia local.	Creación de líneas de comercialización y distribución de productos propia.
	Implementar el desarrollo y ejecución de un presupuesto anual.

Debilidades	Amenazas
No poseen conocimientos técnicos básicos en temas como: Contabilidad, Costos, Mercadeo, Administración, Computación. Desconocen cuáles personas físicas o jurídicas componen su cartera de clientes. Carecen de conocimiento sobre el cálculo de los precios de venta de los productos. No tienen conocimiento sobre cómo interpretar los estados financieros. Desconocen el monto de las utilidades que genera la Asociación. El control de los costos se lleva de forma manual, no se interpreta ni administra para la toma de decisiones. Dentro de los costos de producción no se incluyen los tiempos muertos. Desconocen cuáles son los proveedores de la Asociación y no cuentan con un archivo que recopile dicha información. No posee una reserva para mantenimiento y reemplazo de equipo. No se establece el orden del día en las reuniones de miembros de la Junta Directiva. Concentración de ventas en pocos clientes.	La competencia Poca demanda del producto por cambios en los hábitos de consumo de la población. El cambio climático afecta las plantaciones de caña. La existencia de plagas y animales que puede eventualmente afectar los cultivos de caña. Falta de producto terminado para satisfacer la demanda de los clientes, ocasionado por escasez de caña de azúcar. Exigencia de productos amigables con el ambiente por parte de los clientes.

Elaboración Propia del equipo investigador

4.1.3.1 Fortalezas

Entre las fortalezas que posee la Asociación, está el conocimiento de los asociados, ya que al ser agricultores con muchos años de experiencia en la producción de caña de azúcar, tienen alto conocimiento del cultivo y de los cuidados necesarios para garantizar una materia prima de calidad. Además, el trapiche está ubicado cerca de las plantaciones de caña lo cual facilita el traslado de la misma hasta la planta de producción, reduciendo con esto los costos en transporte en los que sea necesario incurrir.

ASODULCE, cuenta con prácticas de producción amigables con el ambiente, los residuos orgánicos son utilizados como abono para las plantas y como fuente de alimento para animales. El bagazo de la caña es utilizado como combustible para el proceso productivo; además, mantiene buenas prácticas con el manejo de sus desechos ya que cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales que les permite depurar los líquidos producto del proceso productivo y devolverlo al río.

Se constató mediante revisión de documentación las acciones que lleva a cabo la Asociación con respecto a la protección ambiental, dentro de los estudios que realiza se encuentran:

1. Análisis de agua potable: este análisis es realizado por medio del laboratorio Microbiología Analítica S.A y las muestras son recolectadas en la Asociación. La fecha del último análisis fue el 31 de agosto 2015 y como resultado según el informe de ensayo microbiológico elaborado por el Dr. Mena, se indica que: “La muestra analizada cumple con los criterios microbiológicos de potabilidad establecidos debido a la

ausencia de coliformes fecales y *escherichia coli* muestra código MA: 280815-3". (Anexo 7.8)

2. Análisis de la planta de tratamiento de aguas residuales: es elaborado por parte del laboratorio Microbiología Analítica S.A de forma semestral, los resultados de este informe son enviados al Ministerio de Salud para mantener o renovar el permiso de operación. Además, como medida de control a nivel interno, recibieron una capacitación para realizar semanalmente pruebas para corroborar los niveles permitidos. (Anexo 7.9)
3. Emisión de gases de la caldera: este estudio es realizado por la empresa SOLARA S.A, según los resultados del informe los gases emitidos por la caldera no exceden el límite de emisión. El análisis fue realizado el 13 de agosto 2015 y se lleva a cabo anualmente. (Anexo 7.10)
4. Manejo de desechos sólidos: la Asociación en conjunto con un Ingeniero Ambiental realizaron un plan anual de gestión integral de residuos, en el cual se lleva a cabo un diagnóstico de los desechos sólidos generados, se elabora un programa de tratamiento de residuos y un mecanismo de seguimiento y monitoreo para evaluar el cumplimiento. (Anexo 7.11)

ASODULCE por ser proveedor de Walmart debe someterse a auditorías externas de calidad e inocuidad, las cuales son efectuadas cada seis meses y de acuerdo con los resultados obtenidos se garantiza la continuación de la relación comercial. Por lo tanto, durante el proceso productivo se toman en cuenta todos los aspectos que garanticen la higiene y calidad de sus productos.

Cabe señalar que, los miembros de la Junta Directiva cuentan con disposición e interés para asistir a capacitaciones relacionadas con su actividad comercial, del total de los encuestados el 86% indicó que han asistido a capacitaciones impartidas por alguna entidad gubernamental o ente externo; por otro lado el 100% está de acuerdo en asistir a capacitaciones en temas como: Contabilidad, Costos y Mercadeo.

Por otro lado, se investigó acerca de los trapiches de la región de La Paz, San Ramón de Alajuela. Lo anterior consistió en visitas, realizadas el día 19 de octubre del 2015, a cada uno de los trapiches de la zona, para lo cual se coordinó y contó con la colaboración del funcionario del MAG el Ingeniero Agrónomo Juan Vicente Orozco Delgado; durante las visitas se consultó a los propietarios aspectos generales del negocio y de la infraestructura de su planta de producción.

Posterior a las visitas y al realizar una comparación con ASODULCE se ha logrado determinar que la inversión constante en el mejoramiento de equipo e infraestructura le ha transformado en el primer trapiche industrial de la región, el que muele mayores volúmenes de caña de azúcar, produce mayores cantidades de dulce y emplea mayor cantidad de personas, convirtiéndole en el más competitivo de la región.

4.1.3.2 Oportunidades

Con respecto a las oportunidades encontradas, se ha determinado que la Asociación debe realizar una estrategia que le permita reforzar el Área Administrativa para ofrecer mejor servicio tanto a clientes como proveedores y mejorar su gestión dentro de la empresa, se debe considerar como punto

importante el fomento del uso de herramientas de cómputo, las cuales facilitan el trabajo administrativo.

Sumado a lo anterior, se deben realizar planes de capacitación para los trabajadores de las diferentes áreas, con lo cual se busca proveerles conocimientos técnicos que al aplicarlos en el desarrollo de su trabajo diario pueden fortalecer el negocio, ya que se contará con nuevas ideas y aportes actualizados. Para su desarrollo se puede tomar en cuenta el talento estudiantil proveniente de colegios técnicos, universidades, así como el aporte de instituciones del Estado.

Tomando en cuenta que los programas de capacitación que brindan son en general de carácter gratuito, lo cual les puede ser útil para reforzar o bien adquirir conocimientos básicos que les permitan fortalecer la toma de decisiones, desarrollar nuevos proyectos y mejorar la administración del negocio, aspectos que procuraran el crecimiento empresarial. Posterior a ello y cuando consideren conveniente pueden tomar un programa intensivo de capacitación con empresas privadas especializadas, con el cual puedan perfeccionar y potencializar su actividad empresarial.

Con respecto a la administración de la Asociación, los asociados deben incentivar a los familiares para que se lleve a cabo un cambio generacional en la gestión de ASODULCE, lo cual puede inyectar nuevas ideas y herramientas de trabajo que la fortalezcan; esto en vista de que actualmente la responsabilidad del negocio recae únicamente en los siete miembros de la Junta Directiva lo cual a la larga puede resultar agobiante y riesgoso para la toma de decisiones y continuidad del negocio.

Además, es importante valorar el cultivo de caña orgánica como materia prima base para la elaboración de un nuevo producto que atienda las necesidades de un nicho de mercado presente pero que aún no ha sido cubierto por la Asociación, o bien establecer alianzas estratégicas con empresas que se dedican al cultivo de frutas orgánicas, con el propósito de crear productos novedosos o servir de materia prima.

Aunado a lo anterior, es fundamental que ASODULCE aproveche los avances tecnológicos y aplique los que sean necesarios para mejorar los procesos de producción en la empresa como por ejemplo: la obtención de moldes de hule grado alimenticio para la elaboración de tapas de dulce con el fin de reemplazar los moldes de madera existentes y obtener un mejor producto terminado, además de adquirir una máquina para empacar tapas de dulce al vacío, lo cual permitirá aumentar la vida útil del producto.

También, es importante que se tome en cuenta el establecimiento de una línea de comercialización y distribución de productos terminados la cual sea manejada sin intermediarios, lo que podría repercutir en un aumento de las ventas y ampliación de la cartera de clientes, ya que al vender directamente al supermercado o establecimiento comercial puede ofrecer precios más competitivos, conocer acerca del comportamiento de los productos ofrecidos y por ende las posibles variaciones en la demanda, de tal manera que pueda establecer las estrategias de mercado que considere necesarias para garantizar la venta de los productos que se ofertan.

Por último, la Junta Directiva debe considerar la elaboración de un presupuesto anual que contemple los gastos fijos, gastos variables y el costo de

los diferentes proyectos que se estiman deben realizarse para el siguiente año, los cuales deben incorporar el tiempo estimado en el que se ejecutarán, los encargos de realizarlos y el listado de recursos a utilizar con las especificaciones necesarias para su ejecución.

Dicho presupuesto deberá llevarse a la Asamblea de Asociados para que sea de conocimiento de todos y sea aprobado, con esto lograrán enfocarse en los trabajos proyectados para el próximo año, para establecer las prioridades de la Asociación y minimizar los tiempos de ejecución. Así mismo obtener mayor claridad sobre las metas por alcanzar durante el año y que para la siguiente Asamblea se pueda presentar la rendición de cuentas respectiva sobre las obras ejecutadas o bien las obras en proceso.

4.1.3.3 Debilidades

Con relación a las debilidades identificadas, se puede mencionar como aspecto fundamental que los miembros de la Junta Directiva carecen de conocimientos técnicos básicos en temas como: Contabilidad General, Costos, Mercadeo, Administración, Recursos Humanos y Computación; esto a causa de que toda su vida se han dedicado a la agricultura y no vieron necesario asistir a una institución de educación superior a especializarse en temas específicos. Situación que dificulta la toma de decisiones, la administración del negocio y el análisis de la información financiera y contable; para lo cual cuentan con los servicios profesionales de una persona externa quien cumple las funciones de contador de la Asociación.

Aunado a lo anterior, se debe destacar que los Asociados que no son miembros de la Junta Directiva no muestran interés en el negocio, dejan de lado la

gestión y se comportan como proveedores de caña solamente, dicho desinterés también afecta en forma negativa el desarrollo de ASODULCE.

Dicha situación, resalta el hecho de que la mayoría de los miembros de la Junta Directiva no tienen conocimiento en aspectos como: quiénes son sus clientes, los gastos de la Asociación, el cálculo de los precios de venta de los diferentes productos; y a pesar de que un 86% de los entrevistados respondió estar conscientes de la existencia de tiempos muertos en el proceso productivo estos no son incluidos dentro de los costos. Por otro lado, revisan una vez al año los estados financieros de la Asociación, sin embargo, no saben interpretarlos, razón por la cual desconocen el monto de las utilidades generadas por la Asociación.

Es importante que los asociados se interesen por adquirir competencias que les permitan comprender administrativa y financieramente su negocio, ya que el aprendizaje de nuevas técnicas y procedimientos les permitirá gestionar su negocio de una forma más integral, en la cual se tomen en cuenta todos los factores que intervienen para una correcta toma de decisiones y no basándose solo en conocimientos empíricos o la experiencia, ya que los mercados son cambiantes y las nuevas tecnologías ponen retos al crecimiento y la competitividad empresarial.

Y además, el control de costos en ASODULCE se lleva a cabo a través del desarrollo de hojas manuales, la información es recopilada en el transcurso del día por parte de los colaboradores del área. Sin embargo, la información recolectada no se analiza de forma tal que permita crear un histórico, ser comparada, o bien que sirva para calcular los precios a los que se deberían vender los productos.

Como consecuencia de la situación anterior, los miembros de la Junta Directiva carecen de información relevante, oportuna y necesaria para la toma de decisiones, razón por la cual, se basan en su experiencia en el negocio o en la competencia para establecer, por ejemplo, los precios de venta de los productos método que no deja de ser válido como estrategia de mercadeo. No obstante, es fundamental analizar la información producto del proceso productivo para determinar si con el precio de venta actual se obtiene alguna ganancia, si se cubren los costos fijos y costos variables, si es necesario aumentar los volúmenes de producción para reducir los costos unitarios, o si la Asociación está perdiendo dinero en tiempos muertos.

Razón por la cual se debe considerar hacer registros de información obtenida del proceso de producción en una base de datos para su estudio, esta debe ser mensual, comparativa y que permita mantener un histórico. Es importante hacer uso de una herramienta de costos para que sea utilizada por la administración de ASODULCE, la misma debe proveer datos para determinar: el monto de los costos fijos, costos variables, costo total, costo unitario y precio de venta. Lo anterior va de la mano con una capacitación de la cual puedan obtener conocimientos que les permitan comprender los diferentes conceptos de la Contabilidad de Costos, su aplicación para la buena gestión empresarial y técnicas para el aprovechamiento de la información recolectada.

Por otro lado, se puede observar que los miembros de la Junta Directiva desconocen cuáles son sus proveedores, ya que cuando se les entrevistó al respecto mencionaron como proveedores a los mismos Asociados que son quienes suministran la caña de dulce. Sin embargo, no hicieron mención de las

empresas que les suministran materiales como: empaque, guácimo, manteca, cal y etiquetas.

Que se carezca de dicho conocimiento, el cual se considera básico para la continuidad del negocio, es una debilidad, ya que en caso de que la persona encargada de compras no se encuentre en la empresa por algún motivo, se debería conocer la información que les permita adquirir los productos necesarios para la producción. Ante esto y como medida de control, se debe tener una base de datos que contenga información pertinente para contactar a los proveedores de ASODULCE.

Por consiguiente, según una revisión a los estados financieros de ASODULCE se determinó que no cuentan con una partida contable de reservas para mantenimiento o reemplazo de maquinaria y equipo, esta situación se presenta porque los asociados no han considerado necesario contar con una provisión para tal fin.

Por lo tanto, en caso de que el equipo fallara tendrían que recurrir al endeudamiento para solventar la situación y no parar el funcionamiento normal de la producción; se debe considerar que para obtener un préstamo hay que seguir un proceso, el cual dependiendo del monto solicitado puede tardar unos días para ser aprobado, esto aunado a que dependiendo del equipo que presente avería, tendrían eventualmente que detener la producción y por lo tanto se vean afectadas tanto sus ventas como su compromiso con los proveedores.

Aunado a lo anterior, se considera importante que la Asociación establezca una reserva que le permita contar con recursos para dar mantenimiento preventivo y correctivo a la maquinaria y equipo en el momento que se considere necesario,

dicha acción es base para no verse obligados a recurrir a terceros en busca de fondos, también busca minimizar los tiempos de espera, los cuales puedan afectar la continuidad del negocio. Además, es primordial que se cuente con un plan de mantenimiento preventivo de aplicación mensual, con el cual se busque mantener el equipo en buenas condiciones y detectar de manera oportuna cualquier reemplazo de piezas desgastadas o dañadas.

Otro aspecto es que, los miembros de la Junta Directiva realizan reuniones dos veces por mes, en las reuniones se tratan temas relacionados con la Asociación y se toman las medidas y decisiones pertinentes, las cuales buscan el fortalecimiento y crecimiento del negocio. No obstante, previo a la sesión no se anota el orden del día, lo cual consiste en colocar en agenda todos los temas a tratar.

Lo anterior, puede provocar un desaprovechamiento del tiempo, ya que se puede desviar la conversación hacia temas que no son relevantes, por otro lado o bien producto de lo anterior, puede ocurrir que no se aprueben o no se llegue a nada con respecto a aquellos proyectos que se espera se puedan desarrollar en ASODULCE.

Ahora bien, se considera importante que previo a las sesiones de la Junta Directiva se defina el orden del día y que los temas establecidos en la misma se vayan desarrollando y acordando en el orden establecido, lo anterior mejorará la toma de decisiones, agilizará el desarrollo de proyectos y mejorará la comunicación.

4.1.3.4 Amenazas

Sobre las amenazas observadas, es importante considerar que las plantaciones de caña no están exentas de las afectaciones provocadas por el cambio climático como las sequías, inundaciones o variaciones en la temperatura, las cuales pueden destruir los cultivos e influir negativamente en su desarrollo. Además, las cosechas están expuestas a plagas de virus, bacterias y animales que puede eventualmente, si no tienen el debido control, afectar la producción de caña y comprometer la materia prima para la elaboración de productos en la planta.

La falta de estudios de impacto de los riesgos detallados, genera incertidumbre acerca de cómo afectará las ventas de la Asociación si se presenta una de las supra citadas eventualidades y por lo tanto se carece de conocimiento acerca de las medidas a tomar para mitigar el impacto.

Por otro lado, luego de visitar a otros productores de dulce de caña de la zona, se logró determinar que otra amenaza importante que se debe considerar es la competencia directa. Se identificaron factores determinantes como, por ejemplo: un mejor manejo en el abastecimiento de materias primas, la utilización de mejores prácticas de cosecha, así como planes de contingencia enfocados a disminuir las pérdidas en caso de un desastre natural o afectación por plagas. Por su parte, ASODULCE presenta carencias en estos aspectos lo que podría disminuir su impacto comercial dentro del mercado competitivo

Otra amenaza importante por evaluar, es la que señalan algunos clientes de ASODULCE; quienes han recurrido a otros proveedores para abastecer sus negocios, debido a que en ocasiones se presentan bajas en el inventario de la Asociación; se tiene conocimiento de que cuando la producción baja, la Asociación

debe discriminar entre sus clientes y decidir a quienes suministrar sus productos terminados. Es de nuestro conocimiento, según las últimas reuniones realizadas con el personal administrativo de la Asociación, que como política ante la disminución en la producción se deben vender los productos terminados, en orden de preferencia, empezando por los mayores compradores; dicha práctica genera desatención y pérdida de otros clientes la mayoría minoritarios.

Llama la atención, como el 71% de los asociados entrevistados señalaron que la competencia no representa peligro. Claramente los asociados subestiman los alcances y mejoras que puedan obtener sus competidores en el corto plazo, lo cual implica dejar pasar oportunidades de crecimiento y mejora.

En esta línea de acción, es necesario atender y escuchar los gustos del mercado para lograr diversificar la producción y la evolución de nuevas líneas que incluyan por ejemplo, frutos de la temporada, modificar la presentación de los productos (empaqué, tamaño de la porción, información nutricional, uso de redes sociales, etc.) y la creación de alianzas estratégicas con empresas afines y así abarcar nuevos mercados o la creación de nuevos productos.

Otro aspecto importante a considerar y el cual la Asociación parece no tener en cuenta, es la tendencia del mercado en orientar su selección de productos a aquellos que cuenten con certificaciones orgánicas, de bajo impacto ambiental, libres de agroquímicos o sustancias peligrosas. Si la Asociación logra obtener una certificación de producción orgánica, puede impactar el posicionamiento de la marca de manera positiva y atractiva en el mercado actual.

4.2 Objetivo Específico: Elaborar guías didácticas en Contabilidad General, Costos y Mercadeo para los asociados de ASODULCE.

En esta sección se desarrolla el diseño de la propuesta de solución del proyecto, se elaboran tres guías didácticas en Contabilidad General, Costos y Mercadeo; los temas dispuestos en cada una de las guías se determinaron según los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta a los miembros de la Junta Directiva y el análisis de situación realizado.

Para la elaboración de las guía didácticas se solicitó colaboración al Centro de Formación Pedagógica y Tecnología Educativa de la UTN, específicamente al Director de la Editorial Universitaria, el señor Federico Arce Jiménez, en vista de que para cumplir este objetivo se requirió del criterio de un experto en esta área.

Se le explicó el objetivo del proyecto y se solicitó asesoría relacionada con aspectos de diseño, forma y referencias bibliográficas de textos e imágenes de las guías didácticas que se estaban elaborando, para lo cual se programaron reuniones de trabajo las cuales se llevaron a cabo los días:

- Jueves 03 de setiembre 2015.
- Sábado 21 de noviembre 2015.
- Lunes 7 de diciembre 2015.

4.2.1 Guía didáctica de Mercadeo

La guía didáctica de Mercadeo, contiene conceptos básicos desarrollados haciendo uso de terminología sencilla de fácil comprensión para el lector, además se consideró oportuno incluir en el contenido de las mismas, ejemplos

personalizados según la actividad y labores de la empresa para facilitar la comprensión (Anexo 7.14).

4.2.2 Guía didáctica de Contabilidad Básica

Contiene conceptos de Contabilidad Básica redactados en concordancia con las actividades que se desarrollan en ASODULCE, empleando ejemplos y fotografías ilustrativas que hacen del aprendizaje un proceso más interactivo y sencillo (Anexo 7.15).

4.2.3 Guía didáctica de Costos

Esta guía fue elaborada empleando el uso de conceptos básicos y con una redacción que facilite su comprensión, además se incluyeron ejemplos sencillos relacionados con la labor diaria de la Asociación, también se incluye la explicación de la herramienta de costos en formato Excel, la cual permite al usuario calcular los costos de producción, costos unitarios y precio de venta de los productos. (Anexo 7.16).

4.3 Objetivo Específico: Implementar el plan de capacitación diseñado para los miembros de la Asociación y sus familiares, mediante el uso de las guías didácticas, con el fin de fortalecer la gestión de ASODULCE.

4.3.1 Informe de resultados del plan de capacitación

Principales actividades realizadas: para el desarrollo de las capacitaciones con los asociados se completaron las siguientes acciones

1. Se planearon las capacitaciones, se visitó la casa de cada uno de los 19 asociados para informarle sobre las capacitaciones y entregarles la invitación y se les explicó la metodología de la actividad. (Anexo 7.12).

2. Se realizaron presentaciones en *Power Point* y se imprimió el material a utilizar en el desarrollo de las actividades.
3. Se confeccionó una lista de asistencia, la cual fue firmada por todos los asociados y los acompañantes que se hicieron presentes. (Anexo 7.13).
4. Se gestionó para que las sesiones se presentarán en dos días por lo tanto se aprovechó la reunión y las mismas se extendieron por aproximadamente 6 horas cada una.
5. Durante el desarrollo de las capacitaciones se completaron las prácticas de Autoevaluación, se evacuaron dudas y se retroalimentó en los casos necesarios.
6. Al inicio de las sesiones se presentó el video basado en el libro titulado: ¿Quién se ha llevado mi queso? de Spencer Johnson.
7. Posterior a la presentación de este video, se comentó y se realizó una reflexión sobre el tema de zona de confort y de lo peligroso que puede ser no adaptarse al cambio para el crecimiento y supervivencia de los negocios.
8. Se habló de otros temas, por solicitud de los asociados, los cuales abarcaron: trabajo en equipo, compromiso y responsabilidad; el objetivo de hablar de los supra citados temas fue que los presentes hicieran conciencia sobre la importancia del trabajo conjunto y el esfuerzo para el desarrollo de su negocio.
9. Se sirvió un refrigerio, durante el cual se conversó sobre el negocio y las apreciaciones de los asistentes respecto a las capacitaciones.

Las capacitaciones se llevaron a cabo los días 20 y 22 de febrero del 2016 y duraron en promedio 6 horas por sesión; durante su desarrollo se proyectaron

tres presentaciones basadas en las guías didácticas de Contabilidad, Costos y Mercadeo.

Para el día 20 de febrero del 2016 se contó con la participación de 18 asistentes de los cuales 11 son asociados y siete son miembros de su familia; los temas que se abordaron este día fueron Mercadeo y Contabilidad, la guía de mercadeo se expuso en su totalidad y se consideró pertinente, para la mejor comprensión de los asistentes, presentar la guía de Contabilidad en dos partes permitiendo en la segunda sesión repasar lo visto previamente.

El día 22 de febrero asistieron 16 personas de ellas ocho son asociados y ocho son acompañantes, en el desarrollo de la sesión se terminó lo pendiente de la guía de Contabilidad y se presentó la guía de Costos para la cual se hizo énfasis especial en el manejo de la herramienta de costos diseñada en Excel.

En esta línea de acción es importante agregar que durante el desarrollo de las sesiones se hicieron exposiciones que abarcaron la totalidad de los capítulos contenidos en las guías didácticas, y al final de cada uno se desarrolla una práctica de autoevaluación que nos permitió verificar el nivel de entendimiento conforme a lo expuesto, retroalimentar en los casos necesarios o bien profundizar en el tema, en procura de buscar que los conceptos fueran comprendidos.

CAPÍTULO V

5 Conclusiones

Con respecto al objetivo uno, se concluye lo siguiente:

1. ASODULCE cuenta con buena infraestructura, la cual la convierte en el trapiche más competitivo de la región.

2. Sus asociados cuentan con experiencia en el cultivo de caña de azúcar y llevan a cabo un proceso productivo en el cual se emplean buenas prácticas en procura de la conservación del medio ambiente.

3. Los asociados carecen de conocimientos técnicos básicos en temas como Contabilidad General, Costos y Mercadeo lo cual repercute en la administración del negocio y la toma de decisiones.

4. Se presentan debilidades de gestión en la Asociación, las cuales comprenden asuntos como: poco conocimiento de sus clientes, proveedores, competencia directa e indirecta, interpretación de estados financieros, cálculo de los precios de venta de productos y control de los costos.

5. Se logra observar que los asociados consideran que ASODULCE ya está posicionada en el mercado y no creen necesario realizar acciones que garanticen y se enfoquen en su crecimiento.

Con relación al objetivo dos, se desarrollaron tres guías en Contabilidad General, Costos y Mercadeo; como material didáctico para el fortalecimiento de la gestión administrativa de ASODULCE.

Para el objetivo tres, se concluye:

1. Se desarrolla el plan de capacitación, en el cual se transmitió la información plasmada en las guías didácticas.

2. Los participantes mostraron satisfacción con los temas expuestos, hubo momentos de retroalimentación, de evacuación de dudas y preguntas lo cual fortaleció el desarrollo de las presentaciones y permitió realizar cambios en el planteamiento de las capacitaciones.

3. Se presentaron momentos de reflexión y de toma de conciencia por parte de los participantes, en los cuales se realizaron comentarios donde expresaron su satisfacción con las capacitaciones y como las mismas les habían servido de “jalón de orejas” para trabajar e involucrarse más en la Asociación y velar por su crecimiento y puesta en marcha, ya que de la misma se deriva su sustento diario.

CAPÍTULO VI

6 Recomendaciones

A continuación, se detallan las recomendaciones para cada uno de los objetivos propuestos en esta investigación.

Con respecto al objetivo uno, de acuerdo con el diagnóstico realizado se le sugiere a la Asociación lo siguiente:

1. Fomentar el uso de la computadora para el desarrollo de las labores administrativas, lo cual debe ir de la mano con el compromiso de los miembros de la Junta Directiva y el personal administrativo para adquirir capacitaciones en esta área.

2. Aprovechar los avances tecnológicos para mejorar los procesos de producción en la empresa, como por ejemplo: la obtención de moldes de hule grado alimenticio así como de adquirir una máquina para empacar tapas de dulce al vacío.

3. Se recomienda involucrar a los asociados o bien incentivar a los familiares para que se lleve a cabo un cambio generacional en la gestión de ASODULCE.

4. La Junta Directiva debe considerar la elaboración de un presupuesto anual como herramienta de planificación y desarrollo estratégico.

5. Aprovechar el recurso estudiantil tanto de colegios técnicos como de universidades; así como Instituciones Estatales que brindan programas de capacitación para Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).

6. Realizar un proceso de seguimiento de las estrategias planteadas por la competencia, con el fin de establecer mecanismos y diseñar acciones que les

permitan reaccionar oportunamente ante cambios sustanciales que puedan afectar su continuidad en el mercado.

7. Se recomienda diversificar la línea de productos y valorar el cultivo de caña de azúcar orgánica.

8. Se sugiere el establecimiento de una línea de comercialización y distribución de productos terminados, la cual sea manejada sin intermediarios.

9. Invertir en publicidad, ya sea por medio de anuncios en radio o fortaleciendo la página en Facebook, con el fin de darse a conocer y aumentar la cantidad de clientes.

Con relación al desarrollo del objetivo dos, se recomienda a la Junta Directiva de la Asociación promover el uso y consulta del material entregado, con el propósito de reforzar los conocimientos adquiridos y garantizar la aplicación de los conceptos en la gestión administrativa.

Por último para el tercer objetivo, se sugiere realizar lo expresado por el gerente de ASODULCE en cuanto al interés de que se lleve a cabo una réplica de las capacitaciones en una Asamblea General de Asociados; con el propósito de que quienes no pudieron asistir reciban la información, la cual fue considerada muy valiosa para el negocio.

BIBLIOGRAFÍA

1. Libros

- Benavides, J. (2009). *Guía para la Elaboración de Unidades Didácticas*. Heredia, C.R.: Universidad Nacional.
- Escoto, R (2013). *El proceso contable*, tercera edición. San José, Costa Rica. EUNED.
- Guajardo, G, Andrade N (2012). *Contabilidad para no contadores*, 5ta edición. Editorial: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C. V. (México, D.F).
- Hernández, R.; Fernández, C & Baptista, P (1991) *Metodología de la Investigación*. Primera Edición. Editorial: McGraw-Hill Interamericana de México, S.A de C. V.
- Kotler, P.; Keller, K (2006): *Dirección de Marketing decimosegunda edición*. Pearson Educación, México. ISBN 9702607639.
- Martínez, R. (2008). *Manual de Contabilidad para PYMES*. Editorial Club Universitario San Vicente.
- Polimeni, R.; Fabozzi, F.; Adelberg, A & Kole, M (1994). *Contabilidad de Costos*. Tercera Edición. Editorial: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C. V. (México, D.F)

2. Páginas Web

- Aguilar, R (2004): *La guía didáctica, un material educativo para promover el aprendizaje autónomo. Evaluación y mejoramiento de su calidad en la modalidad abierta y a distancia de la UTPL*. 1 (2), 179-192. Recuperado de: http://ried.utpl.edu.ec/images/pdfs/vol7-1-2/guia_didactica.pdf
- Albino Sánchez, O (2010). *La propuesta de una guía ilustrada para la determinación del costo de producción e información financiera contable para MiPyme*. (Tesis de Maestría). Recuperado desde <https://erimevan.files.wordpress.com/2009/03/protocolo-07-junio-08.pdf>
- Alvarado, E (Productor). (2014). *Emprendiendo mi Pyme: 6 pasos para el precio ideal* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado de: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/335/emprendiendo-mi-pyme-6-pasos-para-el-precio-ideal>

- Amat, O. (2008). *Análisis económico – financiero*. Barcelona, España. Ediciones Gestión 2000, Planeta DeAgostini Profesional y Formación S.R.L. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=GORJyLn1LcC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Bernabeu, J; Colom, A; Dominguez, E; Samaroma, J (2008). *Teorías e Instituciones Contemporáneas de la Educación*. Barcelona, España. Ariel Editorial. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=JqYXyr-WugsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Bonilla, Y (Productor). (2014). *Gestión Pyme: Consejos para gestionar el marketing* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado de: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/384/gestion-pyme-consejos-para-gestionar-el-marketing>
- Calderón, K (2002). *La didáctica hoy: concepción y aplicaciones*. Recuperado de: http://books.google.co.cr/books?id=Ro-gqLzNFv8C&source=gbp_navlinks_s
- Cambroner, A (Productor). (2014). *Emprendiendo Mi Pyme: Capacitación Costos I* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado desde: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/351/emprendiendo-mi-pyme-capacitacion-costos-i>
- Cambroner, A (Productor). (2014). *Emprendiendo Mi Pyme: Capacitación Costos II* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado desde: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/351/emprendiendo-mi-pyme-capacitacion-costos-ii>
- Cambroner, A (Productor). (2014). *Emprendiendo Mi Pyme: Capacitación en Contabilidad* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado desde: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/350/emprendiendo-mi-pyme-capacitacion-en-contabilidad-ii>
- Cambroner, A (Productor). (2014). *Emprendiendo Mi Pyme: Capacitación en Contabilidad II* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado desde: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/347/emprendiendo-mi-pyme-capacitacion-en-contabilidad>
- CepAlforja (2015). Centro de estudios &Publicaciones. Recuperado desde <http://www.cepalforja.org/>
- Chávez Solera, M (2010) *Resumen del desarrollo de la caña en Costa Rica*. Recuperado de: <https://www.laica.co.cr/biblioteca/verSubcategoria.do?p=1&c=443&s=1750>

- Fundación Omar Dengo (2011). *Propuesta didáctica del Programa Nacional de Informática Educativa PRONIE MEP-FOD*. Recuperado desde http://www.fod.ac.cr/guiasdidacticas/contenidos/video_guias.htm
- Garza, A (2007). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades*, 7ª ed. México: El Colegio de México, Biblioteca Daniel Cosío Villegas. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=jdaQtk8RK2sC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Gómez, M (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*, primera edición. Córdoba, Argentina. Editorial Brujas. Recuperado de <http://books.google.co.cr/books?id=9UDXP4U7aMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- González, F; Troyo E (2003) *El Trapiche; Centro de conservación del patrimonio cultural*, Costa Rica. Recuperado de: http://www.patrimonio.go.cr/biblioteca_digital/index.aspx#HERMES_TABS_1_2
- Holguín Alvarado, J (2012). *Elaboración de una guía didáctica contable que sirva como herramienta de estudio para los estudiantes de primero a tercer nivel de la escuela de Contabilidad y Auditoría de la Pucese, Ecuador*. (Tesis de Grado). Recuperado de <http://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/88/1/HOLGUIN%20JESSICA.pdf>
- Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (2002) *Técnicas de Investigación*. Ciudad de Guatemala: Departamento de Redacción y Diseño del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica IGER. Recuperado de https://books.google.co.cr/books?id=A4YoBAAQBAJ&dq=t%C3%A9cnica+de+trabajo+de+campo&hl=es&source=gbp_navlinks_s
- Malhotra. N (2004). *Investigación de mercados, cuarta edición*. Pearson Educación, Mexico. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=SLmEbIVK2OQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Maqueda, J; Olamendi, G.; & Parra, F (2003). *Tu propia empresa: un reto personal, manual útil para emprendedores*. Madrid, España. ESIC Editorial. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=DUPybm-linsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Mastache, A (2007). *Formar personas competentes: desarrollo de competencias tecnológicas y sicosociales* – 1ª ed. 1ª imp.- Buenos Aires, México. Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico. S.R.L. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=jgllUSMYq_wC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

- Ministerio de Educación Pública (2011). *Propuesta didáctica del Programa Nacional de Informática Educativa PRONIE MEP-FOD*. Recuperado desde http://www.fod.ac.cr/guiasdidacticas/contenidos/video_guias.htm
- Minja Amay, L (2010). *Elaboración de una guía didáctica de Contabilidad General para la enseñanza de los estudiantes del primer año de bachillerato para la Unidad Educativa Técnica Vida Nueva de la ciudad de Quito, Ecuador.*(Tesis de Licenciatura, Universidad de Loja). Recuperado de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1564/1/ELABORACI%C3%93N%20DE%20UNA%20GU%C3%8DA%20DID%C3%81CTICA%20DE%20CONTABILIDAD%20GENERAL%20PARA%20LA%20ENSE%C3%91ANZA%20DE%20LOS%20ESTUDIANTES%20DE%20PRIMER.pdf>
- Molina, T.; & Contreras, M (2011): *Guía didáctica interactiva: material instruccional para la asignatura de técnicas y recursos para el aprendizaje*. Acción pedagógica. 20-30. Recuperado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/34323/1/articulo2.pdf>
- Mora, Z (2006). *Trapicheros ramonenses renovaron producción de dulce*. Periódico La Nación [En Línea]. Español. Disponible en: http://www.nacion.com/ln_ee/2006/julio/17/economia4.html
- Morales, P; Palma, J; & Sáenz, S (2013). *Estudio integral para la diversificación del trapiche de la Asociación de Productores de Dulce Ecológico con un enfoque de responsabilidad social en San Ramón, Alajuela*. (Tesis inédita de Licenciatura). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Muiños, R (1999): *Producción y edición de textos didácticos*. Editorial Universidad Estatal a Distancia. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=RJEdt66rCA0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- Müller, M (1999). *Técnicas de comunicación oral* – 1 ed., 2da reimp – San José Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica. Recuperado de: <http://books.google.co.cr/books?id=ImawHtIVPU4C&pg=PA46&dq=tecnicas+de+comunicacion+oral+foro&hl=en&sa=X&ei=9bDWU7PgLbDMSQSm1oKACw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=tecnicas%20de%20comunicacion%20oral%20foro&f=false>
- Reza, F. (1997). *Ciencia, metodología e investigación*. México: Longman de México Editores, S.A de C.V. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=m6PGnYBaW2oC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Salazar, C (2004). *Inauguran trapiche ecológico*. Periódico Al Día [En Línea], Español. Disponible en: http://www.aldia.cr/ad_ee/2004/febrero/14/el norte2.html

- Sainz, J (2009). *El plan estratégico en la práctica* – 2da Edición – España: ESIC EDITORIAL. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=blyC20AfAu0C&printsec=frontcover&dq=analisis+de+la+situacion+de+la+empresa&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=analisis%20de%20la%20situacion%20de%20la%20empresa&f=false
- Serrano, R (Productor). (2014). *Gestión Pyme: La Competencia* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado el 10 de julio 2014 desde: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/300/gestion-pyme-la-competencia>
- Siliceo, A (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*, cuarta edición. Editorial Limusa, S.A. de C.V. Recuperado de: <http://books.google.co.cr/books?id=CJhlsrSuIMUC&printsec=frontcover&dq=Capacitaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ei=cKvWU9O8CNDhsASfz4HoDw&ved=0CCQQ6AEwAA#v=onepage&q=Capacitaci%C3%B3n&f=false>
- Sinisterra, G.; & Polanco, L (2007): *Contabilidad Administrativa* -2da ed.- Bogotá, Eco Ediciones. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=LuVT_Ce7w0gC&dq=objetivos+de+la+contabilidad+de+costos&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Universidad Adolfo Ibáñez (2011). *Exitoso Seminario sobre Didáctica en la UAI*. Recuperado desde <http://www.uai.cl/noticias/exitoso-seminario-sobre-didactica-en-la-iuai>
- Vázquez, M.L., Ferreira, M.R., Mogollón, A., Fernández, M.J., Delgado, M.E., & Vargas, I (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud*. Bellaterra. Universitat Autònoma de Barcelona, servei de publicacions. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=o2n57QYwMDIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Vega, V.H (1991). *Mercadeo Básico*. San José, Costa Rica. Editorial Universidad Estatal a Distancia. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=fc8FC57W4WEC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Yuni, J; & Urbano, C (2006). *Técnicas para investigar, recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación* -2da ed. Cordoba. Editorial Brujas. Recuperado de: http://books.google.co.cr/books?id=XWIkBfrJ9SoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Zevallos, E (Productor). (2014). *Gestión Pyme: Innovar en las pequeñas empresas* [video en línea]. San José; Costa Rica. Pyme T.V. Recuperado el 10 de julio 2014 desde: <http://www.tv.pyme.go.cr/videos/es/303/gestion-pyme-innovar-en-las-pequenas-empresas>

ANEXOS

7.1 Carta de autorización del proyecto

09 de Agosto del 2014

Señores

Comisión de Trabajos Finales de Graduación

Dirección de Contaduría Pública

Universidad Técnica Nacional (UTN)

Presente.

Estimados señores:

Mediante la presente le saludamos cordialmente, y a su vez le informamos que hemos autorizado al (los) estudiante (s) Patricia Bravo Barahona, Ingrid Herrera Espinoza y Johanna Rojas Valencia, para desarrollar en nuestra empresa el proyecto **Diseño de guías didácticas de un modelo de administración y control en la empresa ASODULCE, ubicada en San Ramón de Alajuela** y su respectiva propuesta.

Estamos con la disposición de iniciar el proyecto a partir del 01 de Setiembre del 2014 por un periodo aproximado de 6 meses a partir de su inicio.

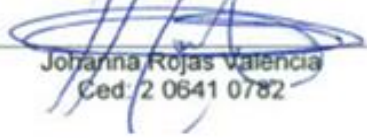
Agradecemos de antemano la atención que sirva brindar la presente.


Por: Asociación de productores de
dulce de caña ASODULCE.
Sr. Alejo Ramírez Vargas




Patricia Bravo Barahona
Ced: 5 0362 0278,


Ingrid Herrera Espinoza
Ced: 1 0985 0064


Johanna Rojas Valencia
Ced: 2 0641 0782

7.2 Encuesta miembros de la Junta Directiva de ASODULCE

Encuesta miembros de la Junta Directiva de ASODULCE

El principal objetivo de esta encuesta consiste en determinar en forma general el grado de conocimiento que poseen los miembros de la Junta Directiva con respecto a temas relacionados con: Contabilidad, Costos y Mercadeo, además de la experiencia en el manejo de su negocio, lo cual será fundamental para elaborar las guías didácticas y efectuar la implementación de las capacitaciones.

La información que nos suministre se utilizará únicamente para fines académicos.

Generalidades

1. ¿Con qué frecuencia asiste a las reuniones convocadas para tratar temas relacionados con la Asociación y su actividad económica?

___ 1 vez al mes ___ 2 veces al mes ___ Ninguna

2. ¿Durante las sesiones, participan todos los miembros de la Junta Directiva a la hora de tomar decisiones en la Asociación?

___ Sí ___ A veces ___ No

3. ¿Durante el último año ha asistido alguna capacitación de algún ente externo?

___ Sí ___ No

Si su respuesta es afirmativa, por favor mencionar los temas que se trataron:

_____.

4. ¿Cuántas horas a la semana dedica para conocer acerca de los siguientes temas, relacionados con la Asociación?

Contabilidad ___ horas

Costos ___ Horas

Mercadeo ___ horas.

5. Mencione ¿cuáles temas considera necesario que se brinde capacitación a los miembros de la Asociación?

6. ¿Asistiría a capacitaciones que estén relacionadas con temas como Contabilidad, Costos y Mercadeo para pequeñas empresas?

 Sí No

Mercadeo

7. ¿Conoce sobre el significado de la palabra Mercadeo? Explique.

_____ Sí _____ No

En caso de respuesta afirmativa, explique brevemente:

(Si responde **NO** por favor pase a la pregunta N° 10)

8. ¿Ha escuchado hablar sobre las 4P en Mercadeo?

Producto – Precio – Plaza – Promoción.

 Sí No

En caso de respuesta afirmativa, explique brevemente: _____

9. ¿Tiene conocimiento de cuál o cuáles son los competidores directos que tiene la Asociación?

____ Sí, ¿Cuáles?_____.

____ No ¿Por qué?_____.

10. ¿Cuánto conoce usted acerca de los clientes de la Asociación?

___ Mucho ___ Poco ___ Nada

11. ¿Cuánto conoce usted sobre los proveedores de materia prima que abastecen a la Asociación?

Mucho Poco Nada

12. Marque con una “x” aquellos productos que vende la Asociación.

- | | |
|--|--|
| ☐ Tapa de dulce | ☐ Dulce Granulado |
| ☐ Melcochas | ☐ Cajetas |
| ☐ Miel de dulce | ☐ Sobado |
| ☐ Jaleas | |

13. De la siguiente lista indique en cuáles lugares se venden los productos que produce la Asociación.

- | | |
|--|--|
| ☐ Mercado de Alajuela | ☐ Mercado de San José |
| ☐ Mercado de Heredia | ☐ Walmart |
| ☐ Pricesmart | ☐ Ninguno de los anteriores |

Costos

14. ¿Ha escuchado sobre costos?

- ☐ Sí ☐ No

(Si responde no, por favor pase a la pregunta N° 18)

15. ¿Qué entiende usted por costos?

_____.

16. ¿Qué se entiende por costos directos y costos indirectos?

Costos directos:

_____.

Costos indirectos:

_____.

17. ¿Conoce la diferencia entre un costo y un gasto?

- ☐ Sí ☐ No

En caso afirmativo por favor explique:

_____.

18. ¿Sabe cómo se calcula el precio de venta de los productos en la Asociación?

☐ Sí ☐ No

En caso de respuesta afirmativa, mencione brevemente:

_____.

Contabilidad General

19. ¿Qué entiende usted por Contabilidad?

_____.

20. ¿Con qué frecuencia revisan los estados financieros de la Asociación los miembros de la Junta Directiva?

☐ Una vez al mes	☐ Cada tres meses
☐ Dos veces al año	☐ Una vez al año
☐ No sabe	☐ No responde

21. ¿Cuánto comprende usted de los estados financieros de la Asociación?

☐ Mucho	☐ Comprendo algunas cosas
☐ Poco	☐ Nada
☐ No sabe	☐ No responde

22. ¿Cuáles de los siguientes aspectos componen los ingresos de la Asociación?

Puede marcar más de una opción.

☐ Ventas	☐ Honorarios
☐ Venta de Maquinaria	☐ Arrendamiento
☐ Tipo de cambio	☐ Intereses

23. ¿Cuáles de los siguientes aspectos corresponden a gastos de la Asociación?

Puede marcar más de una opción.

☐ Planillas	☐ Donaciones
☐ Seguros	☐ Servicios públicos
☐ Ventas	☐ Depreciaciones
☐ Caña de azúcar	

24. ¿En qué rango se ubica el monto de las ganancias obtenidas que presentó la Asociación en el último periodo 2013 – 2014?

- ☐ De 0 a 2, 000,000
- ☐ De 2, 000,001 a 4.000,000
- ☐ De 4, 000,001 a 6, 000,000
- ☐ Superior a 6, 000,001

25. ¿Conoce usted en qué se han invertido las ganancias de la Asociación?

- ☐ Sí
- ☐ No

Si su respuesta es afirmativa, por favor mencione en qué áreas se invierten las ganancias_____.

Sus opiniones serán de gran ayuda para el cumplimiento de los objetivos de nuestro proyecto, muchas gracias.

7.3 Guía para diagnóstico de la situación actual ASODULCE

El objetivo de esta guía consiste en determinar en forma general, el grado de conocimiento que poseen los asociados en relación con los diferentes factores internos y externos vinculados con la empresa, lo cual será fundamental para determinar la situación actual.

La información que nos suministre se utilizará únicamente para fines académicos.

1. ¿Considera usted que ASODULCE es amigable con el medio ambiente?

☐ Sí ☐ No

Justifique _____.

2. ¿La Asociación aprovecha el material de desecho derivado de la producción?

☐ Sí ☐ No

En caso de respuesta afirmativa comente brevemente en qué son utilizados:

_____.

3. ¿Cómo describiría la infraestructura de la Asociación?

☐ Mala ☐ Regular
☐ Buena ☐ Excelente

4. ¿Cómo describiría la comunicación entre los miembros de la Asociación?

☐ Mala ☐ Regular
☐ Buena ☐ Excelente

5. Marque con una "x" ¿cuáles de los siguientes factores considera que reducen las ventas de la Asociación. Puede marcar más de una opción?

☐ Toma de decisiones	☐ Poca producción
☐ La competencia	☐ Falta de capital
☐ Poca demanda del producto	☐ Estrategias de venta deficientes
☐ Costos de producción elevados	☐ Resistencia al cambio
☐ Otros, indique: _____.	

6. Marque con una "x" ¿cuáles de los siguientes factores considera que limitan el desarrollo de proyectos de la Asociación? Puede marcar más de una opción.

☐ Toma de decisiones	☐ Poca producción
☐ Alianzas con otras empresas	☐ Falta de capital
☐ Poca demanda del producto	☐ Estrategias de venta deficientes
☐ Costos de producción elevados	☐ Resistencia al cambio
☐ Otros, indique: _____	

7. Marque con una "x" ¿cuáles de las siguientes opciones corresponden a ventajas que tiene la Asociación sobre la competencia? Puede marcar más de una opción.

☐ Experiencia	☐ Inversionistas
☐ Tecnología	☐ Recurso humano calificado
☐ Costos de producción	☐ Calidad superior del producto

8. Marque con una "x" ¿cuáles de los siguientes aspectos les han mencionado sus clientes que son el motivo por el cual prefieren comprar sus productos?

☐ Calidad	☐ Precio
☐ Sabor	☐ Presentación de los productos
☐ Ubicación geográfica de la Asociación	☐ Higiene en la elaboración
☐ No sabe	
☐ Otros, indique _____.	

9. ¿Cómo son los competidores en relación con la Asociación?

☐ Mejores	☐ No representan peligro
☐ Peores	☐ No sabe

10. ¿Se ha considerado en ASODULCE la elaboración de nuevos productos a base de la caña de azúcar?

☐ Sí	☐ No	☐ No sabe
-----------------------------	-----------------------------	----------------------------------

11. ¿Conoce usted si la Asociación posee recursos financieros para impulsar nuevos productos?

☐ Si	☐ No	☐ No sabe
-----------------------------	-----------------------------	----------------------------------

12. ¿Se ha considerado por parte de la Asociación la exportación del producto a mercados internacionales?

☐ Si ☐ No ☐ No sabe

13. Considera si algunos de los siguientes factores han podido influir en la disminución del consumo de la caña de azúcar y sus derivados. Puede marcar más de una opción.

☐ Cambios en los hábitos alimenticios	☐ Poca publicidad sobre el producto
☐ Desconocimiento sobre el producto	☐ Precio del producto
☐ Presentación del producto	☐ No sabe
☐ No responde	

14. De acuerdo con su conocimiento, ¿cuál o cuáles de los siguientes podrían ser productos que rempazan el consumo de dulce?

☐ Cocoa dulce	☐ Café molido
☐ Gaseosas	☐ Bebidas dietéticas
☐ Agua embotellada	☐ Cerveza
☐ Malta	☐ Azúcar
☐ No sabe	☐ No responde

15. ¿En cuál o cuáles de las siguientes áreas, considera usted que tiene conocimiento el personal que trabaja en ASODULCE?

☐ Administración	☐ Contabilidad
☐ Costos	☐ Producción
☐ Mercadeo	☐ Finanzas
☐ Salud Ocupacional	☐ Calidad
☐ Ninguna de las anteriores	

16. ¿Cree usted que se deba incorporar alguna herramienta tecnológica en el Área de producción, por ejemplo: controles de producción y calidad manejados a través de computadoras?

☐ Sí ☐ No ☐ No sabe

17. ¿Considera usted que existen tiempos muertos en el proceso de producción?

___ Sí ___ No ___ No sabe

18. ¿Cuenta la Asociación con alguna reserva económica para remplazo o mantenimiento de equipo?

___ Sí ___ No ___ No sabe

19. ¿Considera que el cambio climático afecta el crecimiento de la caña de azúcar?

___ Si ___ No

Porqué _____.

20. ¿Conoce si la materia prima está expuesta a algún tipo de plaga?

___ Si ___ No

Si su respuesta es afirmativa mencione cuál o cuáles _____.

Sus opiniones serán de gran ayuda para el cumplimiento de los objetivos de nuestro proyecto, muchas gracias.

7.4 Hoja de Registro

HOJA DE REGISTRO

Fecha: _____

Empresa: _____

Departamento: _____

Situación observada: _____

Tiempo de observación: _____

Estudiante: _____

Hora	Descripción	Interpretación

7.5 Encuesta Telefónica a clientes de ASODULCE

Las siguientes son interrogantes que se realizaron vía telefónica a 12 clientes de la Asociación.

1. Tiempo que tiene de comprarle a ASODULCE.
2. ¿Por qué le compra a ASODULCE?
3. ¿Cuáles son los puntos de venta donde ofrece usted los productos que compra en ASODULCE?
4. ¿Qué otros productos vende aparte de dulce?

7.6 Análisis de agua potable



Telfax: 2219-8816 / Apartado 285-2400 Desamparados, San José

e-mail: mianalitica@gmail.com / http://www.mianalitica.zzi.org

Resultado N°. 310815-V

INFORME DE ENSAYO MICROBIOLÓGICO

FECHA: 31 DE AGOSTO DE 2015

CLIENTE: TRAPICHE ASODULCE LA PAZ

ATENCIÓN: Sr. ALEJO RAMÍREZ

DESCRIPCIÓN: MUESTRA DE AGUA DE LA SALA DE PRODUCCIÓN, RECOLECTADA POR EL SR. IGNACIO BONILLA HERNÁNDEZ EL DÍA 28 DE AGOSTO DE 2015 EN ALAJUELA, SAN RAMÓN, LA PAZ.

ANÁLISIS:

PARAMETRO	RESULTADO	VALOR RECOMENDADO*	VALOR MÁXIMO ADMISIBLE*
Coliformes totales	<2 NMP/dL	-----	-----
Coliformes fecales	<2 NMP/dL	<2 NMP/dL (Ausente)	<2 NMP/dL (Ausente)
<i>Escherichia coli</i>	<2 NMP/dL	<2 NMP/dL (Ausente)	<2 NMP/dL (Ausente)

METODOLOGÍA DE ANÁLISIS:

APHA/AWWA STANDARD METHODS FOR THE EXAMINATION OF WATER AND WASTEWATER, 22ND EDITION, 2012.

OBSERVACIONES:

* SEGÚN DECRETO EJECUTIVO 32327-S REGLAMENTO PARA LA CALIDAD DEL AGUA POTABLE NMP/dL. NÚMERO MÁS PROBABLE POR DECILITRO, EN UN INTERVALO DE CONFIABILIDAD DEL 95%. LA MUESTRA ANALIZADA CUMPLE CON LOS CRITERIOS MICROBIOLÓGICOS DE POTABILIDAD ESTABLECIDOS DEBIDO A LA AUSENCIA DE COLIFORMES FECALES Y *ESCHERICHIA COLI*. MUESTRA CÓDIGO MA: 280815-3.



Dr. Esteban Mena Jara
Dr. ESTEBAN MENA JARA
M.Q.C. CÓDIGO 1470
GERENTE TÉCNICO



NOTA: Refiérase al código de esta muestra para cualquier consulta.
Certificado de análisis nulo sin el sello blanco del colegiado.

MA-REG-07

Nº DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: CS-ARS-D-PSF-2694-2013
RIGE: 11/11/2013, VENCE: 11/11/2018

MICROBIOLOGIA ANALITICA

7.7 Análisis de la planta de tratamiento de aguas residuales

PAGE 1*ARABIC 1/2

REPORTE OPERACIONAL AGUAS RESIDUALES (DECRETO EJECUTIVO Nº 28042-S-MENAP)		
I. DATOS GENERALES		
Ente Generador: TRAPICHE ASODULCE LA PAZ		CIU: 15421
Actividad(es): Producción de dulce		
Provincia: Alajuela	Cantón: San Ramón	Distrito: Piedades Norte
Dirección: 1700 norte del Comisariato		
Página en Internet: No se tiene		
Permiso Sanitario de Funcionamiento:	CO-DARS-SR-763-2015	Rige: 30/10/2015 Vence: 30/04/2016
Patente Municipal:	No. A-359-88	Rige: Permanente Vence: No indica
Número del Reporte: 2		Fecha del Reporte: 03-11-2015
Periodo reportado: del 01-07-2015 al 03-11-2015		
Frecuencia de presentación del Reporte: Semestral (X) Trimestral () Anual ()		
Propietario o Representante del Ente		
Generador: Ricardo Arias Núñez		
Tel: 2445-0383	Fax: 2445-0383	Apartado Postal: No se tiene
Correo Electrónico: asodulcelapaz@gmail.com		
Responsable Técnico del Reporte: Rolando Bonilla		
Tel: 8871-9246	Fax: 2453-1371	Apartado Postal: No aplica
Correo Electrónico: reportesquimicasa@gmail.com		N° Registro MS: RRR060-AR-07

2. DISPOSICIÓN DE LAS AGUAS RESIDUALES

- ☒ Vertidas al cuerpo receptor: Nombre del cuerpo receptor: Río San Pedro
- ☐ Vertidas al Alcantarillado Sanitario: Nombre del EAAS:
- ☐ Reusadas. Tipo N°

3. MEDICIÓN DE CAUDALES

Método empleado:

Volumétrico

La medición de caudales debe hacerse en la salida de la última unidad de tratamiento.

4. RESULTADOS DE LAS MEDICIONES POR PARTE DEL ENTE GENERADOR

TABLA 1. ESTADÍSTICA DEL MONITOREO

	N° de veces	Promedio	Desvío Estándar	Mínimo	Máximo	Valor *LMP
Caudal (m ³ /día)	25	22	6	17	28	No aplica
pH(u)	25	6.6	0.1	6.5	6.6	5-9
Sólidos Sedimentables (ml/l/h)	25	0.2	0.1	0.1	0.3	1
Temperatura (°C)	25	26	1°	25°	27°	15-40

La información de la tabla No. 1, corresponde a los valores de los parámetros medidos por el ente generador y anotado en la bitácora de manejo de las aguas residuales.

En caso de que se cuente con un sistema de tratamiento, debe indicar el caudal de diseño, en m³/día:

50

5. RESULTADOS DE LOS ANÁLISIS FÍSICO-QUÍMICOS Y MICROBIOLÓGICOS

Nombre del Laboratorio: Microbiología Analítica S.A.Número de Permiso Sanitario de Funcionamiento: CS-ARS-D-PSF-2694-2013Rige: 11-11-2013Vence: 11-11-2018N° Análisis Físico-químico: 301115-X N° Análisis Microbiológico: No aplicaMuestreo: 24-11-2015

Tiempo de Duración (indicar el número de muestras por tiempo de muestreo): 15:30-17:30
horas

TABLA 2. RESULTADOS DE LOS ANÁLISIS DE LABORATORIO

Parámetro	DBO (mg/l)	DQO (mg/l)	pH(u)	T (°C)	SST (mg/l)	SSed (ml/l)	GyA (mg/l)	SAAM (mg/l)	CF (IN METROS)	N.I (L)
Valor	143	286	6,0	20,7	108	0,2	17	1,1	No aplica	No aplica
Incertidumbre	8	11	0,1	0,1	11	0,1	2	0,4	No aplica	No aplica
Valor *LMP	150	300	5-9	15-40	150	1,0	30	5,0	No aplica	No aplica

Adjuntar los originales de los análisis de laboratorio con su respectivo refrendo del Colegio Federado de Químicos e Ingenieros Químicos de

Costa Rica.

* Límites Máximos Permisibles.

6. EVALUACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRATAMIENTO

La valoración al sistema se realiza diariamente y los controles en los puntos de descarga nos indican que la operación está correcta.

La valoración se lleva a cabo en cada etapa del proceso;

- 1-Tamizado
- 2-Regulación del pH
- 3-Tanque igualador de flujo.
- 4-Reactor anaeróbico
- 5-Tanque de sedimentación secundario.
- 6-Descarga final a cuerpo de agua.

7. PLAN DE ACCIONES CORRECTIVAS

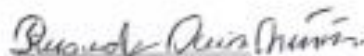
Debido a que el sistema está operando correctamente, no es necesario un plan de acciones correctivas por el momento

8. REGISTRO DE PRODUCCIÓN

Como producción, o población servida, durante el período reportado: 5 toneladas/día en el periodo reportado.

9. NOMBRE Y FIRMA


Responsable Técnico
del reporte
Rolando Bonilla Ulate


Representante Legal
ente generador
Ricardo Arias Núñez

7.8 Emisión de gases de la caldera



SOLUCIONES ANALITICAS Y AMBIENTALES ARAYA, S.A.
Cédula Jurídica: 3-101-659990
TELÉFONO: 2433-5893
Email: solarar@solaracr.com

INFORME DE ANÁLISIS DE EMISIONES: 20150813-01

Fecha del informe: 14-ago-2015

Fecha del muestreo: 13-ago-2015

Responsable del muestreo: NATAN ARAYA RODRIGUEZ

DATOS DEL ENTE GENERADOR:

Empresa: ASODULCE, ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE DULCE ECOLÓGICO BAJO LA PAZ SAN RAMÓN.

Actividad: PRODUCCION DE DULCE.

Dirección: , PIEDADES NORTE, SAN RAMON, ALAJUELA. Latitud: 10° 8'48.24"N, Longitud: 84°32'36.74"O

DATOS DE LA FUENTE ESTACIONARIA Y CONDICIONES AMBIENTALES:

Fuente estacionaria: CALDERA, Marca YORK SHIPLEY, Modelo SPHV-100-2, Serie 76-10997-H6820, Combustible BAGA20, Registro No. 844, Categoría C. Condición de operación del sistema de inyección de combustible: AUTOMATICO.

Diámetro de la chimenea	Altura de chimenea	Distancia a la salida de la chimenea (A)	Distancia anterior al punto de muestreo (B)	Número de puntos de muestreo	Horario de muestreo
0,53 m	8,1 m	0,7 m	2,1 m	12	09:00 - 09:40
Temperatura Ambiente:		27 °C	Presión barométrica:		88,6 kPa

CUADRO DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE EMISIONES

Análisis	Concentración	Método muestreo/análisis
Partículas totales en suspensión	(162 ± 3) mg/m ³	Isocinético/gravimétrico-EPA 03
Óxidos de nitrógeno (NOx, como NO ₂)	(241 ± 5) mg/m ³	Directo/EPA 07E
Dióxido de azufre (SO ₂)	(53 ± 3) mg/m ³	Directo/EPA 06C
Oxígeno (O ₂)	(10,4 ± 0,2) %	Directo/EPA 03A
Dióxido de carbono (CO ₂)	(10,4 ± 0,2) %	Directo/EPA 03A
Monóxido de carbono (CO)	(236 ± 5) mg/m ³	Directo/EPA 10
Humedad (H ₂ O)	(21,6 ± 0,9) %	Absorción/gravimétrico-EPA 04
Opacidad - Escala Ringelmann	Grado 1	Ringelmann Smoke Chart
Temperatura de los gases	(144 ± 3) °C	EPA 02
Velocidad promedio de los gases*	(12,9 ± 0,6) m/s	EPA 02
Flujo volumétrico*	(171,1 ± 8,6) m ³ /min	EPA 02
Eficiencia	(89,7 ± 1,0) %	N/A
Exceso de aire	(99,4 ± 2) %	N/A

Observaciones:

- Los resultados expresados en mg/m³ se encuentran corregidos a BASE SECA, 101,3 kPa, 273,15 K y 10% de referencia de oxígeno. Los datos en % están corregidos a BASE SECA. *Los datos de velocidad y flujo se expresan a condiciones de chimenea.

STEVEN ARAYA OROZCO
N.I.C.Q.: 2414



SOLUCIONES ANALITICAS Y AMBIENTALES ARAYA, S.A.
Cédula Jurídica: 3-101-659990
TELÉFONO: 2433-5893
Email: solarar@solaracr.com

OBSERVACIONES AL INFORME DE ANÁLISIS DE EMISIONES: 20150813-01

Fecha del informe: 14-ago-2015

Fecha del muestreo: 13-ago-2015

DATOS DEL ENTE GENERADOR:

Empresa: ASODULCE, ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE DULCE ECOLÓGICO BAJO LA PAZ SAN RAMÓN.

Actividad: PRODUCCION DE DULCE.

Dirección: , PIEDADES NORTE, SAN RAMON, ALAJUELA. Latitud: 10° 8'48.24"N, Longitud: 84°32'36.74"O

DATOS DE LA FUENTE ESTACIONARIA Y CONDICIONES AMBIENTALES:

Fuente estacionaria: CALDERA, Marca YORK SHIPLEY, Modelo SPHV-100-2, Serie 76-10997-H6820, Combustible BAGAZO, Registro No. 844, Categoría C. Condición de operación del sistema de inyección de combustible: AUTOMATICO.

CUADRO DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE EMISIONES

COMPUESTOS	Concentración	Límite	Límite corregido*	Observaciones / Recomendaciones
Partículas totales en suspensión	(162 ± 3) mg/m³	175	175	NO SE EXCEDE EL LIMITE DE EMISION
Oxidos de nitrógeno (NOx, como NO₂)	(241 ± 5) mg/m³	650	650	NO SE EXCEDE EL LIMITE DE EMISION
Dióxido de azufre (SO₂)	(55 ± 3) mg/m³	2500	2500	NO SE EXCEDE EL LIMITE DE EMISION
Escala Ringelmann	Grado 1	Grado 1	Grado 1	NO SE EXCEDE EL LIMITE DE EMISION

* Corrección realizada en base al análisis del combustible, según Decreto 36551-S-MINAET-MTSS, del 20 de julio de 2011.

** Estos rangos se encuentran en el Decreto Ejecutivo 25584-MINAE-H-MP, del 8 de noviembre de 1996.

STEVEN ARAYA OROZCO
N.I.C.Q.: 2414

7.9 Manejo de desechos sólidos

PLAN DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS

Objetivos:

1. Implementar un plan de recuperación de residuos valorizables.
2. Establecer una gestión integral de residuos de la empresa con los proveedores y clientes.
3. Desarrollar una cultura organizacional sobre el manejo de los residuos.

1. Datos del Generador

Nombre o Razón Social: Asociación de Productores de Dulce Ecológico de Bajo La Paz		
Cédula Jurídica: 3-002-216409		
Dirección exacta: Caserío La Paz, contiguo al Río San Pedro		
Representante legal: Ricardo Arias Núñez		
Correo electrónico: Alejo Ramírez <asodulcelapaz@gmail.com>		
Nº teléfono: 2445-0383	Nº teléfono celular: 89986336	Nº fax: 2445-0383

Diagnóstico

En el siguiente cuadro se hace un diagnóstico de los desechos sólidos generados por la empresa.

Cuadro I. Generación de Residuos

Tipos de residuos	Fuente de los residuos	Cantidades	Condiciones de almacenamiento	Condiciones de transporte	Destino de los residuos	Tipo de registros empleados para el control del destino de los residuos
Bagazo	Molienda	10 Ton/semana aproximadamente	Área especial	Manual	Patio de alimentación a la caldera / abono	Registro semanal de la cantidad aproximadamente generada
Cenizas	Caldera	250 kg/semana aproximadamente	Área especial	Manual	Mejoramiento de suelos de cultivo de caña	Registro semanal de la cantidad aproximadamente generada
Papelería, cartón y plástico	Oficinas y áreas diversas	30 kg/mensual aproximadamente	En su basurero respectivo para luego ser reciclado	Manual	Gestor de Residuos	Registro mensual de la cantidad aproximadamente generada
Basura común	Actividades diarias	3 kg/semana aproximadamente	En su basurero respectivo luego se coloca en bolsas selladas para ser llevada hasta donde pasa el recolector de basura de la Municipalidad.	Manual	Gestor de Residuos	Registro semanal de la cantidad aproximadamente generada

Chatarra	Taller	10 kg/mes aproximadamente	Área especial para posteriormente reciclarlo	vehículo	Gestor de Residuos	Registro mensual de la cantidad aproximadamente generada
Aguas residuales de tipos especial	Proceso productivo	15 m ³ /día	Sistema de Tratamiento	Tubería diseñada para este fin	Descarga ya tratada en un cuerpo de agua	Bitácora de Aguas Residuales
Aguas residuales ordinarias	Servicios sanitarios	1.5 m ³ /día	Tanques sépticos	Tubería diseñada para este fin	Infiltración en el terreno mediante drenajes	No aplica

II Paso: Diseño del Programa

CUADRO II. Programa de residuos por parte de los generadores

<i>Desafío</i>	<i>Objetivo</i>	<i>Actividad (con sus respectivas sub-actividades)</i>	<i>Meta</i>	<i>Indicador de cumplimiento</i>	<i>Recursos</i>	<i>Responsable</i>
Mejorar la recuperación y la disposición	Tamizar todo las aguas residuales y recuperar mejor los desechos sólidos	Adquirir equipos y mejorar los actuales	Al final del 2016	Adquisición al menos de un nuevo equipo para el tamizado y el recolector de partículas.	Propio	Administrador y Regente Ambiental
Mejoramiento y adquisición de nuevos equipos	Adquisición de un sistema de, tamizado y ciclones para el manejo de desechos sólidos propios del proceso productivo.	Mediante la asesoría externa	Al final del 2016	Cuantificación de las mejoras en los ST en la aguas residuales de tipo especial	Propio	Administrador, Gestor Ambiental y Regente Ambiental
Mejorar las tecnologías en el manejo de los desechos líquidos.	Desarrollar un sistema de tratamiento con el uso de microorganismos.	Mediante la asesoría externa e interna	Al final del 2016	Mediante las variables medidas por el laboratorio contratado y su comparación con los datos de otros años	Propio	Administrador, Gestor Ambiental y Regente Ambiental

Paso III: Seguimiento y monitoreo

El Programa deberá contar con un mecanismo de seguimiento y monitoreo anual, a través del cual se permita evaluar anualmente las actividades y metas establecidas en el Programa. De esta manera se podrán identificar los avances y logros del mismo.

CUADRO IV. Seguimiento y monitoreo anual

Actividad	Línea base	Meta	Indicador	Estado actual de la actividad	Observaciones
Capacitaciones	Partir de personal como si fuera completamente nuevo.	100% del personal capacitado al primer año.	Documentación de la capacitación y mejorar el manejo interno.	No hay suficiente capacitación externa al personal que labora en la empresa.	La falta de tecnologías en el país y programas gubernamentales provoca falta de preparación del personal.

7.10 Invitación



Estimado Sr. Ricardo Arias Núñez, las estudiantes de la Universidad Técnica Nacional, tienen el agrado de invitarle a usted y un acompañante de su elección, al desarrollo de capacitaciones en **"Contabilidad General, Costos y Mercadeo, aplicados a la Asociación de Productores de Dulce de Caña ASODULCE"**

Las cuales se llevarán a cabo en las instalaciones de ASODULCE, los días 20 y 22 de febrero del 2016 a partir de las 2 pm, se servirá un refrigerio.

¡Esperamos contar con su valiosa presencia!

7.11 Control de Asistencia

ASODULCE		UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Control de Asistencia e Capacitación		UTN Universidad Técnica Nacional	
Nombre del Curso	Mercadeo y Contabilidad Básica Capacitaciones.			Fecha	20 febrero 2016
Facilitadoras	Patricia Bravo Barchana Jacyd Herrera Espinoza Johanna Rojas Valencia			Hora	2:00 pm
				Lugar	ASODULCE
ASISTENTES (Favor escribir nombre (s) y apellido (s) completos)					
N°	NOMBRE COMPLETO	CÉDULA	ASOCIADO (Marque con una X según corresponda)	ACOMPANANTE	FIRMA
1	Marta Glorinda González	206330656		X	<i>[Firma]</i>
2	Ananías Herrera Arias	203490530	X		<i>[Firma]</i>
3	Natalia Pérez Anas	2-07180846		X	<i>[Firma]</i>
4	Maicela Arredondo Pérez	2348118		X	<i>[Firma]</i>
5	Marganta Pérez López	2339079	X		<i>[Firma]</i>
6	José Wilber Anas Rosales	2301343		X	<i>[Firma]</i>
7	Luz Roberto Anas Nuñez	2407500		X	<i>[Firma]</i>
8	Benedo Vargas Herrera	2067055	X		<i>[Firma]</i>
9	Ricardo Anas Nuñez	2422182	X		<i>[Firma]</i>
10	Carmen Dorela Herrera Fede	2705704		X	<i>[Firma]</i>
11	Wilberth Anas Nuñez	2355880	X		<i>[Firma]</i>
12	William Pérez Anas	2426132	X		<i>[Firma]</i>
13	Alejo Ramírez Vargas	203690448	X		<i>[Firma]</i>
14	Guinette Ramírez Vargas	2477475		X	<i>[Firma]</i>
15	Jorge Ramírez Varista	2200628	X		<i>[Firma]</i>

	UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Control de Asistencia a Capacitación				
Nombre del Curso: <u>Matrícula y Contabilidad Básica Computacional</u>	Fecha: <u>20 febrero 2016</u>				
Facilitadoras: <u>Dolores Basso Barahona</u> <u>Trinidad Herrera Espinoza</u> <u>Johnson Rojas Valencia</u>	Hora: <u>2:00 pm</u> Lugar: <u>ASOQUICE</u>				
ASISTENTES (Favor escribir nombre (n) y apellido (a) completos)					
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ASOCIADO (Marque con una X según corresponda)	ACOMPañANTE	FIRMA
1	<u>Sergio Alfonso Gonzalez</u>	<u>2262937</u>	<u>X</u>		<u>Sergio Alfonso G.</u>
2	<u>Johnny Ramirez Vargas</u>	<u>2466 635</u>	<u>X</u>		<u>Johnny Ramirez</u>
3	<u>Miller Ramirez Vargas</u>	<u>2508 850</u>	<u>X</u>		<u>Miller Ramirez</u>
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

ASODULCE		UNIVERSIDAD TECNICA NACIONAL LICENCIATURA EN CONTADURIA PUBLICA Control de Asistencia a Capacitación		UTN Universidad Técnica Nacional	
Nombre del Curso	Contabilidad Básica y Costos - Capacitaciones			Fecha	22 febrero 2016
Facilitadoras	Tanyil Herrera Espinoza Johanna Rojas Valencia Adrián Bravo Barahona			Hora	2:30 p.m.
				Lugar	ASODULCE
ASISTENTES					
(Favor escribir nombre (s) y apellido (s) completos)					
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ASOCIADO (Marque con una X según corresponda)	ACOMPANANTE	FIRMA
1	Sergio Alfaro González	2-262-937	X		Sergio Alfaro G
2	Wilhelm Pérez Arias	2-426 132	X		Wilhelm P
3	Luis Roberto Arias Nuñez	2 407 500		X	Luis Roberto Arias Nuñez
4	Ricardo Arias Nuñez	2 422 182	X		Ricardo Arias Nuñez
5	Wilberth Arias Nuñez	2 353 880	X		Wilberth Arias Nuñez
6	José Wilberth Arias Nuñez	2 701 343		X	José Wilberth Arias Nuñez
7	Ginneth Ramírez Vargu	2 477 475		X	Ginneth Ramírez Vargu
8	Natalia Pérez Arias	2 718 846		X	Natalia Pérez Arias
9	Marganta Pérez López	2339 079	X		Marganta Pérez López
10	Marta Elizabeth González	2633 656		X	Marta Elizabeth González
11	Carmen Daniela Herrera F	2105 704		X	Carmen Daniela Herrera F
12	Marta Elizabeth González	206330656		X	Marta Elizabeth González
13	Anaíes Herrera Arias	2349 530	X		Anaíes Herrera Arias
14	Alejo Ramírez Arias	2-365 448	X		Alejo Ramírez Arias
15	Silvana Arias Salas	2416 927		X	Silvana Arias Salas

ASO DULCE		UNIVERSIDAD TECNICA NACIONAL LICENCIATURA EN CONTADURIA PUBLICA Control de Asistencia a Capacitación		UTN Universidad Técnica Nacional	
Nombre del Curso	<u>Contabilidad Básica y Costos -Capacitaciones-</u>			Fecha	<u>22 febrero 2016</u>
Facilitadoras	<u>Ingrid Herrera Espinoza</u> <u>Isabella Rojas Valencia</u> <u>Patricia Bravo Barahona</u>			Hora	<u>2:30 pm</u>
				Lugar	<u>MODULO</u>
ASISTENTES					
(Favor escribir nombre (x) y apellido (x) completo)					
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ASOCIADO (Marque con una X según corresponda)	ACOMPANANTE	FIRMA
1	<u>Johay Ramiro Vargas</u>	<u>2466 635</u>	<u>X</u>		<u>Johay Ramiro V</u>
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

7.12 Guía didáctica de Mercadeo

Universidad Técnica Nacional
Licenciatura en Contaduría Pública
Sede Central

Guía Didáctica de Mercadeo

Asociación de Productores de Dulce Ecológico ASODULCE



Año 2016

Bravo Barahona Patricia
Herrera Espinoza Ingrid
Rojas Valencia Johanna

Tabla de contenido

Presentación	134
Introducción	135
Objetivos de aprendizaje	136
El Mercadeo	138
Mercadeo	138
¿Quién está encargado del Mercadeo?	139
¿Qué se entiende como mercado?	141
Tipos de Mercado	142
Mercado Real:	142
Mercado Potencial:	142
Práctica de autoevaluación Capítulo 1	143
Factores que determinan el Mercadeo	145
Producto:	145
Precio:	145
Plaza:	146
Promoción:	146
Práctica de autoevaluación Capítulo 2	147
Los clientes y la competencia	149
¿Qué es la competencia?	149
¿Quiénes son los clientes?	150
Práctica de autoevaluación Capítulo 3	152
Respuestas a la práctica	153
Bibliografía	154
Sobre las imágenes	154

Presentación

Esta guía didáctica contiene información básica relacionada con conceptos de Mercadeo para la Asociación de Productores de Dulce Ecológico ASODULCE, compuesta por ejemplos según la actividad comercial de la empresa, para garantizar mayor comprensión.

Durante el desarrollo de esta guía se ha considerado importante evitar el uso de tecnicismos y definiciones que pueden resultar difíciles de comprender, por consiguiente se ha procurado una redacción con términos sencillos y de fácil interpretación.

Al finalizar el estudio de esta guía, los participantes serán capaces de identificar conceptos relacionados con Mercadeo como: producto, precio, plaza, promoción. Así mismo podrá identificar sus principales clientes y las empresas que componen su competencia directa e indirecta.

Introducción

El Mercadeo se puede definir como aquel conjunto de técnicas que le permiten a la Administración de la Asociación vender los productos que fabrica, dichas técnicas van desde conocer el mercado meta al cual se quiere llegar, los canales de distribución que se utilizarán para llegar a ese mercado, el precio al que se va a vender, la publicidad y la promoción para dar a conocer el producto, lo anterior va de la mano con el buen servicio al cliente de los empleados, lo cual se considera un factor fundamental a vigilar.

Es importante que todas las empresas, aunque se consideren Pymes, conozcan cuáles son las técnicas de Mercadeo que se deben implementar, aspectos básicos como las 4P del Mercadeo y cómo pueden implementarse para la comercialización de los productos fabricados.

En el Capítulo I de esta guía se presentan conceptos básicos de Mercadeo y se explica de forma breve los tipos de Mercadeo que existen, además contiene una explicación sencilla relacionada con la importancia de la integración de todos los departamentos de la empresa para procurar una buena gestión empresarial.

El Capítulo II está compuesto por información relacionada con los factores que determinan el Mercadeo; para explicarlo se definirán los conceptos de: producto, precio, plaza y promoción, aunado a lo anterior y con el propósito de mejorar la comprensión del tema se expondrán ejemplos para cada uno de los factores.

Para finalizar en el III Capítulo se estudiarán los temas relacionados con los clientes y la competencia; para lo cual se conceptualizará cada uno de ellos, se analizarán los tipos de competencia y se explicarán algunos ejemplos para procurar una mejor comprensión.

En cada capítulo el lector encontrará una práctica de autoevaluación, la cual pretende medir los conocimientos adquiridos y responder las dudas que puedan surgir producto del estudio de esta herramienta didáctica.

Objetivos de aprendizaje

Al concluir el estudio de esta guía didáctica el participante, será capaz de:

1. Definir el concepto de Mercadeo.
2. Identificar los diferentes tipos de mercados.
3. Conocer los factores que determinan el Mercadeo.
4. Determinar la competencia de ASODULCE.
5. Establecer los clientes de la Asociación.

1

Capítulo

Conceptos básicos de Mercadeo

El Mercadeo

Mercadeo

El Mercadeo está compuesto por técnicas que le permiten a la Asociación identificar los deseos y necesidades de las personas y empresas que componen el mercado, con la finalidad de satisfacerlas con los productos que fabrica.



Elaboración propia

Lo anterior, se puede visualizar dentro de las actividades que realiza la Asociación, por ejemplo: cuando producen diferentes tamaños de tapas de dulce, de acuerdo con las necesidades o gustos de sus clientes.



Elaboración propia

Es importante mencionar que algunas empresas buscan por medio de estudios de mercado, la diversificación y la creación de nuevos productos, crear necesidades para clientes actuales y posibles consumidores.

Ejemplo: Al inicio únicamente se producían tapas de dulce, por lo tanto los consumidores las raspaban, para que fuese más fácil de disolver cuando se quería preparar una bebida. Actualmente, se ofrece al mercado dulce granulado que es de fácil uso para la preparación de bebidas y busca satisfacer una necesidad o crearla.



¿Quién está encargado del mercadeo?

Todos los departamentos de la Asociación y las personas que laboran en ellos son los responsables de trabajar juntos para lograr la Visión, Misión y los Objetivos de la empresa de manera exitosa. La Ilustración 1 que se muestra a continuación representa los diferentes departamentos de la Asociación.



Producción



Ventas



Administración



Proveeduría

Elaboración Propia

Ilustración 1 Departamentos de ASODULCE

Es fundamental para una buena gestión empresarial que todos los departamentos trabajen en conjunto para el cumplimiento de las metas de la Asociación y en busca de la satisfacción de las necesidades de los clientes. A continuación, se detalla a modo de ejemplo la interrelación de las operaciones de cada departamento, (ver Tabla 1) para la cuales se detallan acciones que llevadas a cabo de forma conjunta, contribuyen con el buen funcionamiento de la Asociación.

Tabla 9 Acciones realizadas por departamento

Departamento	Acción que realiza
Producción	Diseña nuevos productos Crean productos personalizados según las exigencias del cliente
Administración	Administra los costos de producción. Define el precio de ventas de los productos, de acuerdo con la competencia.
Proveeduría	Compran materia prima de calidad, la cual se requiere para realizar el producto.
Ventas	Prepara facturas según los pedidos de los clientes. Atiende a los clientes con cordialidad y garantizando un buen servicio.

Elaboración propia



¿Qué se entiende como mercado?

Es el espacio donde se venden los productos que fabrican las empresas, al cual asisten las personas a adquirir bienes o servicios que satisfagan sus gustos y necesidades.

Dentro de los tipos de mercado se puede mencionar: las ferias, el mercado virtual, los mercados municipales y los supermercados. Ilustración 2.



Feria del Agricultor



Mercado Virtual



Mercado Municipal



Supermercado

Ilustración 2 Tipos de Mercados

Elaboración Propia

Tipos de Mercado

Mercado Real:

Está compuesto por aquellos clientes que actualmente compran los productos de la Asociación, por ejemplo: Supermercados, Corporación de Supermercados Unidos (Walmart) y los Mercados Municipales de Alajuela y Heredia.



Ilustración 3 Mercados Reales

Elaboración propia

Mercado Potencial:

Son todas aquellas personas o empresas que actualmente no compran los productos que ofrece la Asociación, pero que podrían llegar a consumirlos.

Como mercado potencial se puede contemplar la exportación a países Centroamericanos, Estados Unidos y la Unión Europea, así como realizar ventas en mercados virtuales.



Ilustración 4 Mercados Potenciales

Elaboración Propia

Práctica de autoevaluación Capítulo 1

De acuerdo con lo estudiado en el capítulo anterior, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera correcta.

1. Técnicas que le permiten a la Asociación identificar los deseos y necesidades de las personas y empresas, con la finalidad de satisfacerlas con los productos que fabrica.

El concepto anterior corresponde con la definición de:

- a) Contabilidad
 - b) Mercadeo
 - c) Costos
2. ¿Quién esta encargado del Mercadeo en una empresa?
- a) Todos los departamentos y trabajadores
 - b) Recursos humanos y contabilidad
 - c) Los clientes y la competencia.

3. Espacio donde se venden los productos que fabrican las empresas, al cual asisten las personas a adquirir bienes o servicios

El concepto anterior corresponde con la definición de:

- a) Departamento de Ventas
- b) Planta de producción
- c) Mercado

2

Capítulo Factores que determinan el Mercadeo

Factores que determinan el Mercadeo

Es importante tomar en cuenta la combinación de los siguientes elementos, los cuales se caracterizan por ser controlables por la administración, con el fin de garantizar la venta de los productos que se ofrecen al mercado.

Producto:

Se refiere a todas las mercancías que fabrica la Asociación, cuando hablamos de producto debemos tomar en cuenta aspectos como: calidad, empaque, marca, tamaño, entre otros.



Ilustración 5 Ejemplos de Productos

Elaboración Propia

Precio:

El monto que se debe cobrar al ofrecer productos en el mercado, dentro del cual se deben considerar los siguientes elementos: lista de precios, descuentos, periodo de pago y condiciones de crédito.



Ilustración 6 Elementos para Definir el Precio

Elaboración Propia

Plaza:

Son los diferentes lugares donde se pueden comercializar los productos que ofrece la Asociación, se deben tomar en cuenta: los canales, la cobertura, ubicación, inventario y transporte.



Inventario



Canales, cobertura y transporte



Ubicación

Ilustración 7 Establecimiento de la Plaza

Elaboración Propia

Promoción:

Son aquellas acciones que se pueden realizar para dar a conocer los productos a clientes potenciales. Para ello se deben tomar en cuenta acciones como: publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas.



Promoción de Ventas



Banner Publicitario



Publicidad

Ilustración 8 Promoción de los Productos

Elaboración Propia

Práctica de autoevaluación Capítulo 2

De acuerdo con lo estudiado en el capítulo anterior, relacione los conceptos que se detallan en la columna de la derecha con el nombre del factor que se detalla en la izquierda. (Sobran dos opciones en la columna de la izquierda).

Factores

Concepto

Plaza ()

1. Aquellas acciones que se pueden realizar para dar a conocer los productos a clientes potenciales.

Producto ()

2. El monto que se debe cobrar al ofrecer productos en el mercado

Mercado ()

3. Todas las mercancías que fabrica la Asociación

Promoción ()

4. Los diferentes lugares donde se pueden comercializar los productos que ofrece la Asociación

Clientes ()

Precio ()

3

Capítulo

Los clientes y la competencia

Los clientes y la competencia

¿Qué es la competencia?

Son aquellas empresas que participan en el mercado ofreciendo productos iguales o similares a los fabricados por la Asociación, y por lo tanto se puede decir que compiten con ASODULCE por vender o acaparar la mayor cantidad de clientes.

En un mercado hay dos tipos de competencia:

La competencia directa:

Está compuesta por aquellas empresas o personas que venden productos iguales a los fabricados por la Asociación y en el mismo mercado.

En la Tabla 2 se detallan algunos ejemplos de competencia directa que presenta ASODULCE en el mercado y los productos que ofrece.

Tabla 10 Ejemplos Competencia Directa

Nombre de la empresa	Marcas que vende	Tipo de productos
Assukar S.A	Dulce-T	Miel de dulce
		Dulce granulado
	Sabemas	Dulce granulado
	Juan Viñas	Dulce granulado
Barreal, Heredia	Los productos de mamá	Dulce granulado
	La casita de mamá	Tapa de dulce
Sayma Ltda.	Hortifruti	Tapa de dulce
Industria Las Palmas	Miel de caña	Miel de dulce



La competencia indirecta:

Incluye empresas o personas que ofrecen al mercado productos que pueden sustituir los de la Asociación, ya que satisfacen las mismas necesidades. Por ejemplo: café, té, refrescos gaseosos, bebidas light, azúcar.



Ilustración 9 Ejemplos competencia indirecta

Elaboración Propia

¿Quiénes son los clientes?

Los clientes son todas aquellas personas o empresas que compran con regularidad los productos terminados que se elaboran en la Asociación, ya sea de forma directa o a través de un intermediario.

Se puede entender como clientes los siguientes:

Personas: son quienes adquieren los productos fabricados por la Asociación de forma directa.



Empresas: cuando el cliente es una empresa o un negocio que lo compra para revenderlo en distintos puntos de venta.

La Tabla 3 contiene un detalle de los clientes actuales, los cuales están agrupados en la cartera de clientes de la Asociación. Además, se muestra en términos porcentuales el correspondiente a las ventas realizadas a cada uno para el semestre que va desde diciembre 2014 a mayo 2015.

Tabla 11 Resumen de Clientes ASODULCE

N°	Cliente	Monto
1	Corp. Compañías Agroind.CCA.SA	53,15%
2	Santiago Elizondo Mesén	12,57%
3	Mery Corella	9,51%
4	Industrias Las Palmas	6,00%
5	William Hernández	4,90%
6	Carlos Jiménez	3,56%
7	Raúl Alpizar A.	3,15%
8	Javier Rojas Alvarado	2,70%
9	Leche y Miel S.A	2,54%
10	Jasón Barrios	1,92%
Total Sumado		100 %



Práctica de autoevaluación Capítulo 3

De acuerdo con lo estudiado en este capítulo, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera sea la correcta.

1. Son aquellas empresas que participan en el mercado ofreciendo productos iguales o similares a los fabricados por la Asociación

El concepto anterior corresponde con la definición de:

- a) Clientes
- b) Proveedores
- c) Competidores

2. La competencia directa está compuesta por :

- a) Empresas o personas que ofrecen al mercado productos que pueden sustituir a los de la Asociación.
- b) Empresas o personas que venden productos iguales a los fabricados por la Asociación.
- c) Empresas o personas que venden al mercado productos iguales y sustitutos a los fabricados por la Asociación.

3. Todas aquellas personas o empresas que compran con regularidad los productos terminados que se elaboran en la Asociación.

- a) Clientes
- b) Competencia
- c) Competidores

Respuestas a la práctica

Las siguientes corresponden a las respuestas de la práctica de autoevaluación.

Preguntas	Respuestas
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 1	
Pregunta N°1	b) Mercadeo
Pregunta N°2	a) Todos los departamentos y trabajadores
Pregunta N°3	c) Mercado
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 2	
Plaza	(4)
Producto	(3)
Mercado	(Blanco)
Promoción	(1)
Clientes	(Blanco)
Precio	(2)
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 3	
Pregunta N°1	c) Competidores
Pregunta N°2	b) Empresas o personas que venden productos iguales a los fabricados por la Asociación
Pregunta N°3	a) Clientes

Bibliografía

Kotler, P.; Keller, K (2006): *Dirección de Marketing decimosegunda edición*. Pearson Educación, México. ISBN 9702607639.

Sobre las imágenes

Imagen de la portada, tomada de internet página listindiario.com, desde: <http://images2.listindiario.com/image/article/452/680x460/0/9FE78E51-7717-43A8-8332-1B299AB561B8.jpeg>.

Lápiz guía mercadeo, página 139. Obtenido desde: <http://us.cdn3.123rf.com/168nwm/chudtsankov/chudtsankov1004/chudtsankov100400922/6906041-cartoon-carattere-felice-matita-con-cartella-sfondo.jpg>

Supervisor, página 140. Obtenido desde: <http://us.cdn3.123rf.com/168nwm/jomaplaon/jomaplaon1205/jomaplaon120500066/13759789-illusztr%C3%A1ci%C3%B3-egy%C3%A9p%C3%ADt%C3%A9sz,-m%C3%A9rn%C3%B6k,-aki-olyan-tervet,-elszigetelt-feh%C3%A9r-h%C3%A1tt%C3%A9r.jpg>

Trabajador de la feria, página 141. Obtenido desde: http://www.janyatsko.com/assets/images/EM_Atenas_Feria_tramo_1.jpg

Mercado Virtual, página 141. Obtenido desde: http://contrapunto.com/uploads/15_11_30/media/image/3011cybermonday.jpg.675x338_q85_box-0,7,1000,607_crop_detail.jpg

Mercado Municipal, página 141. Obtenido desde: <http://3.bp.blogspot.com/-5ady3BFBd5s/ToNMQWd8hCI/AAAAAAAAAAc/yyG4UAXx2G8/s1600/mercado.jpg>

Supermercado, página 141. Obtenido desde: http://www.roadtvitalia.it/wp-content/uploads/2014/12/273441_supermercato.jpg

Mercado Florense, página 142. Obtenido desde: http://cdn.repretel.com/files/2015/09/07/316x202_MERCADO-NOTA.jpg

Walmart, página 142. Obtenido desde: <http://www.bombingscience.com/graffitiforum/attachment.php?attachmentid=95993&d=1357877986>

- Mercado Alajuela, página 142. Obtenido desde: <https://lh3.googleusercontent.com/GPeK5CdKEDPaHa-anoLHHp44RSK-iQoBARp02NRGQ66W4Ruu7hcl5aHXVfH-KmbJ8AfltA=s128>
- Centroamérica, página 142. Obtenido desde: <http://image.slidesharecdn.com/america5bas-121016090722-phpapp01/95/conociendo-nuestro-continente-5-bsico-11-638.jpg?cb=1350378508>
- Unión Europea, página 142. Obtenido desde: <https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSqqvqI4OL9sCGpCSH5fOh6pE4ctE5GYFyJNGolClgo7BQ9CQpA>
- Mercados Virtuales, página 142. Obtenido desde: http://blog.maisimpacto.com.br/images/clientes/background/4090_33891.jpg
- Precio de venta, página 145. Obtenido desde: http://2.bp.blogspot.com/-PXvAYLQ735Q/VPY2gUQcB4I/AAAAAAAAALg/WxpHx-tFloA/s1600/cc050614y002f22.jpg_1328648940.jpg
- Periodo de pago, página 145. Obtenido desde: http://comps.canstockphoto.es/can-stock-photo_csp2806529.jpg
- Descuento, página 145. Obtenido desde: <http://www.dimensionalgroun.net/promociones-descuentos.jpg>
- Canales, cobertura y transporte, página 146. Obtenido desde: <https://www.logismarket.com.mx/ip/hessen-logistics-transporte-puerta-a-puerta-internacional-logistica-internacional-mariima-terrestre-y-aerea-782031-FGR.jpg>
- Ubicación, página 146. Obtenido desde: http://afn.az/uploads/posts/2016-01/1451654030_erzaq.jpg
- Promoción de ventas, página 146. Obtenido desde: <https://neumaticosexpress.files.wordpress.com/2012/05/oferta-especial.gif?w=265&h=154>
- Banner, página 146. Obtenido desde: <http://www.inflatedancer.com.mx/productos/big/Bandera-Publicitaria-Feather-Flag-986958.jpg>
- Publicidad, página 146. Obtenido desde: <http://www.marketburst.net/wp-content/uploads/2014/09/social-media.png>
- Lapicito, página 149. Obtenido desde: <https://www.quia.com/files/quia/users/anaogren/to-get-a-good-grade>

Azúcar, página 150. Obtenido desde: <http://6ed.dfb.mwp.accessdomain.com/wp-content/uploads/2012/06/TAA-02-dona-maria-01.jpg>

Gaseosa, página 150. Obtenido desde: <http://margaritabuenisima.com/portal/wp-content/uploads/2015/01/Ent%C3%A9rate-qu%C3%A9-le-pasa-a-tu-cuerpo-cuando-bebes-refrescos.jpg>

Café, página 150. Obtenido desde: <http://i.ebayimg.com/images/g/1OIAAMXQVERS0Uwk/s-l300.jpg>

Hombre en caja, página 150. Obtenido desde: http://www.cursosinea.conevyt.org.mx/cursos/org_bolsillo/main/unidades/imagenes/u1/u1t3_act12_2.jpg

Hombres en fila, página 150. Obtenido desde: <http://www.marketingdirecto.com/wp-content/uploads/2013/02/relacion-clientes1.jpg>

Mujer, página 151. Obtenido desde: http://comps.canstockphoto.es/can-stock-photo_csp19296649.jpg

7.13 Guía didáctica de Contabilidad Básica

Universidad Técnica Nacional

Licenciatura en Contaduría Pública

Sede Central

Guía Didáctica de Contabilidad General

Asociación de Productores de Dulce Ecológico ASODULCE



Año 2016

Bravo Barahona Patricia

Herrera Espinoza Ingrid

Rojas Valencia Johanna

Tabla de contenido

Presentación.....	159
Introducción	160
Objetivos de Aprendizaje	161
Concepto y características de la Contabilidad.....	163
Contabilidad General.....	163
Características	163
¿Para qué sirve la Contabilidad?	164
Práctica de Autoevaluación Capítulo 1	165
Activo, Pasivo y Patrimonio	167
¿Qué son los Activos?	167
Clasificación de los Activos	167
¿Qué son los Pasivos?	168
Clasificación de los Pasivos	168
Patrimonio	169
Práctica de Autoevaluación Capítulo 2	170
La Ecuación Contable	173
¿Qué es una ecuación?	173
Ingreso y Gasto	176
¿Qué es un Ingreso?.....	176
¿Qué es un Gasto?	176
Gasto por Depreciación.....	177
Práctica de Autoevaluación Capítulo 4	178
Utilidad y Pérdida	181
¿Qué significa Utilidad?	181
¿Qué significa Pérdida?	181
Práctica de Autoevaluación Capítulo 5	182
Estados Financieros	184
¿Qué son los Estados Financieros?.....	184
¿Cuáles son los principales Estados Financieros?	184
Práctica de Autoevaluación Capítulo 6	186
Respuestas a la práctica	187
Bibliografía.....	188
Sobre las imágenes.....	188

Presentación

Ante un mercado competitivo, es fundamental que cada comerciante conozca acerca del lenguaje de negocios utilizado en su empresa con la finalidad de alcanzar un óptimo crecimiento operacional.

En esta guía didáctica se desarrollarán temas de Contabilidad enfocados en las operaciones diarias de la Asociación de Productores de Dulce Ecológico ASODULCE. Por otra parte, se pretende introducir a los asociados dentro del mundo de la Contabilidad General para que puedan contar con una visión amplia sobre la situación económica de la empresa en el corto, mediano y largo plazo.

Los ejemplos utilizados para cada tema, estarán basados en sus actividades económicas con el fin de familiarizar los contenidos académicos con las tareas que se realizan en ASODULCE y de esta forma, facilitar el aprendizaje de los miembros de la Asociación y sus familiares para que participen de las capacitaciones que se brinden.

Introducción

La siguiente guía didáctica, ha sido elaborada con el objetivo de facilitar el aprendizaje de conceptos contables. Para cumplir con el objetivo, se empleará una estrategia de enseñanza técnica basada en terminología sencilla para una mejor comprensión, además, se enfocará en el ámbito del entorno productivo de la Asociación.

Debido a la creciente competitividad en el sector productivo, la innovación y el conocimiento se deben sumar a la experiencia productiva, por tal motivo, muchas instituciones del Estado ofrecen capacitaciones a bajo costo, incluso, en algunas ocasiones hasta de forma gratuita, con el propósito de capacitar a sus participantes en temas de interés productivo y organizacional.

Esta guía servirá de apoyo para los miembros de la Junta Directiva y asociados interesados que deseen aprender y/o reforzar aquellos términos y conceptos relacionados con la Contabilidad y que en capacitaciones recibidas anteriormente o en libros contables que hayan consultado, resulten complicados de entender debido al lenguaje técnico que se utiliza.

Objetivos de Aprendizaje

Lograr que los asociados y familiares conozcan los conceptos que abarca la Contabilidad General por medio de esta guía didáctica y de las capacitaciones que se brinden.

Una vez brindadas las capacitaciones, los participantes serán capaces de:

1. Reconocer los términos contables de activos, pasivos y patrimonio enfocados en ASODULCE.
2. Conocer las deudas y obligaciones de la Asociación a corto, mediano y largo plazo.
3. Determinar las variaciones en los ingresos entre un período contable y otro.
4. Comprender el análisis de los estados financieros de la Asociación.

1

Capítulo

Concepto, características y principios de la Contabilidad

Concepto y características de la Contabilidad

Contabilidad General



Es la tarea que consiste en resumir, registrar y clasificar las actividades comerciales diarias de una empresa. En Costa Rica, el ciclo contable inicia del 01 de octubre de un año en curso y concluye el 30 de setiembre del año siguiente.

Características

1. Utilidad: muestra los resultados de las operaciones económicas.
2. Provisionalidad: la contabilidad no representa hechos acabados.
3. Confiabilidad: la información es estable, objetiva y verificable.
4. Oportunidad: se obtiene en el tiempo que sea requerido.



¿Para qué sirve la Contabilidad?

**1**

Para conocer la situación financiera de la Asociación.

2

Para llevar un control sobre las entradas y salidas de la Asociación.

**3**

Para tomar decisiones sobre disminución de gastos, aumento de inversiones, aplicación de descuentos, diversificación de productos, entre otros.

Práctica de Autoevaluación Capítulo 1

De acuerdo con lo estudiado en esta guía, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera sea la correcta.

1. La siguiente definición corresponde a:

Es la tarea que consiste en resumir, registrar y clasificar las actividades comerciales diarias de la Asociación.

- a) Activo
 - b) Pasivo
 - c) Patrimonio
 - d) Contabilidad
2. ¿Cuáles de las siguientes opciones caracterizan a la Contabilidad? (puede marcar más de una opción).
- a) Real
 - b) Utilidad
 - c) Seguridad
 - d) Confiabilidad
3. ¿Cuáles de las siguientes opciones son principios de la Contabilidad? (puede marcar más de una opción).
- a) Fiable
 - b) Utilidad
 - c) Seguridad
 - d) Consistencia
 - e) Realización

2

Capítulo

Concepto de Activo, Pasivo y Patrimonio

Activo, Pasivo y Patrimonio

¿Qué son los Activos?

Son los recursos económicos que posee la Asociación y de los cuales se espera recibir beneficios económicos futuros.

Ejemplo: efectivo, cuentas por cobrar, inventario, maquinaria.



Clasificación de los Activos

Se clasifican según su liquidez, es decir, de acuerdo con la facilidad para convertir dicho recurso en efectivo.



Activo circulante (corriente)

Son los recursos que se pueden convertir en efectivo en menos de 12 meses, es decir, son activos líquidos.

Ejemplo: cuentas por cobrar a corto plazo, inventario.

Elaboración propia

Activo no corriente (fijo)

Corresponden a los recursos que pueden ser convertidos en efectivo en un plazo mayor a un año.

Por ejemplo: malla perimetral. Mobiliario y equipo.



Elaboración propia



¿Qué son los Pasivos?

Son las deudas y obligaciones que posee la Asociación durante un período determinado.

Ejemplos: préstamo por pagar o salarios por pagar.

Clasificación de los Pasivos

Al igual que los activos, los pasivos también se clasifican según su liquidez, es decir, de acuerdo con la facilidad para convertir dicho recurso en efectivo.

Corto Plazo

Largo Plazo

Pasivo a corto plazo

Son las deudas y obligaciones que se deben cancelar en menos de un año. Algunos ejemplos de pasivo a corto plazo son: el pago de patentes, proveedores, servicios públicos.



Pasivo a largo plazo

Son las deudas y obligaciones que se deben pagar en períodos mayores a un año. Ejemplo: pago de hipoteca.

Patrimonio

Son las pertenencias que han aportado los asociados o donantes en dinero o en especie. Ejemplo: donaciones



Práctica de Autoevaluación Capítulo 2

De acuerdo con lo estudiado en el capítulo anterior, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera sea la correcta.

1. La siguiente definición corresponde al término:

Son los recursos económicos que posee toda empresa.

- a) Gasto
- b) Activo
- c) Utilidad
- d) Ingreso

2. De la siguiente lista: ¿cuáles son activos? (puede marcar más de una opción).

- a) Caldera
- b) Inventario
- c) Electricidad
- d) Salarios por pagar

3. La siguiente definición corresponde:

Son todas las deudas y obligaciones de pago que tiene la Asociación.

- a) Pasivo
- b) Activo
- c) Impuestos
- d) Inversiones

4. De la siguiente lista: ¿cuáles son pasivos? (puede marcar más de una opción):
- a) Vehículo
 - b) Suministros
 - c) Caldera de humo
 - d) Servicios Públicos
 - e) Hipoteca por pagar
5. De la siguiente lista: ¿cuáles son ejemplos de patrimonio? (puede marcar más de una opción).
- a) Rifas
 - b) Salarios
 - c) Acciones
 - d) Préstamos
 - e) Donaciones

3

Capítulo

Ecuación Contable

Activo = Pasivo + Patrimonio

La Ecuación Contable

¿Qué es una ecuación?

Es una igualdad matemática, por ejemplo $1+1= 2$.

La información financiera está estructurada por medio de una ecuación contable básica, la cual indica que todos los bienes y derechos que posee la Asociación serán iguales a la suma de sus deudas y obligaciones más el patrimonio invertido en el negocio.



Ecuación:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Patrimonio}$$

En el desarrollo de los siguientes ejemplos, veremos algunas de las variaciones que puede haber en la ecuación contable.

Ejemplo #1

ASODULCE recibe una donación de 100 mil colones para invertir en la instalación de una malla perimetral, sin embargo, el costo total de la obra es de 300 mil. La Junta Directiva solicita un préstamo con el banco Popular por la diferencia. ¿Cuál sería la ecuación contable?

Solución:

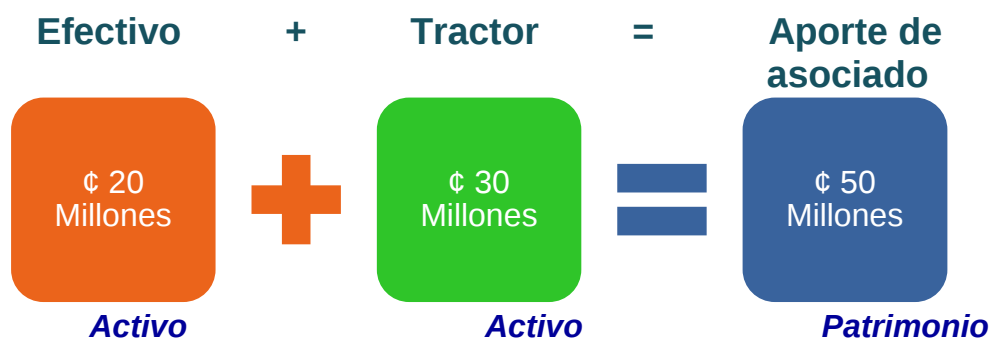
Donación + Prestamo = Malla Perimetral instalada



La ecuación anterior demuestra que hay un incremento en el Activo por un incremento en el Patrimonio

Ejemplo #2

Al cierre del 30 de setiembre del 2015, la Junta Directiva decide incorporar un nuevo asociado a ASODULCE, el cual aporta € 20 millones de colones en efectivo y un tractor valorado en € 30 millones de colones. La ecuación contable para este ejemplo quedaría de la siguiente manera:



4

Capítulo

Concepto de Ingreso y Gasto

Ingreso y Gasto



¿Qué es un Ingreso?

Es toda aquella suma de dinero recibida por la venta de bienes o servicios.

Ejemplo: ingreso por venta de dulce, ingreso por alquiler de tractor.

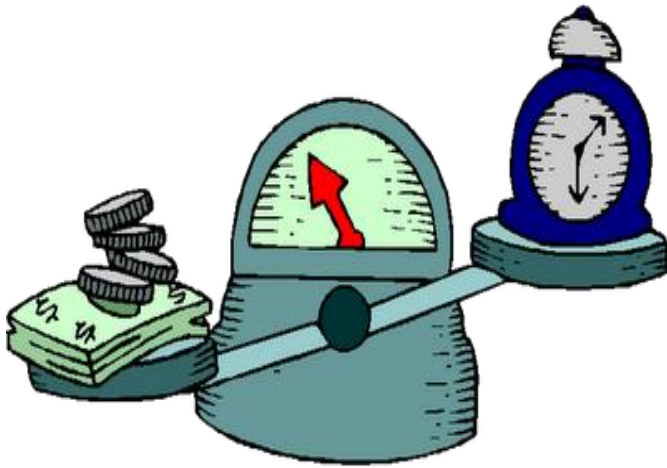
¿Qué es un Gasto?

Consiste en utilizar el dinero de una persona o empresa para adquirir un artículo o servicio existente en el mercado.

Son ejemplos de gastos los siguientes: el pago del servicio de internet, teléfono, papelería, servicios profesionales, mantenimiento y seguros.



Gasto por Depreciación



Es la disminución en el valor del activo adquirido debido al consumo realizado durante el paso del tiempo, es decir, es la asignación del costo de un activo al gasto.

En toda empresa, los activos tangibles se deben depreciar, como son: la caldera, el edificio, la romana, las ollas, entre otros. El único activo que no se deprecia es el terreno, porque conforme pasa el tiempo, su valor económico aumenta.

Práctica de Autoevaluación Capítulo 4

De acuerdo con lo estudiado en el capítulo anterior, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera sea la correcta.

1. La siguiente definición corresponde al término:

Es el dinero recibido por las ventas realizadas.

- a) Pasivo
 - b) Ingreso
 - c) Intereses
 - d) Donaciones
2. De la siguiente lista: ¿cuáles son los productos que representan ingreso para ASODULCE? (puede marcar más de una opción):

- a) Sobao
- b) Cajeta
- c) Conserva
- d) Tapa de dulce
- e) Mantequilla de maní
- f) Ninguna de las anteriores

3. La siguiente definición corresponde al término:

Son los pagos de servicios necesarios para realizar la producción.

- a) Gastos
- b) Ventas
- c) Costos
- d) Servicios Públicos

4. De la siguiente lista: ¿cuáles son gastos de la Asociación? (puede marcar más de una opción):

- a) Rifas
- b) Salarios
- c) Hipoteca
- d) Donaciones
- e) Camiones de carga

5

Capítulo Utilidad y Pérdida

Utilidad y Pérdida

¿Qué significa Utilidad?

Es una ganancia. Se presenta cuando los ingresos son mayores que los gastos.

Utilidad bruta: son todos los ingresos del periodo sin restar los gastos correspondientes.

Utilidad neta: son todos los ingresos menos los gastos correspondientes



¿Qué significa Pérdida?

Es una disminución en el capital contable. Se presenta cuando los gastos son mayores que los ingresos.

Práctica de Autoevaluación Capítulo 5

De acuerdo con lo estudiado en el capítulo anterior, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera sea la correcta.

1. La siguiente definición se refiere a:

Es la ganancia obtenida, producto de las operaciones realizadas

- a) Utilidad
- b) Ingreso
- c) Pérdida
- d) Ventas

2. La siguiente definición se refiere al término

Se presenta cuando hay más gastos que ingresos

- a) Venta
- b) Utilidad
- c) Pérdida
- d) Desechos

3. La siguiente definición se refiere al término:

Cuando los ingresos son iguales que los gastos

- a) Utilidad neta
- b) Utilidad bruta
- c) Margen de ganancia
- d) Estado de resultados

6

Capítulo

Estados Financieros Básicos

Estados Financieros



¿Qué son los Estados Financieros?

Son los informes que muestran la situación económica de la Asociación en un período determinado.

¿Cuáles son los principales Estados Financieros?

1. Estado de resultados:

Muestra un resumen del total de ingresos menos gastos obtenidos durante un período determinado. Este estado indicará si la Asociación ganó o perdió dinero, es decir, si obtuvo utilidad o pérdida.

ASOCIACION DE PROD. DE DULCE ECOLOGICO BAJO LA PAZ DE SAN RAMON. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS 30 DE SETIEMBRE DEL 2015			
INGRESOS TOTALES	200.00		
INGRESOS NO GRAVABLES	37.00		
TOTAL INGRESOS		237.00	
COSTO DE PRODUCCION			
INVENTARIO	4.00		
COSTOS DEL PROCESO	49.00		
COMPRAS	<u>60.00</u>		
COSTO DE MERCADERIA	113.00		
(-) INVENTARIO 30 09 14	<u>13.00</u>		
TOTAL COSTO PRODUCCION		<u>100.00</u>	
UTILIDAD BRUTA		137.00	
GASTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACION	18.00		
GASTOS POR DEPRECIACION	0.00		
GASTOS DE FINCA	75.00		
GASTOS FINANCIEROS	<u>3.00</u>		
TOTAL GASTOS OPERACIÓN		<u>96.00</u>	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS		41.00	
capitalización de donación		20.00	
impuesto de renta		<u>16.00</u>	
UTILIDAD NETA DEL PERIODO		5.00	

Elaboración propia

ASOCIACION DE PROD. DE DULCE ECOLOGICO BAJO LA PAZ DE SAN RAMON. ESTADO DE SITUACION 30 DE SETIEMBRE DEL 2015			
ACTIVO			
CIRCULANTE			
CAJA	5.00		
BANCOS	7.00		
CUENTAS POR COBRAR	11.00		
INVENTARIOS	6.00		
TOTAL CIRCULANTE		29.00	
ACTIVO FIJO			
TERRENOS	40.00		
DERECHOS DE MARCA	1.00		
OBRAS INFRAESTRUCTURA	98.00		
DEPRECIACION ACUMULADA	-11.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	164.00		
DEPRECIACION ACUMULADA	-61.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	6.00		
DEPRECIACION ACUMULADA	-1.00		
EQUIPO DE TRABAJO	4.00		
DEPRECIACION ACUMULADA	-2.00		
LASTRADO DE PLANTEL	2.00		
DEPRECIACION ACUMULADA	-1.00		
TOTAL ACTIVO FIJO		239.00	
TOTAL ACTIVOS			268.00
PASIVO CIRCULANTE			
CUENTAS POR PAGAR	38.00		
DOCUMENTOS POR PAGAR CP	2.00		
GASTOS ACUMULADOS	0		
TOTAL PASIVO CIRCULANTE		40.00	
PASIVO FIJO			
DOCUMENTOS POR PAGAR LP	70.00		
TOTAL PASIVO FIJO		70.00	
TOTAL PASIVO		110.00	
PATRIMONIO			
CAPITAL SOCIAL	138.00		
UTILIDADES ACUMULADAS	17.00		
UTILIDAD DEL PERIODO	3.00		
TOTAL PATRIMONIO		158.00	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			268.00

2. Estado de situación financiera:

(También llamado Balance General): refleja la relación entre los recursos de la Asociación y las fuentes de financiamiento utilizadas para adquirir esos recursos.

Sumas iguales

Elaboración Propia

Práctica de Autoevaluación Capítulo 6

De acuerdo con lo estudiado en el capítulo anterior, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera sea la correcta.

1. ¿Cuál es el objetivo de los estados financieros? Puede marcar más de una opción.
 - a) Sirven para tomar decisiones.
 - b) Sirven para conocer la situación financiera de la Asociación.
 - c) Sirven para mantener en archivo.
 - d) Tienen como función informar a los socios.
 - e) Son necesarios para solicitar un préstamo bancario.

2. Clasifique los siguientes elementos según su categoría: activo, pasivo, capital, ingresos, gastos:

Elemento	Categoría
Chapulín	
Tapa de dulce	
Donación	
Salarios	
Ventas	

Respuestas a la práctica

Las siguientes corresponden a las respuestas de la práctica de autoevaluación.

Preguntas	Respuestas
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 1	
Pregunta N°1	d) Contabilidad
Pregunta N°2	b) Utilidad d) Confiabilidad
Pregunta N°3	d) Consistencia e) Realización
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 2	
Pregunta N°1	b) Activo
Pregunta N°2	a) Caldera y b) Inventario
Pregunta N°3	a) Pasivo
Pregunta N°4	d), Servicios Públicos e) Hipoteca
Pregunta N°5	c), Acciones e) Donaciones
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 4	
Pregunta N°1	b) Ingreso
Pregunta N°2	a), Sobao d) Tapa de dulce
Pregunta N°3	a) Gastos
Pregunta N°4	b) Salarios c) Hipoteca
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 5	
Pregunta N°1	a) Utilidad
Pregunta N°2	c) Pérdida
Pregunta N°3	a) Utilidad neta
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 6	
Pregunta N°1	a) Sirve para tomar decisiones. b) Sirve para conocer la situación financiera de la empresa. d) Tiene como función informar a los socios. e) Son necesarios para solicitar un préstamo bancario
Pregunta N°2	Activo, activo, patrimonio, pasivo, ingreso

Bibliografía

Escoto, R (2013). *El proceso contable*, tercera edición. San José, Costa Rica. EUNED.

Sobre las imágenes

Portada Guía de Contabilidad Básica, obtenida de: <http://www.verema.com/blog/productos-gastronomicos/1049231-que-panela>

Contabilidad General, página 163; obtenido desde: <http://rauda.mx/inicio/wp-content/uploads/2015/11/llevatuscuentas300px.png>

Caña de azúcar animada, página 163; obtenida desde: <http://mx.depositphotos.com/7151109/stock-illustration-sugar-cane-cartoon.html>

Situación financiera, página 164; obtenida desde: <http://1.bp.blogspot.com/-5hCArKGSFKQ/VVzCmJ3GzEI/AAAAAAAAAA0/QjuM4vSik34/s1600/contabilidad-ultimo.png>

Control estradas y salidas, página 164; obtenida desde: http://3.bp.blogspot.com/_Q2IE1MbqOtc/TPZ_ix70sl/AAAAAAAAAAw/RfjbU0eEqcl/s320/actividades.png

Toma de decisiones, página 164; obtenida desde: <http://www.juanfer.ecaths.com/archivos/juanfer/toma.de.decisiones.jpg>

Activos, página 167; obtenida desde: <http://2.bp.blogspot.com/-Er1lXwFeKWM/VYgu2st98vI/AAAAAAAAAAM/7iYMKQFDuel/s1600/abono.gif>

Pasivos, página 168; obtenida desde: http://2.bp.blogspot.com/-hXQ1v_fbfo/T5WrHXg_tbl/AAAAAAAAAAQ/7Q-WJyE2fpA/s1600/CONTABILIDAD.jpg

Pasivo a Corto Plazo (Proveedores), página 169; obtenida desde: <http://www.megasuper.com/archivos/imagenes/PROVEEDORES.gif>

Pasivo a Largo Plazo (hipoteca), página 169; obtenida desde: <http://www.aldeaurbana.com.pe/blog/wp-content/uploads/2011/07/adquisicion-inmuebles.jpg>

Patrimonio, página 169, obtenida desde: <http://www.lavozdelsandinismo.com/wp-estaticos/2010/08/05/cultivo-de-la-cana-de-azucar.jpg>

Ecuación Contable, página 173; obtenida desde: http://cdn.actualicese.com/turevisor/2014/06/BG_borde.jpg

Señora presentadora, página 173; obtenida desde: http://marketplace.brilliantdirectories.com/images/hero_client.png

Ingresos, página 176; obtenida desde: <http://vignette4.wikia.nocookie.net/productos-marca-ppi/images/2/2a/Icono-carrito2.jpg/revision/latest?cb=20140208071519&path-prefix=es>

Gasto, página 176; obtenida desde: https://www.123cuenta.com/contenido/wp-content/uploads/2014/08/1-4_1-315x189.png

Depreciación, página 177; obtenida desde: http://1.bp.blogspot.com/-_c-YXnTFugw/T8XM9Qc0uBI/AAAAAAAAAwk/RkQ0hnhRuIY/s1600/tema13.gif

Utilidad, página 181; obtenida desde: <http://www.recursosynegocios.com/wp-content/uploads/2013/06/rentabilidad.jpg>

Pérdida, página 181; obtenida desde: http://3.bp.blogspot.com/_lrgryWePXrk/S8R-bR6DexI/AAAAAAAAACUs/4li6LoNWwpY/s1600/imagen-costo-gasto-perdida.png

Estados Financieros, página 184; obtenida desde: http://1.bp.blogspot.com/-7fXpYtYV3AE/UcOKMGDF0bl/AAAAAAAAAA0/Udaw_kC5SJ8/s1600/Estados-financieros.jpg

7.14 Guía didáctica de Costos

Universidad Técnica Nacional

Licenciatura en Contaduría Pública

Sede Central

Guía Didáctica de Costos

Asociación de Productores de Dulce Ecológico ASODULCE



Año 2016

Bravo Barahona Patricia

Herrera Espinoza Ingrid

Rojas Valencia Johanna

Tabla de contenido

Presentación	192
Introducción.....	193
Objetivos de aprendizaje:	194
Contabilidad de Costos, conceptos básicos	196
Contabilidad de Costos	196
¿Qué se entiende por Costos?	197
¿Por qué son importantes los Costos?	197
¿Qué es un gasto?.....	198
¿Cuáles son los elementos del costo?.....	199
Práctica de autoevaluación Capítulo 1	201
Tipos y determinación de los costos.....	203
Tipos de costos en relación con el volumen de producción	203
Determinación del costo total, costo unitario y costo de venta.....	204
Práctica de autoevaluación Capítulo 2	205
Tipos de empresas y estudio de herramientas de costos.....	207
Tipos de empresas.....	207
Estudio y uso de herramientas de costos	208
Respuestas a la práctica	218
Bibliografía	219
Sobre las imágenes.....	219

Presentación

Esta guía didáctica contiene información básica relacionada con los Costos de la Asociación de Productores de Dulce de Caña, ASODULCE. Además, está compuesta por ejemplos según la actividad comercial de la empresa, para garantizar una mayor comprensión.

Durante el desarrollo de esta guía se ha considerado importante evitar el uso de tecnicismos y definiciones que puedan resultar difíciles de comprender, por consiguiente se ha procurado una redacción con vocabulario sencillo y de fácil interpretación.

Al finalizar el estudio de esta guía el participante será capaz de identificar los elementos que conforman los costos de producción de ASODULCE, determinar los factores que intervienen en el cálculo del precio de los productos y comprender el uso e importancia de incorporar la herramienta de costos de Excel para la administración y la toma de decisiones gerenciales.

Introducción

La Contabilidad de Costos toma en cuenta todos aquellos rubros que intervienen en la fabricación de un producto terminado, es importante que todas las empresas por más pequeñas que sean, conozcan cuáles son los costos de producir un determinado producto, ya que le proporcionará a la administración, información pertinente para la correcta toma de decisiones.

Es importante contabilizar todos los costos con el fin de que al compararlos con los ingresos que genera cada producto, se pueda conocer cuáles son los más rentables. Además es fundamental mencionar que el costo nos marca un parámetro de dónde el precio de venta no debería estar, ya que si es así la Asociación perdería dinero.

En el Capítulo I de esta guía se definirán conceptos básicos de la Contabilidad de Costos, se explicará de forma breve la importancia de tener un sistema de costos funcionando en la Asociación, así como la diferencia entre un costo y un gasto.

El Capítulo II contendrá información de los tipos de costos en relación con el volumen de la producción. Además, se explicará el cálculo correspondiente para obtener los costos totales, el costo unitario y el precio de venta de los productos terminados.

En el tercer y último capítulo se estudiarán los diversos tipos de empresas en el mercado así como los tipos de inventarios que deben llevar y algunos ejemplos ilustrativos para comprender el tema. Por otro lado se hará una explicación paso a paso para el estudio y manipulación del modelo de costos de producción por kilogramo de dulce.

Al final de cada capítulo se encuentra una práctica de autoevaluación, la cual se pretende que los facilitadores y estudiantes puedan medir los conocimientos adquiridos y en todo caso responder a las posibles dudas que puedan surgir producto del estudio de esta herramienta didáctica.

Objetivos de aprendizaje:

Al concluir el estudio de esta guía didáctica, será capaz de:

1. Definir los principales conceptos de costos.
2. Clasificar los costos de acuerdo con los volúmenes de producción en ASODULCE.
3. Determinar por medio de fórmulas los costos: totales, unitarios y el precio de venta de los productos terminados.
4. Identificar los tipos de empresas existentes.
5. Hacer uso y conocer a fondo la herramienta para cálculo de los costos de ASODULCE.

1

Capítulo

Contabilidad de Costos, conceptos básicos

Contabilidad de Costos, conceptos básicos

Contabilidad de Costos



La Contabilidad de Costos puede entenderse como el registro y análisis de las diferentes partidas que intervienen en la fabricación de un producto, incluye aquellos materiales directos e indirectos que se utilizan en la elaboración de un bien o servicio.

Por otro lado permite al gerente o asociados tomar decisiones de acuerdo con el estudio de información amplia y oportuna, la cual les permita determinar correctamente el costo unitario de los productos que se fabrican en la Asociación.



A partir de la determinación de los costos de producción se podrá verificar si los productos que se ofrecen al mercado se venden al precio correcto.



Objetivos de la contabilidad de costos		
Contable	Control	Toma de decisiones
Se asigna el costo a los diferentes materiales utilizados en el proceso de fabricación, lo cual servirá para determinar el costo de un producto terminado, comparar con el ingreso por ventas y determinar la utilidad obtenida.	Minimizando costos de producción y maximizando las utilidades de la Asociación.	Tener la información oportuna y necesaria para elegir entre dos o más soluciones aquella que los asociados consideren adecuada para el negocio.

(Sinisterra et al. 2007, p.83)

¿Qué se entiende por costos?



Es la suma en colones del valor de todos aquellos materiales que se necesitan para producir un producto, desde su inicio y hasta su eventual comercialización.

Por ejemplo para la producción de tapa de dulce se requiere de materiales como:

Caña de azúcar, mano de obra y empaque.



¿Por qué son importantes los costos?

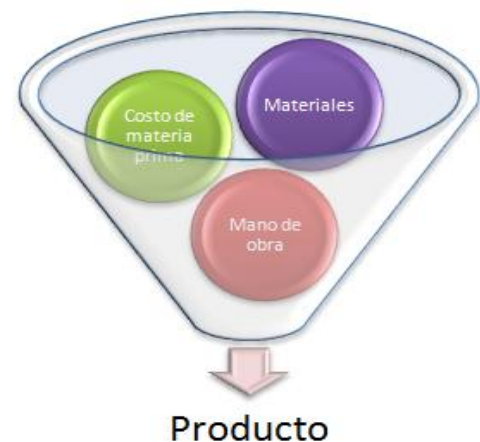


Sirven para determinar aspectos como: el monto que se pagó en materias primas, mano de obra y gastos de fabricación para la elaboración de un producto determinado.

Además, proporciona a la administración datos reales sobre lo que pasó en el proceso productivo.

Por ejemplo:

- ❖ El tipo de material que se utilizó.
- ❖ Tiempo invertido para producir.
- ❖ El costo de la materia prima utilizada.

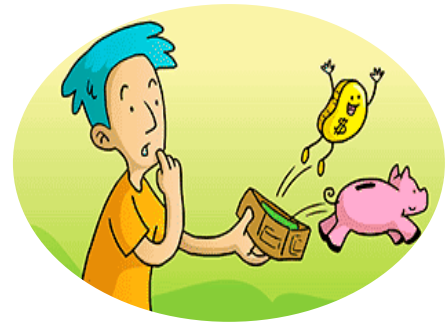


Ahora bien, es importante mencionar cuando se hace referencia a un costo o un gasto se está hablando de términos completamente distintos entre sí.

¿Qué es un gasto?

Consiste en utilizar el dinero de una persona o empresa para adquirir un artículo o servicio existente en el mercado.

Son ejemplos de gastos los siguientes:
el pago del servicio de internet, teléfono, papelería, entre otros.



Debes recordar que:

La diferencia entre costos y gastos, es que el costo se recupera con la venta del producto y el gasto no.

Por ejemplo: la compra de papelería y el pago de teléfono son partidas que se reconocen como gastos, por lo tanto nadie le pagará esto a la empresa.

Mientras que la compra de caña de azúcar para la producción de tapas de dulce sería un costo, ya que al momento de vender el producto se cubrirá el valor que representó la compra de la caña.

¿Cuáles son los elementos del costo?

Son todos aquellos materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación necesarios para la elaboración de un producto.

A continuación se detallarán cada uno de los elementos del costo mencionados:



Materiales

Son los elementos base presentes en la elaboración de cualquier producto.

Se clasifican en:

Directos: son aquellos materiales que están presentes en la elaboración de un producto y representan el principal costo de materiales en la fabricación.

Ejemplo: la caña de azúcar que se utiliza en la elaboración de tapas de dulce.



Indirectos: se utilizan como complemento en la elaboración de un producto, siendo necesarios para darlo por terminado; pero no son materiales directos.

Ejemplo: el empaque.

Mano de obra

Todo aquel esfuerzo físico o mental que realizan los empleados de la Asociación en la elaboración de los productos. El control de este elemento se lleva a cabo por medio de la planilla de pagos.



Mano de obra directa: son las actividades realizadas por los trabajadores en la fabricación de un producto, representan el mayor costo de mano de obra en el proceso de producción.

Ejemplo: el trabajo del operador de molienda de caña de azúcar.

Mano de obra indirecta: son los trabajos realizados en la fabricación de un producto que no se consideran mano de obra directa.

Ejemplo: trabajo del supervisor de planta.



Costos Indirectos de fabricación

Están compuestos por aquellos elementos que no pueden identificarse directamente en la fabricación de un producto.



Por ejemplo: la electricidad, depreciación de equipo, pago de agua, entre otros.

Práctica de autoevaluación Capítulo 1

De acuerdo con lo estudiado en esta guía, responda las siguientes interrogantes, marcando con una “X” la opción que considera sea la correcta.

1. Los siguientes se consideran como objetivos de la Contabilidad de Costos:

- a) Contable, organización y jerarquía
- b) Toma de decisiones, control y contable
- c) Producción, toma de decisiones y ventas

2.

Emplear el dinero de una persona o empresa para adquirir un artículo o servicio. Por ejemplo: el pago del servicio telefónico.

El concepto anterior corresponde con la definición de:

- d) Ingresos
- e) Gastos
- f) Costos

3.

Suma en términos monetarios de todos aquellos materiales que se necesitan para producir un producto desde el inicio y hasta su eventual comercialización.

El concepto anterior corresponde con la definición de:

- a) Gastos
- b) Ventas
- c) Costos

2

Capítulo

Tipos y determinación de los costos

Tipos y determinación de los costos

Tipos de costos en relacion con el volumen de producción

De acuerdo con los niveles de producción en la Asociación se pueden identificar claramente dos tipos de costos, los cuales dependerán de aquellos aumentos o disminuciones que puedan alterar los volúmenes de productos fabricados. Los tipos de costos pueden ser: costos fijos o costos variables.

Costos fijos: son aquellos rubros que la empresa debe cubrir todos los meses, independientemente de si ha producido o no.

Algunos ejemplos de costos fijos son: los seguros, planillas, derecho de marca, patente, servicios públicos.

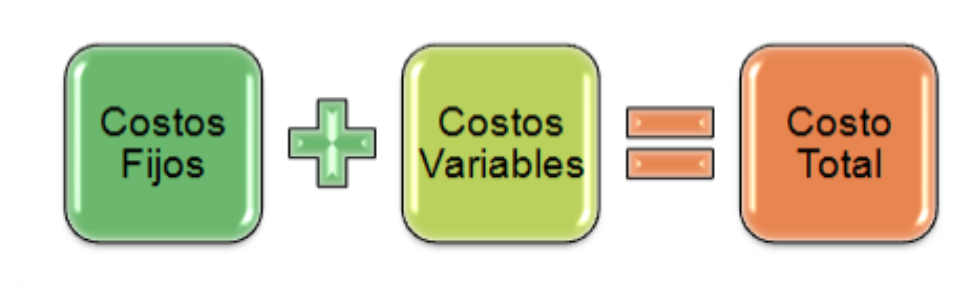


Costos variables: son los costos que cambian en relación al volumen de producción, es decir, si hay aumento dichos costos crecen y se reducirán si se presenta una disminución.

Algunos ejemplos de costos variables son: la caña de azúcar, el guácimo y el empaque.

Determinación del costo total, costo unitario y costo de venta

Costo Total: se entiende como costo total la suma de los costos fijos y los costos variables en el corto plazo.



Costo unitario: es el costo total de los bienes manufacturados dividido entre el número de unidades producidas.



Precio de Venta: es el costo unitario más el margen de ganancia definido por la asociación.



Práctica de autoevaluación Capítulo 2

De acuerdo con lo estudiado en esta guía, responda las siguientes interrogantes, marcando con una "X" la opción que considera sea la correcta.

1. Aquellos rubros que la Asociación debe cubrir todos los meses, haya o no producido.

El concepto anterior corresponde con la definición de:

- a) Costos fijos
- b) Costo unitario
- c) Costos totales

2. Los costos que cambian en relación al volumen de la producción.

El concepto anterior corresponde con la definición de:

- a) Costos totales
- b) Costos variables
- c) Costo unitario

3. El costo unitario se obtiene al:

- a) Sumar el costo fijo más el costo variable.
- b) Dividir el costo total entre las unidades producidas.
- c) Sumar el costo unitario más el margen de utilidad.

3

Capítulo

Tipos de empresas y estudio de herramienta de costos para ASODULCE

Tipos de empresas y estudio de herramientas de costos

Tipos de empresas

Es importante conocer que existen diversos tipos de empresas, las cuales se caracterizan de acuerdo con la actividad comercial a la que se dedican; la administración debe conocer el tipo de empresa que posee para establecer los métodos y sistemas que le permitan llevar control y supervisión en los diferentes departamentos o áreas de trabajo.

En la Tabla N°12 se resume información correspondiente a empresas de servicios, comerciales e industriales.



Tabla N° 12 Tipos de empresas

Empresas	Tipos de inventarios	Actividad económica	Ejemplo
Servicios	Insumos	Bufete de Abogados Consutorio médico	Ofrecen servicios, por lo tanto no cuentan con inventario de mercancías.
Comerciales	Mercancías	Agente de ventas Farmacia	Revenden aquellos productos que han sido elaborados por una empresa manufacturera
Industriales	Materia prima Productos en proceso Productos terminados	Trapiche Industrial	Son aquellas empresas que se dedican a la elaboración de productos.

Elaboración propia

Estudio y uso de herramientas de costos

Una vez completado el estudio de los conceptos básicos de Costos y analizados algunos ejemplos ilustrativos, se procederá a explicar paso a paso el uso del modelo de costos para los productos, el cual fue diseñado por estudiantes de la Universidad de Costa Rica en su proyecto titulado: *Estudio integral para la diversificación del trapiche de la Asociación de Productores de Dulce Ecológico con un enfoque de responsabilidad social en San Ramón, Alajuela*, Ilustración N°3.

Modelo de Costos de Producción de kilogramo de dulce, para ASODULCE Para planta procesadora con una capacidad de 2,5 T/h				
Ubicación: Bajo la Paz Modelo de Costos para 20.000 kilogramos Ciclo: Mensual Unidad de Costeo: Kilogramo				
Volumen de producción mensual en KG		19.950		
Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Materiales Directos				
Caña	Tonelada	150	¢32.000,00	¢4.800.000,00
Guácimo	Carga	3	¢18.000,00	¢54.000,00
Material de empaque	unidad	19950	¢8,33	¢166.183,50
Manteca	gramos	2200,5	¢1,44	¢3.168,72
Total materiales Directos				¢5.023.352,22
Mano de obra Directa				
Mano de obra Directa	Hora	1411,5	¢1.100,00	¢1.552.650,00
Cargas Sociales	Colones	1	¢145.437,00	¢145.437,00
Ayuda de Seguros	Colones	1	¢145.437,00	¢145.437,00
Total de Mano de obra directa				¢1.843.524,00
Costos Indirectos de Fabricación				
Mano de obra indirecta	Hora	233,5	¢1.072,00	¢250.312,00
Póliza riesgos profesionales	Colones	1	¢201.417,67	¢201.417,67
Póliza contra incendio	Colones	1	¢21.451,83	¢21.451,83
Agua	Colones	1	¢15.000,00	¢15.000,00
Electricidad	Colones	1	¢212.000,00	¢212.000,00
Depreciación	Colones	1	¢1.000.000,00	¢1.000.000,00
Fletes	Colones	1	¢96.583,33	¢96.583,33
Combustibles y lubricantes	Colones	1	¢94.000,00	¢94.000,00
Mantenimiento Edif y Maquinaria	Colones	1	¢346.555,12	¢346.555,12
Derecho de marca	Colones	1	¢12.826,74	¢12.826,74
Patente	Colones	1	¢9.335,41	¢9.335,41
Impuestos y servicios municipales	Colones	1	¢5.264,00	¢5.264,00
Impuesto Territorial	Colones	1	¢6.770,00	¢6.770,00
Total CIF				¢2.271.516,10
Costo Total				¢9.138.392,32

Ilustración N° 3 Modelo de Costos de Producción

El modelo ha sido diseñado en Excel esto lo convierte en una herramienta de fácil manipulación, ya que permite modificar la información necesaria para mostrar los datos de acuerdo con las variaciones que puedan presentarse en los precios de compra; además le permitirá a la administración conocer el precio de venta por kilogramo de dulce y le preparará para la toma eficiente y adecuada de decisiones.

Se realizará a continuación la explicación del uso, y se mencionarán los principales ajustes que deben realizarse a la herramienta.

Paso N°1

Verificar los precios de compra de los materiales directos de producción. Ya que los precios en el mercado son cambiantes es importante que dicho aspecto se controle y actualice mensualmente.

Ejemplo: Si el monto pagado por tonelada de caña de azúcar aumenta o disminuye esta variación debe verse reflejada en la herramienta de costos.

Dichos montos se deben actualizar en la primera sección de la herramienta de Excel, la cual está compuesta por los materiales directos de producción tal como se muestra en la ilustración N°4, las variaciones en los precios de los materiales deben realizarse en la columna coloreada con amarillo denominada *Costo unitario*.

Rubro	Unidad de medida	Costo Unitario
Materiales Directos		
Caña	Tonelada	€32.000,00
Guácimo	Carga	€18.000,00
Material de empaque	unidad	€8,33
Manteca	gramos	€1,44
Total materiales Directos		

Ilustración N° 4 Sección Materiales Directos

Paso N°2

Identificar cualquier variación en las cantidades utilizadas para la producción por kilogramo de dulce; es importante para esto tomar en cuenta los patrones de comportamiento de los costos de producción definidos por la administración y realizar los ajustes según corresponda.

Patrones de comportamiento:

1 tonelada de caña = 105 kilos de dulce

0,0171 kilos de guácimo x 1 tonelada de caña producida

100 gramos de manteca x 1 tonelada de caña producida

Los ajustes deben realizarse en la primera sección de la tabla materiales directos (ver ilustración N°5). Por ejemplo: si aumentó el rendimiento de producir una tonelada de caña a 130 kilos por tonelada, debe modificarse la fórmula sustituyendo el número 105 por la nueva cantidad de kilos que será de 130, este monto se sustituye en la fórmula presente en la columna llamada *Cantidad*.

Rubro	Unidad de medida	Cantidad
Materiales Directos		
Caña	Tonelada	=E10/105
Guácimo	Carga	=(0,0171*E16)
Material de empaque	unidad	=E10
Manteca	gramos	=100*E16
Total materiales Directos		

Ilustración N° 5 Sección materiales directos

Paso N°3

En relación con la mano de obra directa, es importante corroborar tanto la cantidad de horas trabajadas por los colaboradores, como los montos pagados por concepto de mano de obra, garantías sociales y seguros. Ya que estas se consideran son partidas que pueden variar de acuerdo con los niveles de producción por lo tanto deben actualizarse mensualmente, ver Ilustración N°6.

Los ajustes correspondientes deben realizarse en la columna denominada *Cantidad* en la cual se coloca la suma total de las horas laboradas por los trabajadores en la producción de dulce, y en la columna *Costo Unitario* se colocan los montos pagados por cada hora laborada así como el monto correspondiente a cargas sociales y seguros.

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario
Mano de obra Directa			
Mano de obra Directa	Hora	1411,5	1.100,00
Cargas Sociales	Colones	1	145.437,00
Ayuda de Seguros	Colones	1	145.437,00
Total de Mano de obra directa			

Ilustración N° 6 Sección mano de obra directa

Paso N°4

En cuanto a los costos indirectos de fabricación, verificar los pagos realizados para cada línea y actualizar en la herramienta de costos, de ser necesario debe realizarse mensualmente, ver Ilustración N°7.

Los ajustes deben realizarse según corresponda de la siguiente manera, en la columna *Cantidad* debe ajustarse solo el dato que está coloreado con amarillo, en el cual se deben colocar la cantidad de horas laboradas; y en la columna *Costo Unitario* deben corroborarse y ajustarse según sea el caso todos los datos de las líneas que componen los costos indirectos de fabricación.

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario
Costos Indirectos de Fabricación			
Mano de obra indirecta	Hora	233,5	1.072,00
Póliza riesgos profesionales	Colones	1	201.417,67
Póliza contra incendio	Colones	1	21.451,83
Agua	Colones	1	15.000,00
Electricidad	Colones	1	212.000,00
Depreciación	Colones	1	1.000.000,00
Fletes	Colones	1	96.583,33
Combustibles y lubricantes	Colones	1	94.000,00
Mantenimiento Edif y Maquinaria	Colones	1	346.555,12
Derecho de marca	Colones	1	12.826,74
Patente	Colones	1	9.335,41
Impuestos y servicios municipales	Colones	1	5.264,00
Impuesto Territorial	Colones	1	6.770,00
Total CIF			

Ilustración N° 7 Sección costos indirectos de fabricación

Paso N°5

Una vez corroborados y ajustados tanto las cantidades como los costos de los diferentes rubros que han intervenido en la fabricación de productos, se podrá obtener en la casilla de *Costo Total* según se muestra en la Ilustración N°8, la suma correspondiente al total de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Es importante mencionar que los ajustes mencionados en los pasos anteriores debe realizarlos la administración o persona responsable asignada, tomando en cuenta las facturas de compra de materiales realizados en el mes y la información que brinde el departamento de producción con relación a cantidad de horas y rendimientos de producción.

La tabla de Excel realizará el cálculo automáticamente de los costos totales, en dicha casilla no debe introducir ningún valor.

Costo Total	C\$10.447.065,60
-------------	------------------

Ilustración N° 8 Casilla de costo total

Paso N°6

Una vez determinado el costo total, se contará con parte de la información necesaria para obtener el costo unitario, debemos tomar en cuenta que la unidad de medida en la que se expresa el producto es el kilogramo por lo tanto el precio obtenido por medio del siguiente cálculo será para un kilogramo producido.

Para obtener dicha información es necesario conocer el volumen de producción mensual, para establecer esto se deben recordar los patrones de comportamiento mencionados en el paso N°2, donde se establece que por cada tonelada de caña se producen 105 kilos de dulce aproximadamente.

A modo de ejemplo se supondrá que se utilizaron 190 toneladas de caña de azúcar para la cual y según el cálculo presente en la Ilustración N°9 se estima obtener una producción de 19.950 kilogramos de dulce (el total de la producción se obtuvo al multiplicar 190×105).

El valor correspondiente a toneladas de caña y kilos de dulce por tonelada de caña lo debe suministrar el supervisor o encargado del área de producción, es normal que este dato se deba estar ajustando regularmente para obtener exactitud al momento de realizar los cálculos aquí presentados.

Cálculo de producción total	
Toneladas de caña	190
Kilos de dulce por tonelada de caña	105
Producción total en kilogramos	19.950

Ilustración N° 9 Cálculo de producción total

Una vez obtenido el dato de los kilogramos de dulce producidos en el mes debemos registrar dicho valor al inicio de la tabla *Modelo de Costos* en el espacio coloreado con amarillo correspondiente a *Volumen de producción mensual en KG* tal como se muestra en la Ilustración N°10.

Modelo de Costos de Producción de kilogramo de dulce, para ASODULCE Para planta procesadora con una capacidad de 2,5 T/h	
Ubicación: Bajo la Paz Modelo de Costos para 20.000 kilogramos Ciclo: Mensual Unidad de Costeo: Kilogramo	
Volumen de producción mensual en KG	19.950

Ilustración N° 10 Volumen de producción en kilogramos

Cuando se introduzca el dato que corresponde al volumen de producción en la hoja de cálculo, la misma automáticamente lo ubicará en la sección inferior y realizará los cálculos correspondientes, los cuales le permitirán saber los costos en materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación por cada kilo de dulce producido, tal como se muestra en la Ilustración N°11.

	kilogramos
Volumen de producción	19.950
Costo por kilo según material directo	₡317,39
Costo por kilo según Mano de obra directa	₡92,41
Costo por kilo según Costos indirectos de Fabricación	₡113,86
Costo producción del kilogramo de dulce	₡523,66

Ilustración N° 11 Costos por kilogramo de dulce

Paso N°7

Ahora bien, es importante recordar que en la empresa se realizan otros gastos que no necesariamente tienen que ver con la producción, sin embargo de la venta de los productos fabricados debe salir el dinero para cubrir estas partidas, las cuales se conocerán con el nombre de *Otros gastos administrativos y financieros*.

La administración debe controlar y ajustar cuando sea necesario el monto pagado por las partidas que se detallan en la Ilustración N°12. Una vez asignados los valores según corresponda, la tabla de Excel realizará el cálculo automáticamente y mostrará al final de la tabla el costo total por kilogramo de dulce

producido, lo cual vendría siendo el costo unitario de producción estudiado al inicio de esta guía.

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS	
Salario mensual del Gerente	₡300.000,0
Salario mensual del Técnico de Producción	₡400.000,0
Salario mensual de la Secretaria	₡100.000,0
Gastos mensuales de papelería de oficina	₡50.000,0
Cuota mensual Banco Popular (carga financiera de ASODULCE)	₡550.000,0
TOTAL	₡1.400.000,0
Costo por Kilo según gastos administrativos y financieros	
	₡70,18
COSTO TOTAL DEL KILOGRAMO DE DULCE	₡593,84

Ilustración N° 12 Costo total del kilogramo de dulce

Paso N°8

Una vez que se cuenta con el costo unitario por kilogramo de dulce se debe determinar un precio de venta; el cual se conseguirá sumándole al costo unitario un porcentaje de ganancia establecido por la Junta Directiva o la administración de la asociación.

En este caso, a modo de ejemplo se trabajará con un porcentaje de ganancia de un 20%, con dicho porcentaje se puede determinar que el precio de venta del producto debe ser de ₡ 712.61 por kilo, ver Ilustración N°13.

COSTO TOTAL DEL KILOGRAMO DE DULCE	₡593,84
PORCENTAJE DE GANANCIA	20%
PRECIO DE VENTA POR KILOGRAMO DE DULCE	₡712,61

Ilustración N° 13 Precio de venta por kilogramo de dulce

El cálculo se realiza de la siguiente manera:

Primero se debe determinar el 20% para el costo del kilogramo de dulce el dato se obtendrá al realizar la siguiente operación:

Cálculo del 20%	
$593,84 \times 20\% =$	118,77

Luego, se procedera a sumarle al costo total del kilogramo de dulce ese monto correspondiente al 20%, lo anterior se realizará de la siguiente manera.

Cálculo del precio de venta	
$593,84 + 118,77 =$	712,61

Lo anterior quiere decir que si se requiere vender una tapa de dulce cuyo peso es de 2 kilos debe venderse al mercado en ₡ 1,425.22.

Producto de 2 kilos de dulce	
$712,61 \times 2 =$	1.425,22

Respuestas a la práctica

Las siguientes corresponden a las respuestas de la práctica de autoevaluación.

Preguntas	Respuestas
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 1	
Pregunta N°1	b) Toma de decisiones, control y contable
Pregunta N°2	b) Gastos
Pregunta N°3	c) Costos
Respuestas Práctica de Autoevaluación N. 2	
Pregunta N°1	a) Costos fijos
Pregunta N°2	b) Costos variables
Pregunta N°3	b) Dividir el costo total entre las unidades producidas

Bibliografía

Polimeni, R.; Fabozzi, F & Adelberg, A (1994). *Contabilidad de Costos*. Tercera Edición. Editorial: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C. V. (México, D.F)

Sinisterra, G.; & Polanco, L (2007): *Contabilidad Administrativa* -2da ed.- Bogotá, Eco Ediciones. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=LuVT_Ce7w0gC&dq=objtivos+de+la+contabilidad+de+costos&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Sobre las imágenes

Portada Guía Costos. Obtenido desde:
<http://imosa.blogs.uv.es/files/2015/04/C%C3%B3mo-mejorar-los-ingresos-econ%C3%B3micos-de-una-empresa.jpg>

Archivero, página 196. Obtenido desde: <http://2.bp.blogspot.com/--4M--oL1YKA/VN6rM3labII/AAAAAAAAADk/TQC15I9Vqb0/s1600/GESGRANDTIONen3.jpg>

Hombre estadístico, página 196. Obtenido desde:
<https://puserscontentstorage.blob.core.windows.net/userimages/92bcca7c-c3a0-488b-aa3f-f5f6c580549c/e05fbac6-6e4d-4d5f-9da0-f201c02e1d74image26.png>

Abejita, página 196. Obtenido desde:
<https://www.colourbox.com/preview/10946433-little-bee-cartoon-holding-blank-board-and-holding-blank-sign.jpg>

Calculadora, página 197. Obtenido desde:
http://4.bp.blogspot.com/_M7znD0NGrp4/R89WoDOeNhl/AAAAAAAAAAg/wwwVLsU339p8/s320/denis%2Bbonilla.gif

Caña vertical, página 197. Obtenido desde:
<http://previews.123rf.com/images/splinx/splinx1112/splinx111200028/11588804-Plant-of-sugar-cane-Vector-illustration--Stock-Vector-sugarcane.jpg>

Caja, página 197. Obtenido desde:
https://frutiquesos.wikispaces.com/file/view/EMPAQUE_COLECTIVO.jpg/250186564/EMPAQUE_COLECTIVO.jpg

Tractor,	página	197.	Obtenido	desde:
http://us.123rf.com/450wm/alexeyzet/alexeyzet1202/alexeyzet120200005/12387656-cartoon-buld%C3%B3zer-mozg%C3%B3p%C3%A9nzt-munkav%C3%A1llal%C3%B3-driver.-vektoros-illusztr%C3%A1ci%C3%B3..jpg?ver=6				
Hombre	notas,	página	197.	Obtenido desde:
http://www.preventivoper.it/images/02.png				
Hombre	billettera,	página	208.	Obtenido desde:
https://www.123cuenta.com/contenido/wp-content/uploads/2014/08/1-4_1-315x189.png				
Mujer	exponiendo,	página	208.	Obtenido desde:
http://marketplace.brilliantdirectories.com/images/hero_client.png				
Hombre malabarista,	página	199.	Obtenido desde:	http://3.bp.blogspot.com/-zJDw7g9Jt5Q/Vpb-w7JjBAI/AAAAAAAAAEcM/vxmM7_Zg8kc/s1600/finanzas.jpg
Caña	horizontal,	página	199.	Obtenido desde:
http://pad2.whstatic.com/images/thumb/c/cb/Plant-Sugar-Cane-Step-2-Version-2.jpg/728px-Plant-Sugar-Cane-Step-2-Version-2.jpg				
Productos,	página	199.	Obtenido desde:	http://mw2.google.com/mw-panoramio/photos/medium/11101864.jpg
Hojas	de sueldo,	página	200.	Obtenido desde:
http://www.formacarm.es/portal/img/cursos/120.png				
Maquinaria	Hombre,	página	200.	Obtenido desde:
http://us.123rf.com/450wm/tanjaru/tanjaru1002/tanjaru100200001/6427810-worker-on-a-factory.jpg?ver=6				
Supervisor,	página	200.	Obtenido desde:	http://images.clipartlogo.com/files/ss/thumb/103/103295612/illustration-of-an-architect_small.jpg
Servicios Públicos,	página	206.	Obtenido desde:	http://fmcosmos.com/wp-content/uploads/2015/12/servicios_publicos-600x400.jpg
Expositora,	página	207.	Obtenido desde:	http://marketplace.brilliantdirectories.com/images/hero_client.png

7.15 Certificación filóloga

*Servicios Filológicos
María Fernanda Sanabria Coto
Bachiller en Filología Española
Carné No 225*

Cartago, 01 de agosto del 2016

Señores:

Universidad Técnica Nacional

Sede Central

Estimados señores:

Por este medio yo, María Fernanda Sanabria Coto, cédula de identidad 1-1429-0780, Bachiller en Filología Española y perteneciente a la Asociación Costarricense de Filólogos carné 225, hago constar que he revisado el Proyecto de Graduación denominado:

Diseño de Guías Didácticas y desarrollo de un Plan de Capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela.

Dicho documento fue elaborado por las estudiantes:

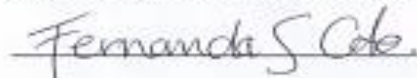
Ingrid Herrera Espinoza, 1-0985-0064.

Patricia Bravo Barahona, 5-0362-0278.

Johanna Rojas Valencia, 2-0641-0782.

Esto con el fin de optar por el grado académico de Licenciatura en Contaduría Pública de la Universidad Técnica Nacional de Costa Rica. He revisado y corregido aspectos tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje trasladados a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico. Por lo tanto considero que está listo para ser presentado.

Se suscribe de ustedes cordialmente:



María Fernanda Sanabria. Carné No 225

Cédula: 1-1429-0780

7.16 Carta de profesor tutor

Alajuela, 04 de agosto de 2016

Señora

Patricia Calvo Cruz

Directora de Carrera de Contaduría Pública

UTN – Sede Central

Estimada señora

El suscrito, Henry Alvarado Chavarría, Docente de la Carrera de Contaduría Pública, Sede Central, de la Universidad Técnica Nacional, en mi condición de Tutor del Trabajo Final de Graduación, modalidad Proyecto denominado: "Diseño de Guías Didácticas y desarrollo de un Plan de Capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela" elaborado por las estudiantes:

Patricia Bravo Barahona
Ingrid Herrera Espinoza
Johanna Rojas Valencia

Carné: 5-0362-0278
Carné: 1-0985-0064
Carné: 2-0641-0782

Otorgo mi aval para la presentación correspondiente debido a que cumple con las normas establecidas por la universidad para este fin.

Atentamente



Lic. Henry Alvarado Chavarría, MSc.

2-0505-0452

7.17 Carta de profesores lectores



Universidad Técnica Nacional
Sede Central

Alajuela, 01 de agosto de 2016

Señora

Patricia Calvo Cruz

Directora de Carrera de Contaduría Pública

UTN – Sede Central

Estimada señora

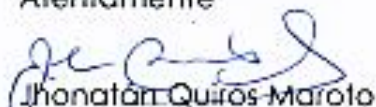
El suscrito, Jhonatán Quirós Maroto, Docente de la Carrera de Licenciatura en Contaduría Pública de la Sede Central de la Universidad Técnica Nacional, doy mi aval en mi condición de lector del Trabajo Final de Graduación, modalidad Proyecto denominado: "Diseño de Guías Didácticas y desarrollo de un Plan de Capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela" para su presentación.

El proyecto cumple con las normas establecidas por la universidad y ha sido elaborado por las estudiantes:

Patricia Bravo Barahona
Ingrid Herrera Espinoza
Johanna Rojas Valencia

Carné: 5-0362-0278
Carné: 1-0985-0064
Carné: 2-0641-0782

Atentamente



Jhonatán Quirós Maroto

1-0574-0716



Universidad Técnica Nacional
Sede Central

Alajuela, 03 de agosto de 2016

Señora

Patricia Calvo Cruz

Directora de Carrera de Contaduría Pública

UTN – Sede Central

Estimada señora

La suscrita, Emilia María Orozco Sánchez, Docente de la Universidad Técnica Nacional, Sede Central; en mi condición de lectora del Trabajo Final de Graduación, modalidad Proyecto denominado: "Diseño de Guías Didácticas y desarrollo de un Plan de Capacitación en Contabilidad General, Costos y Mercadeo en la Asociación de Productores de Dulce Ecológico, ubicada en San Ramón de Alajuela" elaborado por las estudiantes:

Patricia Bravo Barahona
Ingrid Herrera Espinoza
Johanna Rojas Valencia

Carné: 5-0362-0278
Carné: 1-0985-0064
Carné: 2-0641-0782

Otorgo mi aval para la presentación correspondiente debido a que cumple con las normas establecidas por la universidad para este fin.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'EMO', is written over a horizontal line.

Lic. Emilia María Orozco Sánchez

2-0382-0094