



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

---

**“LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA  
EMPRESA MAQUINARIAS AGROINDUSTRIALES ALEJANDRINO ARANYA  
CHOQUE, PROVINCIA DE LA CONVENCIÓN – CUSCO, PERÍODO 2019”**

---

**PRESENTADO POR :**

Bach. Katheryn Flor Aranya Mamani

Para optar al título profesional de Contador Público

**ASESOR :**

Mg. C.P.C. Danitza Zuñiga Hermoza.

**CUSCO – PERÚ**

**2021**



## Presentación

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco.

MG. Sergio Antonio Lopez Meza

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Andina del Cusco, pongo a su consideración y por su intermedio a los señores miembros del jurado el trabajo de investigación, intitulada **“LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA MAQUINARIAS AGROINDUSTRIALES ALEJANDRINO ARANYA CHOQUE, PROVINCIA DE LA CONVENCION – CUSCO, PERÍODO 2019”**.

En el presente trabajo se busca reunir toda la información necesaria que ayude a que la investigación sea un aporte al tema de ventajas competitivas y costos de producción; buscando con ello cumplir con las especificaciones de la normativa y este trabajo refleje el esfuerzo y la dedicación puesto en el, para optar al título profesional de Contador Público.

Atentamente:

Bach. Katheryn Flor Aranya Mamani



## Agradecimiento

Agradezco a Dios, Sr. De Torrechayoc, por haberme acompañado en el camino correcto durante todo este tiempo, lograr cumplir esta meta muy importante en mi vida.

A mis padres, Alejandrino y Lupe por haberme forjado en la persona que soy, por darme la oportunidad de estudiar en la Universidad, a mi madre por el apoyo, esfuerzo y comprensión de día a día a seguir adelante en la vida ante cualquier adversidad; darme soporte para poder alcanzar mis metas y lograr mis deseos trazados a cumplir.

Agradezco a la Universidad Andina del Cusco por haberme forjado profesionalmente, a mi asesor Mg. C.P.C. Danitza Zuñiga Hermoza, por haber compartido conocimientos a lo largo de mi preparación en este trabajo de investigación.

A mis amigos por los buenos momentos a lo largo de nuestra carrera.

*Bach. Katheryn Flor Aranya Mamani*



## Dedicatoria

### **A mi mamita Lupe**

Por ser mi soporte durante todo este trayecto universitario, quien con mucho esfuerzo y dedicación me dio Educación Universitaria, mamita esto va dedicado para ti.

### **A mi padre Alejandrino**

Por cada palabra y haberme forjado como la persona que soy ahora, por cada ejemplo que me transmites, tantos consejos y tanta dedicación hasta hoy.

### **A mis hermanas y hermanos**

Elizabeth, Mery, Alex y Alberth por cada apoyo brindado, ese calor de hermanos que me fortalece cada día, por todo los buenos y malos momentos que pasamos y que hoy nos unen más.

### **A mi hija**

Jolie por ser mi apoyo incondicional, gracias por estar junto a mi durante todo este tiempo.

*Bach. Katheryn Flor Aranya Mamani*



**Nombres y Apellidos del Jurado de la tesis y el Asesor**

**REPLICANTES :**

- MG. C.P.C. WALTER QUISPE ATAYUPANQUI
- MG. C.P.C. CESAR AUGUSTO CHAMBE RAMIREZ

**DICTAMINANTES :**

- MG. C.P.C.C. GABRIEL MOZO AYMA
- MG. C.P.C.C. JOSÉ ANTONIO AGUILAR TORRES

**ASESOR :**

- MG. C.P.C. DANITZA ZUÑIGA HERMOZA



## Índice

Presentación .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Nombres y Apellidos del jurado de la Tesis y el asesor.....	v
Índice .....	vi
Índice De Tablas.....	ix
Índice De Figuras .....	xi
Resumen .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Abstract .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

### CAPÍTULO I

#### INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2 Formulación del problema.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2.1 Problema general.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2.2 Problemas específicos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3 Justificación de la investigación .....	4
1.3.1 Conveniencia.....	4
1.3.2 Relevancia social.....	4
1.3.3 Implicancia practica .....	4
1.3.4 Valor teórico.....	4
1.3.5 Utilidad metodológica .....	5
1.4 Objetivos de la investigacion.....	5
1.3.1 Objetivo general .....	5
1.3.2 Objetivos específicos.....	5
1.5 Delimitación de la investigación .....	6
1.5.1 Delimitación espacial geografico.....	6
1.5.2 Delimitación temporal.....	6
1.6 Línea de investigación.....	6



## CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio .....	7
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	7
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	9
2.1.3. Antecedentes Locales .....	9
2.2. Bases Legales .....	11
2.3. Bases Teóricas .....	12
2.4. Marco Conceptual.....	27
2.5. Hipótesis de la investigación .....	30
2.5.1. Hipótesis General .....	30
2.5.2. Hipótesis Específicas.....	30
2.6. Variables .....	31
2.6.1. Identificación de variables.....	31
2.6.2. Operacionalización de variables.....	32

## CAPITULO III MÉTODO DE INVESTIGACION

3.1. Enfoque de Investigación.....	34
3.2. Alcance de Estudio.....	34
3.3. Diseño de Investigación.....	34
3.4. Población y Muestra .....	34
3.4.1. Población.....	34
3.4.2. Muestra .....	35
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	35
3.5.1. Técnicas .....	35
3.5.2. Instrumentos.....	36
3.6. Validez y confiabilidad de instrumentos.....	36
3.7. Procesamiento de Datos .....	36

## CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



4.1. Presentación de los resultados en tablas y figuras .....	37
---------------------------------------------------------------	----

## CAPITULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.....	55
5.2. Limitaciones del estudio .....	56
5.3. Comparación crítica con otra literatura existente .....	56
5.4. Implicancias de estudio.....	57
CONCLUSIONES .....	58
RECOMENDACIONES .....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	61
APENDICES DE LA TESIS.....	65
ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	66
ANEXO 02: MATRIZ DE INSTRUMENTOS – ENCUESTA TRABAJADORES ..	68
ANEXO 03: ENCUESTA TRABAJADORES.....	69
ANEXO 04: FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	70
ANEXO 05: DATOS RECOLECTADOS DE TRABAJADORES .....	71





## Índice de Tablas

Tabla 1. Distribucion de trabajadores.....	35
Tabla 2. Resultados de la prueba de confiabilidad .....	37
Tabla 3. Valores e interpretación de datos .....	39
Tabla 4. Materiales para la fabricación de Despulpadora de Café de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.....	39
Tabla 5. Mano de Obra Despulpadora de Café para la fabricación. ....	40
Tabla 6. Materiales Indirectos para la fabricación de Despulpadora de Café.....	41
Tabla 7. Mano de Obra Indirecto de Fabricación para la fabricación de Despulpadora de Café .....	41
Tabla 8. Costo Indirecto de Fabricación para la fabricación de Despulpadora de Café..	41
Tabla 9. Resumen de Costos de Produccion de 30 unidades de Despulpadora de Café.	42
Tabla 10. Distribucion de trabajadores.....	43
Tabla 11. Distribucion de los items del cuestionario .....	44
Tabla 12. La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo para tener stock siempre lleno y actualizado .....	45
Tabla 13. La empresa planifica las compras de productos e invierte para prevenir posibles alzas de costos. ....	46
Tabla 14. Se elabora una renovación de la carta por temporada creando variedad de productos para el consumidor.....	46
Tabla 15. Los productos ofrecidos son de calidad, novedosos y reconocidos en el sector. ....	47
Tabla 16. Se cuenta con la infraestructura adecuada para la producción en un tiempo	



determinado para tener un stock lleno y actualizado... ..	48
Tabla 17. La empresa realiza investigación de mercado para satisfacer las necesidades del mercado y del cliente.....	48
Tabla 18. Los precios de sus productos son competitivos dentro del sector.....	49
Tabla 19. Se efectúa un control de calidad permanente en los productos vendidos .....	49
Tabla 20. La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades.....	50
Tabla 21. Prueba de Hipótesis General .....	51
Tabla 22. Prueba de Hipótesis Especifica a) .....	52
Tabla 23. Prueba de Hipótesis Específica b).....	53
Tabla 24. Prueba de Hipótesis Específica c).....	54



### Índice de Figuras

Figura 1. Organigrama de la empresa .....	26
Figura 2. Despulpadora de Café.....	27
Figura 3. Diagrama QQplot para evaluar distribución normal.....	51



## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo establecer la relación de los costos de producción y la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019. Se realizó una investigación del tipo básica, con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y correlacional, y diseño no experimental, se realizó una encuesta a 18 trabajadores de la empresa.

Se obtuvo como resultado que existe una relación alta entre los costos de producción y la ventaja competitiva de la empresa con un coeficiente de correlación de  $-0.868$  que interpreta a que si se logra reducir los costos de producción se logra mejorar la ventaja competitiva de la empresa.

Palabras clave: costos de producción, ventaja competitiva.



### **Abstract**

The objective of this research was to establish the relationship between production costs and competitive advantage in the company Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, province of La Convencion - Cusco, period 2019. Basic research was carried out, with a quantitative approach, descriptive scope and correlational, and non-experimental design, a survey was carried out with 18 workers of the company.

The result was that there is a high relationship between production costs and the company's competitive advantage with a correlation coefficient of  $-0.868$ , which interprets that if it is possible to reduce production costs, it is possible to improve the company's competitive advantage.

Keywords: production costs, competitive advantage.



## Capítulo I

### Introducción

#### 1.1 Planteamiento del problema

En los últimos años, la globalización ha roto barreras comerciales que antes existían, lo que conlleva al desarrollo de nuevos mercados internacionales y sobre todo a la expansión económica. Debido a esto las empresas en la actualidad tienen la oportunidad de crecer aún más y abrirse a los nuevos mercados; sin embargo, también está el hecho de competir con las nuevas empresas de inversión extranjera que están en la misma línea o rubro que las empresas nacionales. En la actualidad para que una organización esté por lo menos al nivel de las empresas competidoras o mejor aún éstas puedan sobresalir y/o diferenciarse de las demás entidades del mismo rubro, debe desarrollar ventajas que hagan posible la competitividad, y de igual forma si una entidad desea ampliar su comercio u ofrecer un producto acorde a las nuevas competencias en el mercado también es necesario que desarrolle ventajas competitivas, y posteriormente optimice dichas ventajas a su favor para conseguir el éxito y ser altamente competitivas.

En el Perú son escasas las empresas que se interesan y/o logran desarrollar ventajas competitivas. A nivel mundial muchas empresas han logrado distinguirse en el mercado y son el ejemplo para las demás; en el Perú aún no abundan organizaciones que sobresalgan y logren expandirse a nivel internacional. Aunque, se debe señalar que en nuestro país es más difícil lograr ventajas competitivas, ya que en su mayoría son pequeñas y micro empresas, se podría empezar a forjar un plan estratégico para que justamente estas empresas puedan crecer económicamente, y a su vez desarrollar ventajas que generen empresas más



competitivas, que logren sus objetivos empresariales y que a su vez también permita a los consumidores poder tener una oferta de productos o servicios más eficientes.

Para desarrollar ventajas competitivas en una empresa es necesario la implementación de un sistema de costos, puesto que ya no es tan eficiente comercializar los productos basándose en precios que son determinados de forma empírica, sino éstos deben basarse en los costos de producción, que reflejen realmente la utilidad esperada y el valor que adquieren al producirlos; además de que una buena determinación de costos podría ayudar a la empresa a analizar cada componente para mejorar su producción. Lo antes mencionado se refuerza con los estudios realizados a nivel local y nacional donde se determina que un adecuado sistema de costos lleva a que la empresa se desarrolle y se encamine de forma exitosa. Actualmente, el utilizar los costos de producción para poder determinar exitosamente la rentabilidad de la entidad y tomar buenas decisiones ya no es un tema complejo o que genere dificultad porque éstos se pueden tomar en base a los reportes que se realizan.

Sabemos que en nuestra región no tenemos muchas empresas que sopesen la economía en el Cusco, muchas empresas se quedan en ser pequeñas empresas y no expandirse o crecer y ser más grandes; esto sucede porque las empresas no se interesan en desarrollar ventajas competitivas que puedan hacerlas sobresalir en el mercado y que así lleguen a expandirse para conseguir el crecimiento económico a nivel empresarial, lo que incluso indirectamente generaría mayor auge económico a la región del Cusco.

En la Convención se tiene muchas empresas pequeñas en el sector agronómico, ya que es el sector con más potencial debido a que goza de tierras



productivas y climas aptos para el buen desarrollo de las actividades agrónomas que quizás en otras regiones no se tiene y eso genera una ventaja sobre las demás; es por ello que se afirma que la empresa de estudio puede lograr determinar y desarrollar las ventajas competitivas, si esto se complementa con un adecuado costeo de producción, la empresa conseguiría posicionarse en el mercado local e influenciar en las demás, para poder seguir el patrón de éxito y así la provincia de La Convención crezca económicamente.

## **1.2 Formulación del problema**

### *1.2.1 Problema general*

¿De qué manera los costos de producción intervienen en la ventaja competitiva de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019?

### *1.2.2 Problemas específicos*

- a) ¿Tienen relación los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019?
- b) ¿Tienen relación los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019?
- c) ¿Tienen relación los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019?





### **1.3 Justificación de la investigación**

#### *1.3.1 Conveniencia*

La investigación ayudará a los empresarios a identificar sus respectivas ventajas en relación a costos, diferenciación y valores por capacidades empresariales junto a la correcta determinación de costos para el logro de la rentabilidad, productividad y calidad que son dimensiones que explican y miden lo competitivo que llega a ser la organización, todo ello servirá como referencia para otros estudios de investigación y para los empresarios en general de la región Cusco.

#### *1.3.2 Relevancia social*

Se benefician los agricultores por contar con maquinarias de mayor tecnología y por ende la producción tiene mejor resultado y cubre la demanda de productos agrícolas para el sustento de todas las familias a nivel local, regional y nacional.

#### *1.3.3 Implicancia practica*

La presente investigación, se enfocará en cómo el crecimiento económico se relaciona con las ventajas competitivas y que éstas se pueden aprovechar a partir de una correcta determinación de los costos de operación; al ser una empresa a la que se tiene acceso es viable desarrollar y determinar las variables antes mencionadas.

#### *1.3.4 Valor teórico*

En esta investigación los resultados obtenidos servirán como un aporte al conocimiento ya existente; identificando y desarrollando el tema más a fondo sobre las ventajas competitivas que surgen a partir de la determinación de los costos de



producción para que los empresarios puedan desarrollar con éxito su gestión.

Además, se incorpora el estudio sobre ventajas competitivas en empresas pequeñas.

### *1.3.5 Utilidad metodológica*

La presente investigación permitirá la construcción de instrumentos que permitirán hacer una medición debida de las variables, determinar factores que afectan a la ventaja competitiva y adecuar en la empresa un buen manejo de costos, para mejorar la toma de decisiones y optimizar los resultados esperados por la empresa.

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### *1.4.1 Objetivo general*

Establecer de qué manera los costos de producción intervienen en la ventaja competitiva de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019

### *1.4.2 Objetivos específicos*

- a) Determinar cómo es la relación entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.
- b) Determinar cómo es la relación entre los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.
- c) Determinar cómo es la relación entre los costos de producción y el enfoque



de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.

## **1.5 Delimitación de la investigación**

### *1.5.1 Delimitación espacial geográfico.*

La investigación se llevó a cabo en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco.

### *1.5.2 Delimitación temporal*

La investigación tuvo como periodo de estudio el año 2019.

## **1.6 Línea de investigación**

Contabilidad empresarial – Contabilidad de Costos



## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1. Antecedentes del estudio

##### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Antecedente 1: “Cadena agroindustrial de la carne porcina y la coordinación como puente para el desarrollo de ventajas competitivas” investigación presentada por (Perez, Dulce, & Otaño, 2021) de la Universidad de Buenos Aires – Argentina. El objetivo del trabajo fue estudiar la performance de la cadena agroindustrial de la carne porcina argentina para poder identificar el potencial y las limitantes al desarrollo en el país y su inserción en el mercado exterior. Para ello se partió delimitando el estudio a partir de un mapa de la cadena posteriormente se desarrolló un diagnóstico sectorial a través del desarrollo del Diamante de Porter y, dentro de éste, se abordó la relación entre dos de sus aristas: Las condiciones de los factores y las condiciones de la demanda, a partir del estudio de la relación entre el aumento de la producción y 3 variables explicativas (consumo, exportaciones y % de magro) entre 2009 y 2019. Los resultados mostraron un crecimiento de la actividad en los últimos años en los aspectos técnicos como comerciales (mayor eficiencia de conversión, mejoras en la calidad de las reses, aumento de la demanda interna y de las exportaciones). Sin embargo, se observa que esta mejora en la performance de la cadena agroindustrial, se acota a un reducido número de unidades productivas e industriales, que explican el 84% de la faena, con alto nivel tecnológico y formas innovadoras de coordinación. El modelo de regresión lineal simple mostró una alta correlación entre la producción, y las 3 variables estudiadas. Existe un gran espacio para la construcción de



ventajas competitivas cuyo desarrollo requerirá de innovación en los diseños organizacionales de los actores, especialmente, los de menor escala.

Antecedente 2: “Desarrollo de ventajas competitivas sostenibles en la empresa de audio y sonido electrónica GALARZA-GMF” tesis presentada por (Galarza Flores, 2019) de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. La investigación trató el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles en la organización Electrónica Galarza-GMF que se encuentra ubicada en el centro de Quito. Uno de los problemas principales fue la falta de utilización de técnicas administrativas y años de procesos empíricos, los cuales habían provocado que el negocio no tenga un sustento que sirva de guía para el conocimiento total interno de la empresa. Para dicho estudio se empleó la utilización de diferentes herramientas administrativas con la finalidad de conocer cuáles son los recursos y capacidades más importantes de la empresa y de esta manera entender cuáles son los que deben ser explotados y mayor importancia deben ser atribuibles. Se concluyó que mediante el análisis de la cadena de valor en Electrónica Galarza se logró obtener una visión general en cuanto a las actividades que se realiza internamente y comprender que se desarrollan los dos tipos de ventaja competitiva, los cuales son la diferenciación y costos además, se concluye que en cuanto a las ventajas competitivas por diferenciación destacan dentro de la organización los veinticinco años de experiencia y la variedad de marcas, además se ha logrado comprobar la sostenibilidad de las mismas, pues cuentan con la capacidad de mejora y la dificultad para ser recreadas por competidores.



### 2.1.2. *Antecedentes Nacionales*

Antecedentes 1: “Costo de producción y ventaja competitiva en la empresa la gran fruta en el distrito de Miraflores, 2018”. Tesis presentada por (Huaman Huaman, 2018) de la Universidad César Vallejo. Tuvo como objetivo determinar la relación de los costos de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018. Se concluyó que existe relación entre los Costos de producción y la ventaja competitiva, debido a que, al no realizar un correcto manejo de los costos de producción, dará como resultado que la ventaja competitiva obtenida sea deficiente. Esto perjudica a la empresa ya que solo una parte de los colaboradores cumplen con el proceso correcto para la ejecución de sus funciones; por ello se recomienda que se designe a una persona como responsable dentro del proceso productivo, quien observará y gestionará la manera en la que se deban de emplear correctamente todos los recursos de la tienda, así mismo tendrá bajo su responsabilidad el verificar el correcto adiestramiento al momento de realizar la rotación de personal en las áreas de producción.

### 2.1.3. *Antecedentes Locales*

Antecedente 1: “Costos de producción, comercialización y rentabilidad de la hoja de coca en el distrito de Santa Ana - La Convención – Cusco año 2016”. Tesis realizada por (Caceres Rivas & Quispe Villavicencio, 2018) de la Universidad Andina del Cusco. Tuvo como objetivo conocer el costo de producción, comercialización y rentabilidad de los productores de la hoja de coca en el Distrito de Santa Ana - La Convención Cusco año 2016. Se concluyó que el desconocimiento de los costos de producción de la hoja de coca por parte de los productores del Distrito de Santa Ana - La Convención Año 2016, hace que



determinen erróneamente el costo de producción total ya que no consideran varios procesos de la producción, como es el caso de la preparación de almácigo, preparación del terreno, labores culturales, tolderas, sacos de polietileno entre otros, lo cual hace que sea diferente a los que determina la Empresa Nacional de la Hoja de Coca ENACO S.A.

Antecedente 2: “Estructura de costos de producción y la fijación de precio en el mercado interno de la empresa Panificadora Panipan del distrito Santa Ana provincia de La Convención - Cusco periodo 2017” Tesis realizada por (Fero Tinta, 2018) de la Universidad Andina del Cusco. El objetivo de la investigación fue determinar cómo la realización de una estructura de costos de producción para la panificación interviene en la fijación de precios en el mercado interno de la empresa Panificadora Panipan del distrito Santa Ana Provincia de la Convención-Cusco periodo 2017. Se concluyó que el propietario fija el precio en base al costo de producción para los 7 productos de panificación estimando un margen de ganancia de 16% para panetoncitos y al resto un 20% al no estar bien determinados sus costos de producción, los precios actuales son inferior a los que son fijados por el propietario dando un margen de utilidad inferior al planeado por la empresa panificadora Panipan.



## 2.2. Bases Legales

### **Ley General de Industrias - Ley N° 23407**

Artículo 2.- Es función del Estado planificar, normar, promover y proteger el desarrollo de la industria nacional, en concordancia con los objetivos de la presente Ley y la Constitución del Estado. Asimismo, el Estado armoniza la política industrial con la de los distintos sectores, consultando y compatibilizando criterios y estimulando el diálogo y la participación de estos. (Ley General de Industrias )

Artículo 3.- El Poder Ejecutivo, de conformidad con el Artículo 133 de la Constitución y las normas legales pertinentes, adopta las medidas que eviten la competencia desleal, los monopolios y oligopolios, el acaparamiento y las prácticas y acuerdos restrictivos en la importación, la producción y la venta de insumos o de artículos manufacturados nacionales o importados. (Ley General de Industrias )

### **Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa**

Artículo 1.- Objeto de la Ley. La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Artículo 2.- Definición de la Micro y Pequeña Empresa (Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa). La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación





vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa)

**Política Nacional de Competitividad y productividad**, con Decreto Supremo N° 345-2018-EF. Tiene por finalidad impulsar al crecimiento económico alto y de forma continua ayudando a mejorar el bienestar de la población. Esta política se centra en infraestructura, capital humano, innovación, mercado laboral, ambiente de negocio y comercio exterior y sostenibilidad ambiental.

## **2.3. Bases Teóricas**

### *2.3.1. Costos*

Los costos son todos los valores monetarios utilizados en un periodo de tiempo para la elaboración de servicios y son recuperables. Existen costos directos e indirectos, los costos directos son los que influyen con gran importancia en la realización de un producto, como por ejemplo los materiales y mano de obra directa. Los costos indirectos se identifican porque son esenciales para llevar a cabo la producción, pero no son asignados directamente al producto, por ejemplo, materiales o mano de obra indirecta y otros costos generales (luz, agua, depreciación, arrendamiento, Entre otros.). (Pacheco Bautista, 2019)

#### **2.3.1.1. Elementos del Costo**

**A. Materia Prima:** la materia prima constituye el principal componente de los valores del proceso de producción; es definido como la materia prima que se



pueden distinguir fácilmente, dentro del artículo terminado y cuyo importe sea considerable. Esto lleva a definirla como la realización de una segmentación en la materia prima que se pide para ejecutar el proceso de fabricación, ya que consta un material que es parte de este proceso, sin embargo, por contar con un valor no significativo resulta provechoso tratarlo como carga fabril, creando así lo que se conoce como materia prima indirecta. Alvarado y Calle establecen que existen dos tipos de materia prima:

- **Materia prima directa:** son todos aquellos elementos y suministros utilizados en el proceso de fabricación, los cuales son solicitados en el área de compras. Estos 18 materiales son almacenados en bodega bajo la supervisión de un trabajador que solamente los entrega mediante la presentación de una requisición aprobada correctamente.
- **Materia prima indirecta:** Pertenecen a los que así no sean incorporados en los artículos son necesarios para llevar a cabo el proceso de fabricación; bajo esta categoría están de la misma manera los materiales directos que son utilizados en pequeñas cantidades y son clasificados junto con los indirectos. (Alvarado & Calle, 2016)

**B. Mano de Obra directa:** se define por mano de obra, todo esfuerzo físico o mental que se efectúa dentro del proceso de convertir la materia prima en productos terminados. El costo de mano de obra es la retribución que se da al trabajador por el esfuerzo realizado. Al igual que la materia prima, la mano de obra se divide en dos: la mano de obra directa que es aquella que realiza un esfuerzo dentro del proceso de fabricación de los artículos, donde están incluidos todos los operarios, ya que son ellos los que hacen contacto directo



con la materia prima y además logran la modificación del material en un producto final, mientras que la mano de obra indirecta es aquella que no tiene contacto con la producción propiamente sino que realiza labores de supervisión, administración y comercio. (Pacheco Bautista, 2019)

**C. Costos Indirectos de fabricación:** Son los llamados valores generales de fábrica, carga fabril o gastos generales de fábrica, los cuales comprenden todos los costos utilizados en la fabricación que no están clasificados como materiales directos, tampoco como mano de obra directa. Dentro de ellos se pueden mencionar como ejemplo los siguientes: mano de obra y material indirecto, luz, agua, arriendos, depreciaciones, gasolina, mantenimientos, servicios generales y de planta. Son conocidos en la industria como todos aquellos que no son catalogados en los materiales directos ni mano de obra directa, pero son indispensables para el proceso de fabricación. (Hoyos, 2017)

### 2.3.2. *Costos de Producción*

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

Esto significa que el destino económico de una empresa está asociado con: el ingreso (por ejemplo los bienes vendidos en el mercado y el precio obtenido) y el costo de producción de los bienes vendidos. Mientras que el ingreso, particularmente el de ventas, está asociado al sector de comercialización de la empresa, el costo de producción está estrechamente relacionado con el sector tecnológico; en consecuencia, es esencial que el tecnólogo conozca de costos de



producción.

El costo de producción tiene dos características opuestas, que algunas veces no están bien entendidas en los países en vías de desarrollo. La primera es que para producir bienes uno debe gastar; esto significa generar un costo. La segunda característica es que los costos deberían ser mantenidos tan bajos como sea posible y eliminados los innecesarios. Esto no significa el corte o la eliminación de los costos indiscriminadamente. (Pacheco Bautista, 2019)

### 2.3.3. Clasificación de los costos

#### a) De acuerdo con su identificación con una actividad

- **Costos Directos:** Los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. Ejemplo, la materia prima directa y la mano de obra directa y los costos directos de tecnología, los cuales se relacionan directamente con el producto. El salario del director de ventas, costo que se identifica directamente con el departamento respectivo.
- **Costos Indirectos:** Son los costos que no podemos identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de maquinaria, el alquiler del edificio de planta y oficinas, el salario del director de producción respecto al producto. Algunos costos presentan características duales, es decir, son directos e indirectos al mismo tiempo. El sueldo del director de producción es directo con relación al departamento, pero indirecto con relación al producto. Como vemos, todo depende de la actividad que se esté realizando.



**b) De acuerdo con el tiempo en que fueron calculados**

- **Costos Históricos:** Son los costos que se produjeron en determinado periodo. Ejemplo, los costos de los productos vendidos o los costos de los productos en proceso. Los costos históricos son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.
- **Costos Predeterminados:** Estos son los costos que se estiman con base en datos estadísticos y proyecciones. Se emplean en la preparación de presupuestos.

**c) De acuerdo con su comportamiento**

- **Costos Variables:** Son los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas. Son variables en el total y fijos por unidad, ejemplo, el costo de la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas.
- **Costos Fijos:** Estos son los que permanecen constantes dentro de un periodo determinado o nivel de producción, conocido como rango relevante, sin importar los cambios en el volumen de producción. Son fijos en el total y variables por unidad, ejemplo, los sueldos, la depreciación en línea recta, alquileres del edificio.

Dentro de los costos fijos tenemos dos categorías:

1. Costos fijos discretos, estos son los susceptibles de ser modificados, por ejemplo, los sueldos, la publicidad, los gastos de capacitación. Etc.



2. Costos fijos comprometidos, estos no aceptan modificaciones, son los llamados también costos sumergidos o hundidos, por ejemplo, la depreciación del edificio y maquinaria, etc.

- **Costos semivariantes o mixtos:** Están integrados por una parte fija y unas variables, el ejemplo típico son los servicios públicos y el alquiler de equipos. Para efectos presupuestales estos costos deben ser separados en sus componentes fija y variable. (Yermenos Fontal & Correa, 2015)

#### 2.3.4. *Ventaja competitiva*

Según Michael Porter, la competitividad de un país y sus empresas puede definirse como la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios mejores y/o a buen precio que los de la competencia internacional. Si se alcanza este logro, se reflejará en una evidente mejora del nivel de vida de la población. De acuerdo con esta definición, la idea básica se centra en que la competitividad no se hereda, ni depende de la coyuntura económica, sino hay que crearla con esfuerzo e iniciativa propia. Consideramos que lo que hace próspero a un país es la capacidad de sus empresas para alcanzar elevados niveles de productividad; es decir, la capacidad de usar con eficiencia y creatividad la mano de obra, los recursos naturales y el capital, respetando el medio ambiente. (Arroyo Prado, 2015)

El que una nación cuente con sectores capaces de competir exitosamente en el mercado internacional depende en gran medida del contexto que rodea a las empresas que conforman cada sector, pues estas no son entes aislados. (Arroyo Prado, 2015)



La ventaja competitiva crece fundamentalmente debido al valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación con los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de las empresas, es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva. (Centro de Innovación y Creatividad Empresarial, 2017)

Si se habla de ventaja competitiva, se puede pensar correctamente en rentabilidad. La rentabilidad de una empresa depende de la estructura del mercado en el cual se encuentra sumergido y la posición que alcanzado frente a los competidores. Es muy importante que el empresario tenga un fuerte conocimiento del mercado en donde le toca competir y la posición que la empresa está ocupando dentro de toda la competencia. Para obtener ventajas competitivas en un mercado, Porter recomienda aplicar eficazmente dos estrategias, las cuales son los costos bajos y diferenciar el producto, pero se puede agregar una tercera estrategia denominada como la segmentación del mercado. Las ventajas competitivas se pueden obtener aplicando adecuadamente las estrategias competitivas. Se conoce también que al hablar de ventajas competitivas se está hablando también de



rentabilidad, es decir, mejorar la calidad, mejorar el servicio y disminuir los precios, pero es necesario conocer que estos términos tienen una estrecha relación con “la cadena de valor”. (Centro de Innovación y Creatividad Empresarial, 2017)

### 2.3.5. *Ventaja competitiva de las naciones*

Las empresas exitosas obtienen ventajas competitivas mediante la incorporación de nuevas tecnologías o introduciendo prácticas novedosas en los negocios (diseño de productos, procesos de producción, atención al comprador, entrenamiento del personal, etc.) y de esta manera, aprovechan y explotan las oportunidades que brinda el mercado. De acuerdo con Porter, el que una nación cuente con sectores capaces de competir con éxito en el mercado internacional depende en gran medida del contexto que rodea a las empresas que conforman cada sector, pues estas no son entes aislados. Este entorno nacional está determinado por la interacción de cuatro grupos de atributos:

- 1) las condiciones de los factores,
- 2) las condiciones de la demanda,
- 3) los proveedores y las industrias relacionadas y de apoyo, y
- 4) las estrategias, estructura y rivalidad de las empresas.

El entorno se complementa con dos elementos más:

- 5) la casualidad, y
- 6) el papel del Estado.

Asimismo, Porter determina las condiciones de los factores:

Básicos (recursos naturales, el clima, la situación geográfica y la mano de obra no especializada o semi especializada), Avanzado (infraestructura, los





recursos humanos altamente especializados y el soporte en ciencia y tecnología).

Condiciones de la demanda: se entiende a la composición, el tamaño, ritmo de crecimiento y grado de refinamiento del mercado interno, lo que, al estimular la mejora y la innovación, se convierte en un determinante de la competitividad.

Otros factores como un mercado interno segmentado, de compradores exigentes y de necesidades precursoras puede presionar a las empresas hacia un constante perfeccionamiento. (Arroyo Prado, 2015)

#### 2.3.6. *Fundamentos de la ventaja competitiva*

La ventaja competitiva de la empresa se sustenta aplicando los siguientes principios:

- La ventaja competitiva se deriva fundamentalmente de la mejora, la innovación y el cambio.
- La ventaja competitiva abarca todo el sistema de valor.
- La ventaja competitiva se mantiene solamente mediante mejoras continuas.
- Para aumentar la ventaja se requiere que sus fuentes se perfeccionen.
- Para sostener la ventaja se requiere un planteamiento de la estrategia a escala mundial.

La creación de la ventaja competitiva en el nivel de empresa requiere una actitud estratégica de la organización en la búsqueda constante de nuevas fuentes de ventaja o para consolidar la existente, y ello implica un enfoque de la gerencia que estimule una actitud centrada en el aprendizaje que garantice la innovación o la adaptación, con miras a que mejore su aptitud en el entorno de competencia (Fernandez Concha, 2015).



### 2.3.7. *Plan para lograr una ventaja competitiva*

Para que una empresa logre una real capacidad de generar valor a largo plazo su estrategia empresarial debe enfocarse en trazar un plan de ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Según Porter son dos los tipos de ventajas competitivas que se pueden observar en el mercado:

1 - El liderazgo en costos, o sea la capacidad de realizar un producto a un precio inferior a nuestros competidores;

2 - La diferenciación del producto, o sea la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para los consumidores frente a los productos ofrecidos por nuestros competidores. (Gonzales Moreno, 2021)

### 2.3.8. *Estrategias para lograr una ventaja competitiva*

Como consecuencia directa de estos dos tipos de ventajas competitivas, Porter habla de tres estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial; las estrategias que se pueden poner en acto, generalmente por separado, pero en algunas circunstancias también en conjunto, según los casos, para asegurarnos el crecimiento del valor de nuestra empresa, son las siguientes:

**A. El liderazgo en costos:** que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios.



El liderazgo en costos parte de 4 actividades de vital importancia para ser realizados (Spring, 2021):

- Análisis de operaciones existentes, para poder conocer costos en todas las operaciones de la empresa.
- Investigar a los competidores, para poder conocer el comportamiento del mercado.
- Identificación de estrategias para reducir los costos, con el fin de optimizar recursos.
- Mantener un registro del progreso, esto se realiza con el objetivo de mantener lo realizado y que sea rutinario.

**B. La diferenciación:** Constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes. Algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser: - materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado - un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo - ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. Es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma, en este caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos.

Cuando una empresa utiliza las estrategias de diferenciación consigue que sus clientes perciban que los productos adquiridos sean únicos y exclusivos, por lo



que existirá una gran ventaja con otras empresas. La diferenciación se basa en calidad, diseño exclusivo, tecnología, servicio, etc. Algunas ventajas de la aplicación de estrategias de diferenciación son (Quiroa, 2020):

- Generación de lealtad entre clientes debido a la satisfacción conseguida por el consumo de los productos.
- Precio del producto más alta que el de la competencia debido a la satisfacción mencionada anteriormente.
- Generador de Barrera contra la competencia.

**C. El enfoque:** Consiste en especializarse en un segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. Ejemplos concretos de enfoque pueden ser: - una categoría especial de potenciales compradores - un área geográfica específica - un segmento particular de la línea de productos (Gonzales Moreno, 2021).

Se basa en centrar la venta de productos en un segmento del mercado, diseñando específicamente productos y/o servicios, con ello se acapara un mercado definido a necesidad que tenga el cliente, así la empresa también es más eficiente (Porter, 2012).

#### 2.3.9. *Maquinarias Agroindustriales*

Las maquinarias para la industria alimentaria son muy extensas, pero se puede sectorizar o agrupar en las siguientes:

- **Maquinaria para molinería, panadería, confitería, elaboración de pastas, los productos que engloba este subsector son:** molinos, amasadoras, hornos de panadería y hornos para galletas no eléctricos,



equipos para confitería, maquinaria para la industria del azúcar, para hacer dulces, chocolates, para elaborar macarrones, espaguetis, entre otros.

- **Maquinaria para la industria de bebidas y vinícola** **Maquinaria para la industria de bebidas y vinícola:** se incluyen prensas, estrujadoras y demás aparatos para la producción de vino, sidra, jugos de frutas o bebidas similares, máquinas para producir cervezas, máquinas para la venta automática de bebida con equipamiento de calor o frío.
- **Maquinaria para la industria cárnica** **Maquinaria para la industria cárnica:** cuchillas y máquinas para picar carne, prensas, aparatos para preparar, acondicionar o servir alimentos cárnicos.
- **Maquinaria para la industria láctea:** máquinas para pasteurizar, desnatadoras, equipos para la industria del queso, máquinas para la producción de yogur.
- **Otras, maquinaria para la preparación de hortalizas, frutas y legumbres, frutas y legumbres, maquinaria para la elaboración de aceites:** dentro de esto pueden estar las maquinarias para la elaboración de aceites que pueden ser prensas y aparatos mecánicos para su extracción y preparación, maquinaria de selección clasificación de frutas, cribadoras de semillas, granos o legumbres. (Llopis López, 2015)

#### *2.3.10. La empresa*

Maquinarias Agroindustriales Aranya Choque Alejandrino, empresa fundada en la provincia de La Convención del tipo persona natural con negocio, es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos metal



mecánico, creada en 1993. La empresa fabrica y distribuye maquinaria de Despulpadora de café a diversas municipalidades de la región, sobre todo en la provincia de la Convención.

#### *2.3.10.1. Razón Social:*

- Representante Legal: Alejandrino Aranya Choque
- Razón Social: Maquinarias Agroindustriales Aranya Choque Alejandrino
- RUC: 10249490640
- Condición: Activo
- Renta: Régimen Especial
- Actividad Comercial: Es una Empresa dedicada a la fabricación de máquinas Agro Industriales.
- Ubicación: La Empresa está ubicada en Prolongación Ricardo Palma O-13 ex granja de misiones - Quillabamba, Distrito de Santa Ana, Provincia de La Convención, Departamento del Cusco.

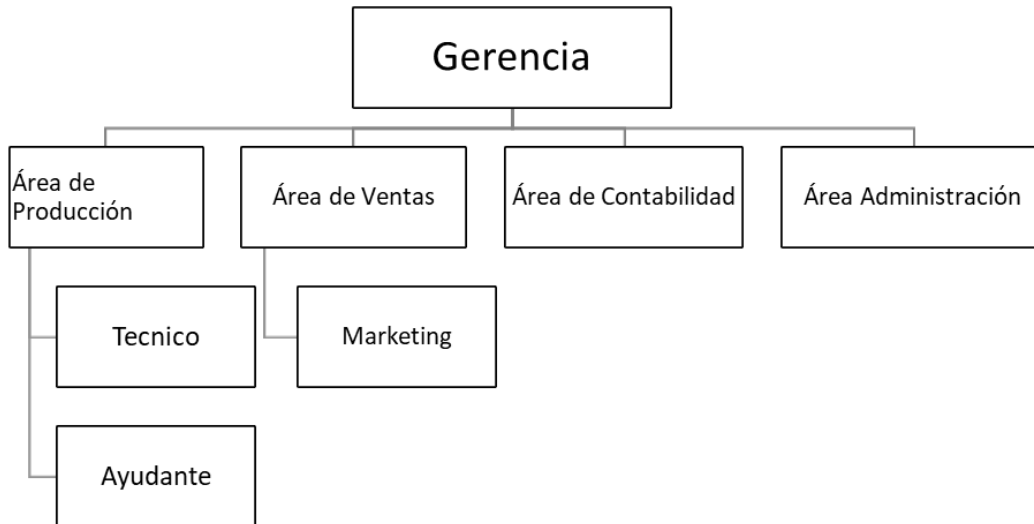
#### *2.3.10.2. Estructura Organizacional.*

La empresa Industrias Metálicas Aranya. esta organizada por funciones, las empresas organizadas por funciones, cuentan con una jerarquía vertical, con áreas específicas y barreras entre las mismas. Organigrama de la Empresa.



### 2.3.10.2.1. Organigrama de la Empresa.

**Figura 1.**  
*Organigrama de la Empresa*



Fuente: Elaboración propia

### 2.3.10.3. Visión:

Industrias Metálicas ARANYA, basa su accionar en ofrecer productos diversos, cubriendo las necesidades de las máquinas despulpadoras de café de nuestros clientes, contribuyendo en forma positiva a la producción de café, contribuyendo a la economía de la provincia de La Convención.

### 2.3.10.4. Misión:

Ser la empresa Metalmeccánica líder en la fabricación de Máquinas Agroindustriales y soluciones en metalmeccánica que cubran los requerimientos de la industria de La Provincia de La Convención en general.

Innovando y desarrollando proyectos que cubran la demanda del mercado con altos estándares de calidad en valor hacia nuestros clientes y trabajadores.



### 2.3.10.5. Valores de la Empresa:

1. Puntualidad
2. Responsabilidad
3. Confianza

**Figura 2.**  
*Despulpadora de Café*



Fuente: Elaboración propia.

## 2.4. Marco Conceptual

### a) Ventaja competitiva

La ventaja competitiva surge porque las condiciones de competencia han cambiado, los supuestos de la ventaja comparativa, si bien nunca fueron totalmente confirmados, eran más persuasivos en tiempos en que la mayoría de los sectores estaban fragmentados, la producción era más intensiva en la explotación de los factores, más que en la especialización de estos y por tanto los costos era la forma fundamental mediante la cual se comparaban los productos y por lo tanto la competencia se realizaba vía precios. (Fernandez Diaz, 2018)





**b) Costos de producción**

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, la línea de procesamiento o algún equipo en funcionamiento. (Pacheco Bautista, 2019)

**c) Costo**

Se define al costo como la erogación económica que se hace para obtener un bien o un servicio, con la intención de que genere ingresos o beneficios en el futuro; el costo equivale a una inversión. (Yermenos Fontal & Correa, 2015)

**d) Gasto**

Es un costo que ha producido ingresos o beneficios y que ya no es vigente; el gasto representa el costo expirado empleado para alcanzar el resultado esperado. (Yermenos Fontal & Correa, 2015)

**e) Sistema de costos**

Se produce en el desarrollo de las técnicas y sistemas de costos que persiguen tres importantes objetivos: La medición de los costos, la más correcta y precisa asignación de costos por actividad, proceso, producto y servicio, y la manera de reducir los costos. En cuanto a la medición de los costos, su objetivo es el control en la evolución absoluta y relativa de los mismos. (Pacheco Bautista, 2019)

**f) Costos Fijos**

Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos. (Yermenos Fontal & Correa, 2015)



**g) Costos Variables**

Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación. (Yermenos Fontal & Correa, 2015)

**h) Diferenciación**

Una compañía puede querer distinguirse de sus rivales por ofrecer un valor superior, un servicio particular o atributos de sus productos. Los distintos tipos de diferenciación varían de una industria a otra. Esta diferenciación cuesta dinero. Para superar el promedio de la industria, una compañía que trata de ser distinta debe considerar tener precios más altos. (Gomez Espejel, 2019)

**i) Liderazgo en Costos**

Las economías de escala, la tecnología, las materias primas y otros factores pueden ofrecer ventajas de costo. Para competir con bajo costo, una empresa debe entender y usar las ventajas de costo más importantes para su industria particular. Si puede lograr los costos más bajos y aun así cobrar precios promedio, su rendimiento será mejor de lo normal. Sin embargo, no puede enfocarse exclusivamente en el costo. La diferenciación también es importante. Los clientes deben considerar que su producto es, por lo menos, tan bueno como el que compite con él. (Gomez Espejel, 2019)

**j) Enfoque**

Una estrategia de enfoque se dirige a segmentos específicos de la industria y hace caso omiso de los demás. Los compradores deben tener requisitos individualistas para que el área de enfoque sea realmente una ventaja competitiva. La estrategia de enfoque funciona mejor cuando sus



competidores no satisfacen las necesidades de un segmento. (Gomez Espejel, 2019)

## **2.5. Hipótesis de la investigación**

### *2.5.1. Hipótesis General*

Los costos de producción intervienen directamente en la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.

### *2.5.2. Hipótesis Específicas*

- a) Existe relación significativa entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.
- b) Existe relación significativa entre la relación entre los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.
- c) Existe relación significativa entre la relación entre los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.



## 2.6. Variables

### 2.6.1. *Identificación de variables*

Variable 1 : Costos de producción

Variable 2: Ventaja Competitiva



2.6.2. Operacionalización de variables

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Conceptualización de Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Costos de producción	La suma de valores incurridos en la producción de un bien en un período determinado, y que es el conjunto de los elementos empleados en la producción. (Arias, Vallejo, & Ibarra, 2020)	Costos Directos	Son aquellos que se intervienen directamente en la elaboración del producto. (Yermenos Fontal & Correa, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales</li> <li>• Mano de obra directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de recolección de datos.</li> </ul>
		Costos Indirectos	Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación. (Yermenos Fontal & Correa, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales indirectos</li> <li>• Mano de obra indirecta</li> <li>• CIF propiamente dichos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de recolección de datos.</li> </ul>
Ventaja Competitiva	La ventaja competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión. (Porter, 2007)	Liderazgo en costes	Se define liderazgo en costos cuando se tiene o le atribuyes un precio menor o inferior de los demás competidores para un producto o servicio semejante o comparable en calidad. Se añade que gracias a la ventaja en costos la empresa consigue rebajar sus precios hasta anular un margen de su competidor. (Porter M. E., 1991)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología</li> <li>• Proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista de trabajador</li> </ul>
		Diferenciación	Se define ventaja competitiva en diferenciación cuando se ofrece un producto o servicio que, siendo comparable en otra empresa, se le da ciertos atributos o segmentos que hacen que se apercibido como único valor por los clientes. (Porter M. E., 1991)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Variedad de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista de trabajador</li> </ul>



		Enfoque	<p>Una estrategia de enfoque se dirige a segmentos específicos de la industria y hace caso omiso de los demás. Los compradores deben tener requisitos individualistas para que el área de enfoque sea realmente ventaja competitiva. La estrategia de enfoque funciona mejor cuando sus competidores no satisfacen las necesidades de un segmento. (Porter M. E., 1991)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Innovación</li><li>• Control de calidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrevista de trabajador</li></ul>
--	--	---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------



## Capítulo III

### Método de Investigación

#### 3.1. Enfoque de Investigación

Hernández Sampieri, indica que una investigación con enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías; basándonos en esa tipología se tomó ese enfoque para la investigación (Hernandez, 2014).

#### 3.2. Alcance del Estudio

El alcance de la investigación fue descriptivo - correlacional ya que se busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Se describió las tendencias de la población de estudio (Hernandez, 2014).

#### 3.3. Diseño de Investigación

El diseño no experimental fue la línea que se siguió la investigación, además de ser de corte transversal, puesto que en este estudio no se realizó manipulación deliberada de las variables y solo se procedió a la observación de los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos en un intervalo de tiempo determinado (Hernandez, 2014).

#### 3.4. Población y Muestra

##### 3.4.1. Población

La población para la presente investigación estuvo conformada por 18 trabajadores y un propietario que laboran en la empresa de Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque. Además de la información de costos de la empresa.



**Tabla 1.**

*Distribución de trabajadores.*

MAQUINARIAS AGROINDUSTRIALES ALEJANDRINO ARANYA CHOQUE			
Puesto De Trabajo	Funciones	Número de Trabajadores	Total
Propietario	Dirige el negocio de la producción. Realiza fabricación de Despulpadoras de café.	1	1
Asesor de Ventas	Responsable de negociaciones con empresas o clientes.	2	2
Auxiliar administrativo	Gestiona todo relacionado con los trabajadores de planta. Encargado de documentación.	1	1
Maestro de Planta	Responsable de la fabricación. Encargado de supervisar en todo el proceso de la fabricación.	6	6
Ayudante Soldador	Realiza trabajos de determinadas piezas para la fabricación.	6	6
Asalariado	Realiza menor trabajo operativo.	2	6
TOTAL			18

### 3.4.2. Muestra

La muestra fue probabilística y fue la misma que la población, puesto que la población no es grande y fue factible trabajar con la misma cantidad indicada en la población.

## 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 3.5.1. Técnicas

- Encuesta
- Análisis Documental





### 3.5.2. *Instrumentos*

- Cuestionario para trabajadores
- Cuestionario para propietario
- Ficha de recolección de datos

### 3.6. **Validez y confiabilidad de instrumentos**

En este presente trabajo se carece de limitaciones en el estudio, dispone a todo tipo de información procedente del mismo propietario.

### 3.7. **Plan de análisis de datos**

La información obtenida a través de las fichas de análisis documental de las actividades financieras elaboradas en base a los objetivos propuestos, fueron procesadas en el programa SPSS v25 para poder realizar los cálculos financieros y obtener los resultados para poder cumplir con los objetivos planteados.



## Capítulo IV

### Resultados de la Investigación

#### 4.1. Prueba de confiabilidad

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción de los costos de producción y la ventaja competitiva en la empresa maquinarias agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia e la Convención – Cusco, periodo 2019. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, en la Tabla 1 se muestra el valor de alfa obtenido.

**Tabla 2.**  
*Resultados de la prueba de confiabilidad*

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Costos de producción	0.805	10
Ventaja competitiva	0.807	10

Fuente: Elaboración propia – SPSS v25.

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.805 para la variable Costos de producción y de 0.892 para la variable ventaja competitiva, por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.



### Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento:  $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento:  $\bar{X}_{min} = 1$

Rango:  $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud:  $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

### Construcción de la Baremación:

Promedio	Ventaja competitiva
1,00 – 1,80	Muy poco
1,81 – 2,60	Poco
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Bastante
4,21 – 5,00	Demasiado

### Tablas de Frecuencia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas, realizadas con los datos de la encuesta a los trabajadores de la empresa, se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.

**Tabla 1.**



*Valores e interpretación de datos*

Valor	Interpretación
1	Nunca
2	Casi Nunca
3	A Veces
4	Casi Siempre
5	Siempre

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2. Resultados de las dimensiones de la variable Costos de producción

Para determinar los costos de producción en la actualidad en la producción de Despulpadoras de café de 03 salidas en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia e la Convención – Cusco, periodo 2019, se recopiló información con respecto a los costos de producción, facilitados por la misma empresa. se considerará Despulpadora de Café de 03 salidas para la investigación de la fabricación, se describe las dimensiones de: Costos directos y costos indirectos. Los resultados se presentan a continuación:

### DESPULPADORA DE CAFÉ DE 03 SALIDAS FABRICACION DE 180

#### UNIDADES

**Tabla 4**

*Materiales para la fabricación de Despulpadora de Café de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.*

<b>Costos Directos</b>				
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Plancha Negra De 3/16	3	Unidad	S/ 260.00	S/ 780.00
Plancha Negra De 3/16	3	Unidad	S/ 260.00	S/ 780.00



Plancha Galvanizada 1/16	60	Unidad	S/ 170.00	S/ 10,200.00
Fierro Liso De 1"	21	UNIDAD	S/ 120.00	S/ 2,520.00
Platina De 1/2*1"	60	UNIDAD	S/ 50.00	S/ 3,000.00
Plancha Galvanizada De 1/20	66	UNIDAD	S/ 152.00	S/ 10,032.00
Chumacera 205	720	UNIDAD	S/ 25.00	S/ 18,000.00
Engranaje De Fierro Fundido	180	JUEGO	S/ 45.00	S/ 8,100.00
Plancha Galvanizada De 1/20	72	UNIDAD	S/ 152.00	S/ 10,944.00
Plancha Galvanizada De 1/20	12	UNIDAD	S/ 15.00	S/ 180.00
Plancha Negra De 3/16	6	UNIDAD	S/ 260.00	S/ 1,560.00
Electrodo Punto Azul 1/8	120	KILOGRAMO	S/ 18.00	S/ 2,160.00
			<b>TOTAL</b>	<b>S/ 68,256.00</b>

Fuente: Elaboración propia según la información proporcionada por la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.

**Tabla 5**

*Mano de Obra Despulpadora de Café para la producción.*

MANO DE OBRA DIRECTA					
CANTIDAD	DETALLE	UNIDAD	UNIDAD DE DESPULPADORA	COSTO UNITARIO	TOTAL
6	MAESTRO DE PLANTA	S./unidad	180	S/ 280.00	S/50,400.00
6	AYUDANTE SOLDADOR	S/ mes	1	S/ 1150.00	S/ 6,900.00
				<b>TOTAL</b>	<b>S/57,300.00</b>
<b>TOTAL COSTO DIRECTO</b>					<b>S/125,55600</b>

Fuente: Elaboración propia según la información proporcionada por la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.



**Tabla 6**

*Materiales Indirectos para la fabricación de Despulpadora de Café.*

<b>Costos Indirectos</b>				
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Pernos	1440	UNIDAD	S/ 0.50	S/ 720.00
Thiner Acrilico	42	GALON	S/ 22.00	S/ 924.00
Pintura	42	GALON	S/ 45.00	S/ 1,890.00
Base Anticorrosivo	42	GALON	S/ 45.00	S/ 1,890.00
			<b>TOTAL</b>	<b>S/ 5,424.00</b>

Fuente: Elaboración propia según la información proporcionada por la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.

**Tabla 7**

*Mano de Obra Indirecto de Fabricación para la fabricación de Despulpadora de Café.*

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>				
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
ASESOR DE VENTAS	S./mes	2	S/ 1,300.00	S/ 2,600.00
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	S./mes	1	S/ 980.00	S/ 980.00
ASALARIADO	S./mes	2	S/ 800.00	S/ 1,600.00
			<b>TOTAL</b>	<b>S/ 5,180.00</b>

Fuente: Elaboración propia según la información proporcionada por la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.



**Tabla 8**

*Costo Indirecto de Fabricación para la fabricación de Despulpadora de Café.*

COSTOS INDIRECTOS				
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
ENERGÍA ELÉCTRICA	S./mes	1	S/ 1,800.00	S/ 2,500.00
AGUA POTABLE	S./mes	1	S/ 60.00	S/ 80.00
			<b>TOTAL</b>	<b>S/ 2,580.00</b>
<b>TOTAL COSTO INDIRECTOS</b>				<b>S/ 13,184.00</b>

Fuente: Elaboración propia según la información proporcionada por la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.

### Análisis de Costos

Los costos relacionados a la producción de 180 despulpadoras de café de 3 salidas de la empresa se muestran en la Tabla 10. Se puede visualizar que la empresa maneja un Costo Unitario de S/. 791.57 soles, la empresa vende cada unidad a S/. 1,200.00 soles, además el Propietario indica que tienen exoneración de IGV, por lo que tienen una Utilidad bruta de S/. 408.43 soles por unidad vendida, siendo este valor el 55.69% comparado con el Costo Unitario. Con estos valores se entiende que la empresa tiene un manejo de costos establecido para poder definir el precio de venta, además de manejar un porcentaje de utilidad que se puede manejar para poder ganar más clientela dado el caso que ingrese a una competencia por el menor precio de venta.

**Tabla 9**

*Resumen de Costos de Producción de 180 unidades de Despulpadora de Café.*

<b>COSTOS DE LA FABRICACIÓN DE 180 UND DE DESPULPADORA DE CAFÉ DE 03 SALIDAS</b>
----------------------------------------------------------------------------------



MATERIALES DIRECTOS	S/ 68,256.00
MANO DE OBRA DIRECTA	S/ 57,300.00
MATERIALES INDIRECTOS	S/ 5,424.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/ 5,180.00
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN	S/ 2,580.00
<b>COSTO TOTAL</b>	S/ 138,740.00
<b>COSTO UNITARIO (S./UND)</b>	S/ 770.78
<b>VALOR DE VENTA POR UNIDAD</b>	S/ 1,200.00
<b>% DE UTILIDAD</b>	55.69%
<b>UTILIDAD</b>	S/ 429.22

Fuente: Elaboración propia según la información proporcionada por la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.

**Interpretación:** Observamos que, en la determinación del costo de producción de la Despulpadora de café de 03 salidas, los fabricantes lo realizan de manera empírica, no le dan un valor a la materia prima, no consideran los costos indirectos de fabricación; aduciendo que sus ganancias son equivalentes a un 55.69% de los costos de producción.

#### 4.2. Resultados de las dimensiones de la variable Ventaja competitiva

Para describir la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia e la Convención – Cusco, periodo 2019, se encuestó a 18 trabajadores, en el que se considera 9 ítems distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 10.**

*Distribución de trabajadores.*

MAQUINARIAS AGROINDUSTRIALES ALEJANDRINO ARANYA CHOQUE			
Puesto De Trabajo	Funciones	Número de	Total





		Trabajadores	
Propietario	Dirige el negocio de la producción. Realiza fabricación de Despulpadoras de café.	1	1
Asesor de Ventas	Responsable de negociaciones con empresas o clientes.	2	2
Auxiliar administrativo	Gestiona todo relacionado con los trabajadores de planta. Encargado de documentación.	1	1
Maestro de Planta	Responsable de la fabricación. Encargado de supervisar en todo el proceso de la fabricación.	6	6
Ayudante Soldador	Realiza trabajos de determinadas piezas para la fabricación.	6	6
Asalariado	Realiza menor trabajo operativo.	2	6
		TOTAL	18

**Interpretación:**

Ante esto la presente investigación abarca a los 18 trabajadores de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, los cuales se encuentran distribuidos de esta manera.

**Tabla 11.**

*Distribución de los ítems del cuestionario.*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Costos de producción	Costos Directos	Materiales.	Ficha de recolección de datos.
		Mano de Obra Directa.	
		Depreciaciones.	
	Costos Indirectos	Materiales indirectos	Ficha de recolección de datos.
		Mano de obra Indirecta	
		CIF propiamente dichos	



<b>Ventaja competitiva</b>	Liderazgo en costes	Tecnología	1
		Inversión	2
	Diferenciación	Variedad de productos	3 - 4
		Infraestructura	5
	Enfoque	Innovación	6 - 7
		Control de calidad	8 - 9

Fuente: Elaboración propia

Para describir la ventaja competitiva en la empresa maquinarias agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia e la Convención – Cusco, periodo 2019, se describe las dimensiones de: Liderazgo en costes, diferenciación, enfoque. Los resultados se presentan a continuación:

### Liderazgo de costes

**Tabla 12.**

*La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo para tener stock siempre lleno y actualizado.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	4	22.22%
Casi Nunca	11	61.11%
A Veces	3	16.67%
Casi Siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación y análisis:

La Tabla 12 muestra los resultados sobre implementación de tecnología. El 61.11% de los trabajadores indica que casi nunca la implementación mejora el tiempo para tener stock, el 22.22% indica que nunca y el 16.67% indica que a veces. Por lo que se evidencia que la implementación del uso de tecnología no tiene influencia en el tiempo para tener stock.



**Tabla 13.**

*La empresa planifica las compras de productos e invierte para prevenir posibles alzas de costos.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
A Veces	3	16.67%
Casi Siempre	11	61.11%
Siempre	4	22.22%
Total	18	100%

Fuente: Elaboración propia.

### **Interpretación y análisis:**

En la Tabla 13 se muestra los resultados sobre la planificación de las compras. El 16.67% de los trabajadores indica que a veces, el 61.11% indica que casi siempre y el 22.22% indica que siempre. Por lo que se evidencia que la empresa consta de una buena relación con proveedores y esto genera una disminución en el costo de los insumos. El propietario indica que siempre se realiza la planificación, por lo que apoyo a las respuestas de los trabajadores.

### **Diferenciación**

**Tabla 14.**

*Se elabora una renovación de la carta por temporada creando variedad de productos para el consumidor.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%



A Veces	3	16.67%
Casi Siempre	13	72.22%
Siempre	2	11.11%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación y análisis:

En la Tabla 14 se muestra los resultados sobre una renovación de la carta por temporada. El 72.22% indica que casi siempre se realiza una renovación, el 16.67% indica que a veces y el 11.11% indica que siempre lo realizan. Por lo que se evidencia que si renuevan la carta según la temporada.

### Tabla 15.

*Los productos ofrecidos son de calidad, novedosos y reconocidos en el sector.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
A Veces	0	0.00%
Casi Siempre	7	38.89%
Siempre	11	61.11%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación y análisis:

La Tabla 15 muestra sobre la calidad, novedad y reconocimiento de los productos en el sector. El 61.11% indica que siempre los productos son de calidad, novedosos y reconocidos en el sector, el 38.89% indica que casi siempre. Por lo que se evidencia que los productos tienen muy buena acogida en el mercado. Además, que el propietario indica que casi siempre se produce siguiendo las especificaciones del cliente.



**Tabla 16.**

*Se cuenta con la infraestructura adecuada para la producción en un tiempo determinado para tener un stock lleno y actualizado.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	4	22.22%
Casi Nunca	13	72.22%
A Veces	1	5.56%
Casi Siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación y análisis:**

La Tabla 16 se muestra los resultados sobre la infraestructura para la producción. El 72.22% de los trabajadores indica que casi nunca, el 22.22% indica que nunca y el 5.56% indica que a veces. Lo que evidencia que la empresa no cuenta con la infraestructura adecuada para la producción en un tiempo determinado con el fin de tener stock. Además, se observó que la empresa produce bajo pedido por lo que hay muy poca probabilidad para poder tener stock en empresa, apoyando así las respuestas dadas por los trabajadores.

**Enfoque**

**Tabla 17.**

*La empresa realiza investigación de mercado para satisfacer las necesidades del mercado y del cliente.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
A Veces	0	0.00%
Casi Siempre	6	33.33%
Siempre	12	66.67%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.



### Interpretación y análisis:

La Tabla 17 muestra los resultados sobre la investigación del mercado. El 66.67% indica que siempre evalúan el mercado y el 33.33% indica que casi siempre. Por lo que se evidencia que siempre hay una investigación del mercado para buscar la satisfacción del cliente. El propietario indica que a veces se realiza la investigación del mercado.

### Tabla 18.

*Los precios de sus productos son competitivos dentro del sector.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	0	0.00%
A Veces	0	0.00%
Casi Siempre	8	44.44%
Siempre	10	55.56%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación y análisis:

La Tabla 18 muestra los resultados de los precios de sus productos. El 55.56% indica que siempre son competitivos en el sector, el 44.44% indica que casi siempre son competitivos en el sector. Por lo que se evidencia que los productos de la empresa si compiten positivamente en el sector. El propietario menciona que siempre sus precios son competitivos. Además, que menciona buenas ventas en los últimos 2 años.

### Tabla 19.

*Se efectúa un control de calidad permanente en los productos vendidos.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%



Casi Nunca	0	0.00%
A Veces	1	5.56%
Casi Siempre	10	55.56%
Siempre	7	38.89%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación y análisis:

La Tabla 19 muestra los resultados sobre el control de calidad permanente. El 55.56% de los trabajadores indica que casi siempre se realiza el control de calidad, el 38.89% indica que siempre se realiza el control de calidad y el 5.56% indica que a veces realizan en control de calidad. Por lo que se evidencia que si se realiza frecuentemente el control de calidad de los productos.

### Tabla 20.

*La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades.*

	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0.00%
Casi Nunca	2	11.11%
A Veces	16	88.89%
Casi Siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	18	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación y análisis:

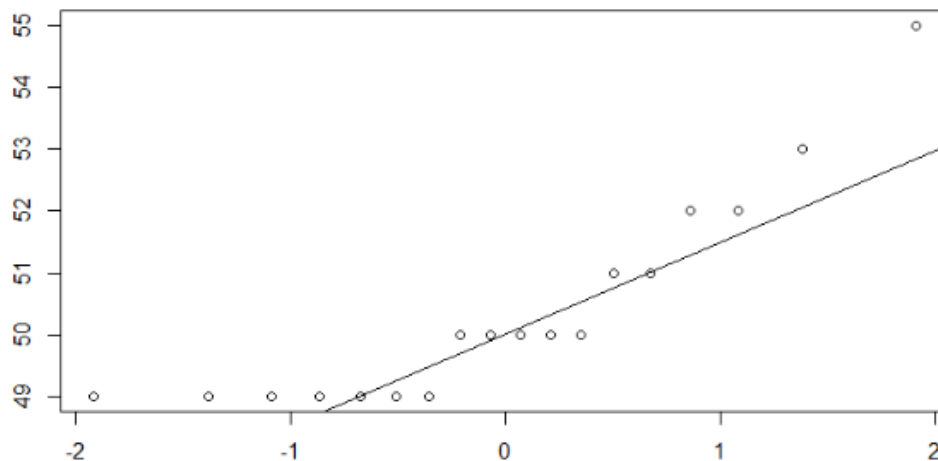
En la Tabla 20 muestra los resultados de la rotación de actividades del personal. El 88.89% de los trabajadores indica que a veces se realizan las rotaciones, el 11.11% indican casi nunca. Por lo que se evidencia que no son periódicas las rotaciones y tampoco son frecuentes el control de actividades.



### Prueba de normalidad

Como se tiene menos de 50 datos, se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk para poder determinar si los datos tienen una distribución normal, del test se obtuvo un valor de 0.018 valor menor a 0.05 por lo que se valida que los datos no tienen una distribución normal y para la prueba de hipótesis se tuvo que utilizar la prueba de Rho de Spearman. En la Figura 1 se puede demostrar gráficamente la distribución que tienen los datos.

Figura 3. Diagrama QQplot para evaluar distribución normal



Fuente: Elaboración propia – SPSS v25.

### Pruebas de Hipótesis

**Hipótesis General: Los costos de producción tienen relación con la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.**

**Tabla 21.**

*Prueba de Hipótesis General*

Correlaciones				
			Costos de Producción	Ventaja competitiva
Costos de Producción	Coeficiente de correlación		1.000	-0.868





Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	.	0.506
		N	18	18
	Ventaja competitiva	Coefficiente de correlación	-0.868	1.000
		Sig. (bilateral)	0.506	.
		N	18	18

Fuente: Elaboración propia – SPSS v25.

### Interpretación y análisis:

En la Tabla 21 se muestra los resultados de la Hipótesis General, donde se obtiene un coeficiente de  $-0.868$ , lo que demuestra que existe una correlación negativa fuerte entre los costos de producción y la ventaja competitiva. Esto hace énfasis a que hay una relación inversa, en este caso si se reduce los costos de producción, mejorará la ventaja competitiva de la empresa.

### Hipótesis Específicos

- Existe relación significativa entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.**

**Tabla 22.**

*Prueba de Hipótesis Específica a).*

Correlaciones				
		Costos de Producción	Diferenciación	
Rho de Spearman	Costos de Producción	Coefficiente de correlación	1.000	-0.739
		Sig. (bilateral)	.	0.068
		N	18	18
	Diferenciación	Coefficiente de correlación	-0.739	1.000
		Sig. (bilateral)	0.068	.
		N	18	18



Fuente: Elaboración propia – SPSS v25.

**Interpretación y análisis:**

En la Tabla 22 se muestra los resultados de la Hipótesis específica a), donde se obtiene un coeficiente de  $-0.739$ , lo que demuestra que existe una correlación negativa fuerte entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva. Esto hace énfasis a que hay una relación inversa, en este caso si se reduce los costos aumenta la diferenciación.

**2. Existe relación significativa entre la relación entre los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.**

**Tabla 23.**

*Prueba de Hipótesis Específica b).*

Correlaciones				
			Costos de Producción	Liderazgo de costes
Rho de Spearman	Costos de Producción	Coefficiente de correlación	1.000	-0.810
		Sig. (bilateral)	.	0.665
		N	18	18
	Liderazgo de costes	Coefficiente de correlación	-0.810	1.000
		Sig. (bilateral)	0.665	.
		N	18	18

Fuente: Elaboración propia – SPSS v25.

**Interpretación y análisis:**

En la Tabla 23 se muestra los resultados de la Hipótesis específica b), donde se obtiene un coeficiente de  $-0.810$ , lo que demuestra que existe una correlación negativa fuerte entre los costos de producción y el liderazgo de la ventaja competitiva. Esto hace énfasis a que hay una



relación inversa, en este caso si se aumenta el liderazgo los costos de producción deben reducir.

**3. Existe relación significativa entre la relación entre los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.**

**Tabla 24.**

*Prueba de Hipótesis Específica c).*

Correlaciones				
			Costos de Producción	Enfoque
Rho de Spearman	Costos de Producción	Coefficiente de correlación	1.000	0.859
		Sig. (bilateral)	.	0.817
		N	18	18
	Enfoque	Coefficiente de correlación	0.859	1.000
		Sig. (bilateral)	0.817	.
		N	18	18

Fuente: Elaboración propia – SPSS v25.

**Interpretación y análisis:**

En la Tabla 24 se muestra los resultados de la Hipótesis específica c), donde se obtiene un coeficiente de 0.817, lo que demuestra que existe una correlación positiva fuerte entre los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva. Esto hace énfasis a que hay una relación directa, en este caso si se mejora el manejo de los costos de producción, mejorará el enfoque.



## Capítulo V

### Discusión de Resultados

#### 5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

Respecto al objetivo general, esta investigación logró determinar que, si existe una relación entre los costos de producción y la ventaja competitiva de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco durante el periodo 2019. En la Tabla 21 se evidencia mediante una prueba de hipótesis la relación entre ambas variables.

Para el objetivo específico a), esta investigación logró determinar que, si existe una relación entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco durante el periodo 2019. En la Tabla 22 se evidencia mediante una prueba de hipótesis la relación entre la variable costos de producción y la dimensión diferenciación de la variable ventaja competitiva.

Para el objetivo específico b), esta investigación logró determinar que, si existe una relación entre los costos de producción y el liderazgo de costes de la ventaja competitiva de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco durante el periodo 2019. En la Tabla 23 se evidencia mediante una prueba de hipótesis la relación entre la variable costos de producción y la dimensión liderazgo de costes de la variable ventaja competitiva.

Para el objetivo específico c), esta investigación logró determinar que, si existe una relación entre los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco durante el periodo 2019. En la Tabla 24 se evidencia mediante una



prueba de hipótesis la relación entre la variable costos de producción y la dimensión enfoque de la variable ventaja competitiva.

## **5.2. Limitaciones del estudio**

Esta investigación tuvo las siguientes limitaciones:

- Acceso a información y documentación física de la empresa.
- Falta de conocimiento respecto al tema por parte de los trabajadores.

## **5.3. Comparación crítica con la literatura existente**

Con relación a los resultados obtenidos, (Huaman Huaman, 2018) obtuvo en su investigación que existe relación entre los costos de producción y la ventaja competitiva, concluyendo que de no manejar debidamente los costos de producción se tendrá una ventaja competitiva deficiente, resultado parecido al de esta investigación por lo que aporta validez a los resultados obtenidos.

(Bendezú Garcia & Torres Farfan, 2018) concluyeron en su investigación que la reducción de los costos de mano de obra no es una opción de mejora de la competitividad empresarial, lo que difiere de los resultados obtenidos de esta investigación y puede deberse por el tipo de empresa estudiada en la investigación, ya que la empresa utilizada para estos investigadores fue una joyería, mientras que para la presente investigación fue una empresa de venta de maquinaria.

(Caceres Rivas & Quispe Villavicencio, 2018) en su investigación concluyeron que el desconocimiento de los costos de producción y el mal manejo de estos afecta negativamente a la comercialización de sus productos por lo que reduce la competitividad. Este resultado comparte con los obtenidos en la presente



investigación, lo que otorga más validez a los resultados.

(Fero Tinta, 2018) concluyó que el propietario al fijar precios basándose en los costos de producción mejora y estima adecuadamente su precio y así hace que la empresa pueda tener mayor posicionamiento en el mercado, esto comparte con lo obtenido en la presente investigación.

#### **5.4. Implicancias del estudio**

La presente investigación permitió la realización del presente estudio donde se incorporó la problemática sobre los costos de producción y la ventaja competitiva.

Los resultados y conclusiones han permitido verificar la relación de las variables de estudio, además de mejorar el conocimiento sobre dichas variables.



## CONCLUSIONES

### PRIMERA

Se estableció que existe una relación entre los costos de producción y la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019, con un coeficiente de correlación de  $-0.868$  lo que indica que, si se logra reducir adecuadamente los costos, es decir un buen manejo de los costos, aumentaría la ventaja competitiva de la empresa, ya que se puede mejorar la organización en cuanto a costos de producción de la empresa.

### SEGUNDA

Se determinó la relación entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019, con un coeficiente de correlación de  $-0.739$  lo que indica que si se logra reducir adecuadamente los costos, es decir un buen manejo de los costos, aumentaría la diferenciación de la ventaja competitiva de la empresa, generando así que la empresa tenga un mayor posicionamiento en el mercado.

### TERCERA

Se determinó la relación entre los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019, con un coeficiente de correlación de  $-0.810$  lo que indica que, si se logra reducir adecuadamente los costos, es decir un buen manejo de los costos, aumentaría el liderazgo de cotes de la ventaja competitiva de la empresa.



#### **CUARTA**

Se determinó la relación entre los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019, con un coeficiente de correlación de 0.859 lo que indica que, si se logra mejorar el manejo de los costos de producción, se logra mejorar el enfoque de la ventaja competitiva de la empresa.





## RECOMENDACIONES

### PRIMERA

Se recomienda hacer una mejora en el control y manejo de los costos de producción mediante un checklist para llevar los registros debido de costos, además se recomienda siempre resaltar la calidad del producto, esto ayudará a un mejor posicionamiento en el mercado y por tanto generar una ventaja competitiva.

### SEGUNDA

Se recomienda una mejor gestión y relación con los proveedores, mejorar el uso de tecnología y en caso de realizar la rotación de personal se debe mantener la supervisión para garantizar la calidad del producto.

### TERCERA

Se recomienda mantener el liderazgo de costes, pero mantener la supervisión de control de calidad de los productos, ya que la idea de bajar los costos de producción comparando con respecto a los competidores debe estar debidamente relacionada a la calidad.

### CUARTA

Se recomienda mantener el enfoque de ventaja competitiva en la empresa con el fin de fomentar a organización con el buen manejo de costos.



## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado, P., & Calle, M. (2016). Diseño de un sistema de costos por ordenes de producción. Universidad de Cuenca.
- Arias, I., Vallejo, M., & Ibarra, M. (2020). Los costos de producción industrial en el Ecuador. Revista Espacios.
- Arroyo Prado, J. N. (2015). EL DESARROLLO DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE PORTER Y LOS IPAS VERDES EN EL COMERCIO EXTERIOR DEL PERÚ. *PAIDEIA XXI*, 12, 13-27.
- Bendezú Garcia, A., & Torres Farfan, G. (2018). LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL SECTOR JOYERÍA DEL DEPARTAMENTO DE LIMA . Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Caceres Rivas, S., & Quispe Villavicencio, M. (2018). COSTOS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE LA HOJA DE COCA EN EL DISTRITO DE SANTA ANA LA CONVENCION CUSCO AÑO 2016. Cusco: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES.
- (2017). *Centro de Innovación y Creatividad Empresarial*. Universidad Ricardo palma, Lima.
- Fernandez Concha, R. (2015). VENTAJA COMPETITIVA.
- Fernandez Diaz, I. (2018). Revista Economía y Desarrollo. *Fernández, I. D. (2018). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja Competitiva: ¿ contraposición o conciliación?*
- Fero Tinta, P. (2018). ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA



FIJACIÓN DE PRECIO EN EL MERCADO INTERNO DE LA EMPRESA PANIFICADORA PANIPAN DEL DISTRITO SANTA ANA PROVINCIA DE LA CONVENCION - CUSCO PERIODO 2017. Cusco: UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.

Flores Casco, H. (2016). INCIDENCIA DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA DEL PRODUCTO EN LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES PRODUCTORAS DE TABACO EN EL MUNICIPIO DE ESTELÍ, CICLO PRODUCTIVO 2015 . Estelí, Nicaragua.

Galarza Flores, L. B. (2019). *Desarrollo de ventajas competitivas sostenibles en la empresa de audio y sonido electronica Galarza-GMF*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17310/TESIS%20-%20LESLIE%20GALARZA%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gomez Espejel, J. (2019). Resumen del Libro La ventaja Competitiva.

Gonzales Moreno, M. A. (2021). Estrategias segun la trilogia de porter y al generación de ventajas Competitivas. Guayaquil, Ecuador.

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hil.

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Hernandez, R. (2014). *Metodologia de la Investigación*. Mexico: Mec Graw Hill Education.

Hoyos, A. (2017). Contabilidad de Costos I. Huancayo: Universidad Continental.

Huaman Huaman, J. G. (2018). COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA LA GRAN FRUTA EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2018. . Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.

(s.f.).Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. *Ley N° 28015*.



Congreso de la Republica, Lima.

(s.f.). Ley General de Industrias . *Ley N° 23407*. Congreso de la republica, Lima.

Llopis López, M. (2015). El mercado de la maquinaria agroindustrial. España.

Michaux, S. (2016). Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito.

Orellana Bueno, D., & Gonzales Garza, I. (2020). El costo como factor de gestión empresarial que impactan en la competitividad de las Mipymes del sector muebles de madera, sur de Ecuador. Cuenca, Ecuador: VinculaTégica.

Pacheco Bautista, F. (2019). Costos de Producción. Universidad Santo Tomas.

Perez, J., Dulce, E., & Otaño, M. (2021). *Cadena agroindustrial de la carne porcina la coordinacion como puente para el desarrollo de ventajas competitivas*. Obtenido de

<http://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/redd/article/view/1049/2308>

Porter, M. (2012). *Estrategias competitivas*. Obtenido de <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>

Quiroa, M. (2020). *Estrategias de diferenciación*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-diferenciacion.html>

Santander, B. (s.f.). *Santander*. Obtenido de <https://www.santander.com.pe/financiamientos/leasing.html>

Spring. (2021). *Liderazgos en costes*. Obtenido de <https://blogcandidatos.springspain.com/desarrollo-profesional/como-crear-una-estrategia-de-liderazgo-en-costes/#:~:text=El%20liderazgo%20en%20costes%20ocurre,como%20marketing%2C%20distribuci%C3%B3n%20y%20empaquetado>.



Yermenos Fontal, E., & Correa, L. M. (2015). CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA

UN ENFOQUE GERENCIAL DE COSTOS. Santiago de Cali.



## **APENDICES DE LA TESIS**



ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA MAQUINARIAS AGROINDUSTRIALES ALEJANDRINO ARANYA CHOQUE, PROVINCIA DE LA CONVENCION – CUSCO, PERIODO 2019.**

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología - Población y muestra
<p><b>Problema general</b> ¿De qué manera los costos de producción intervienen en la ventaja competitiva de la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019?</p> <p><b>Problemas específicos</b> a) ¿Tienen relación los costos de producción de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019? b) ¿Tienen relación los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias</p>	<p><b>Objetivo general</b> Establecer de qué manera los costos de producción intervienen y la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> a) Determinar cómo es la relación entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Los costos de producción intervienen directamente en la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> a) Existe relación significativa entre los costos de producción y la diferenciación de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.</p>	<p><b>Variable I</b> Costos de Producción</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos Directo</li> <li>• Costos Indirecto</li> </ul> <p><b>Indicadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales</li> <li>• Mano de obra directa</li> <li>• Materiales indirectos</li> <li>• Mano de obra indirecta</li> <li>• CIF propiamente dichos</li> </ul> <p><b>Variable II</b> Ventaja competitiva</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo en costes</li> <li>• Diferenciación</li> </ul>	<p><b>Enfoque de investigación:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Básico</p> <p><b>Alcance de investigación:</b> Descriptivo-correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental</p> <p><b>Población:</b> 18 trabajadores de la Empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.</p> <p><b>Muestra</b> 18 trabajadores de la Empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque.</p> <p><b>Técnica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Análisis documental</li> </ul>



<p>Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019? c) ¿Tienen relación los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019?</p>	<p>b) Determinar como es la relación entre los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019. c) Determinar como es la relación entre los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.</p>	<p>b) Existe relación significativa entre la relación entre los costos de producción y el liderazgo en costes de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019. c) Existe relación significativa entre la relación entre los costos de producción y el enfoque de la ventaja competitiva en la empresa Maquinarias Agroindustriales Alejandrino Aranya Choque, Provincia de La Convención – Cusco, periodo 2019.</p>	<p>• Enfoque <b>Indicadores:</b> • Tecnología • Inversión • Infraestructura • Variedad de Productos • Innovación • Control de Calidad</p>	<p><b>Instrumento</b> • Cuestionario de trabajadores • Ficha de recolección de datos.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------





**ANEXO 02: MATRIZ DE INSTRUMENTOS – ENCUESTA TRABAJADORES**

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
<b>Costos de producción</b>	Costos Directos	· Materiales directos	Ficha de recolección de datos	
		· mano de obra directa	Ficha de recolección de datos	
	Costos Indirectos	· materiales indirectos	Ficha de recolección de datos	
		· mano de obra indirecta	Ficha de recolección de datos	
		· CIF propiamente dichos	Ficha de recolección de datos	
<b>Ventaja Competitiva</b>	Liderazgo de costes	· Tecnología	La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo para tener stock siempre lleno y actualizado.	Nunca
		· Inversión	La empresa planifica las compras de productos e invierte para prevenir posibles alzas de costos	Casi nunca
	Diferenciación	· Variedad de producto	Se elabora una renovación de la carta por temporada creando variedad de productos para el consumidor.	A veces
			Los productos ofrecidos son de calidad, novedosos y reconocidos en el sector.	Casi siempre
	Infraestructura	· Infraestructura	Se cuenta con la infraestructura adecuada para la producción en un tiempo determinado para tener un stock lleno y actualizado	Siempre
			Enfoque	· Innovación
	· Control de calidad	Los precios de sus productos son competitivos dentro del sector.		
				Se efectúa un control de calidad permanente en los productos vendidos.
			La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades.	



**ANEXO 03: ENCUESTA TRABAJADORES**

**Cuestionario para trabajadores**

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre

	<b>Liderazgo en Costes</b>							
Tecnología								
1	La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo para tener stock siempre lleno y actualizado.							
Inversión								
2	La empresa planifica las compras de productos e invierte para prevenir posibles alzas de costos.							
	<b>Diferenciación</b>							
Variedad de productos								
3	Se elabora una renovación de la carta por temporada creando variedad de productos para el consumidor.							
4	Los productos ofrecidos son de calidad, novedosos y reconocidos en el sector.							
Infraestructura								
5	Se cuenta con la infraestructura adecuada para la producción en un tiempo determinado para tener un stock lleno y actualizado							
	<b>Enfoque</b>							
Innovación								
6	La empresa realiza investigación de mercado para satisfacer las necesidades del mercado y del cliente.							
7	Los precios de sus productos son competitivos dentro del sector.							
Control de calidad								
8	Se efectúa un control de calidad permanente en los productos vendidos.							
9	La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades.							



**ANEXO 04: FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

<b>PRODUCTO</b>	DESPULPADORA DE CAFÈ DE 03 SALIDAS		<b>FECHA</b>	30/11/2021
<b>COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>				
<b>COSTO TOTAL</b>				
<b>COSTO UNITARIO (S./UND)</b>				
<b>VALOR DE VENTA POR UNIDAD</b>				
<b>UTILIDAD</b>				



ANEXO 05: DATOS RECOLECTADOS DE TRABAJADORES

	Liderazgo de costes		Diferenciación			Enfoque			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	3	2	5	5	5	5	5	4	1
2	4	2	5	5	5	5	5	5	2
3	4	2	5	5	5	5	5	5	2
4	4	2	5	5	5	5	5	4	1
5	4	2	5	5	5	5	5	4	1
6	4	2	4	4	4	4	4	4	2
7	5	2	5	5	5	5	5	5	2
8	5	2	4	4	4	4	4	4	1
9	3	2	5	5	5	5	5	4	1
10	4	2	5	5	5	5	5	5	2
11	4	2	5	5	5	5	5	5	2
12	4	2	5	5	5	5	5	4	1
13	4	2	5	5	5	5	5	4	1
14	4	2	4	4	4	4	4	4	2
15	5	2	5	5	5	5	5	5	2
16	5	2	4	4	4	4	4	4	1
17	5	2	4	4	4	4	4	5	2
18	5	2	4	4	4	4	4	5	2