

8.7%

Resultados del Análisis de los plagios del 2023-08-14 23:09 UTC

19. UPAGU\_00105961\_DALILA\_CRISTHIAN.pdf

Fecha: 2023-08-14 23:03 UTC

Todas las fuentes 30 | Fuentes de internet 24 | Documentos propios 6

<input checked="" type="checkbox"/>	[0]	"37. Garcia y Pastor.pdf" fechado del 2023-08-01 3.1% 52 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[1]	pdfcoffee.com/economia-internacional-krugman-obstfeld-pdf-free.html 2.6% 18 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[2]	docplayer.es/216115975-Universidad-tecnica-estatal-de-quevedo-unidad-de-estudios-a-distancia-modalidad-semipresencial-carrera-contabilidad-y-auditoria.html 1.6% 24 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[3]	www.dipres.gob.cl/597/articles-141061_informe_final.pdf 1.7% 12 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[4]	"14. Romero y Salazar.pdf" fechado del 2023-08-10 0.3% 15 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[5]	docplayer.es/220035992-Pontificia-universidad-catolica-del-ecuador-facultad-de-ciencias-administrativas-y-contables.html 1.0% 10 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[6]	repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/64621/1/Tesis.- AVILES VARAS OSCAR.pdf 0.6% 12 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[7]	"Nontol y Zafra II.pdf" fechado del 2023-07-26 0.2% 13 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[8]	repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3373/1/T-UTC-00640.pdf 0.7% 13 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[9]	"Abanto y Huaccha II.pdf" fechado del 2023-07-26 0.1% 9 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[10]	repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10651?locale-attribute=es 0.2% 8 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[11]	"18. Medina y Rubio.pdf" fechado del 2023-07-25 0.1% 8 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[12]	docplayer.es/83021062-Facultad-de-negocios.html 0.1% 8 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[13]	"Cueva y Pompa.pdf" fechado del 2023-07-26 0.2% 6 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[14]	docplayer.es/159178625-1-situacion-economica-y-competitiva-de-las-empresas-de-galicia-13.html 0.5% 7 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[15]	repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/92294 0.5% 6 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[16]	repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/4723601 0.5% 6 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[17]	repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30081?locale-attribute=en 0.4% 4 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[18]	www.dspace.ucc.edu.ec/bitstream/25000/1328/1/T-UC-0003-80.pdf 0.3% 5 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[19]	www.gestiopolis.com/contabilidad-financiera-formulacion-ratios-liquidez-gestion-solvencia-rentabilidad-la-toma-decisiones/ 0.2% 4 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[20]	docplayer.es/43080497-Latinoamericana-mundial-2013.html 0.1% 2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[21]	docplayer.es/148006279-Aguilar-calderon-tania-maribel-astuvilca-chuco-alejandro-ivan.html 0.0% 4 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[22]	dialnet.unirioja.es/descarga/libro/59764.pdf 0.1% 2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[23]	core.ac.uk/download/pdf/287337989.pdf 0.1% 2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[24]	core.ac.uk/download/pdf/552895933.pdf 0.1% 2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[25]	docplayer.es/62720036-Costos-para-la-toma-de-decisiones.html 0.1% 2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[26]	www.academia.edu/40423390/Antecedentes_nacionales 0.0% 1 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[27]	docplayer.es/62496846-Facultad-de-derecho-y-ciencias-administrativas-escuela-profesional-de-derecho-y-ciencia-politica-silabo.html 0.0% 1 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[28]	dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5197585.pdf 0.1% 1 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[29]	www.researchgate.net/publication/301355759_ANALISIS_DE_RENTABILIDAD_DE_LA_PRODUCCION_DE_MAIZ_EN_LA_REGION_DE_TULANCINGO_HIDALGO_MEXICO 0.1% 1 resultados

50 páginas, 10399 palabras

Nivel del plagio: 8.7% seleccionado / 12.1% en total

130 resultados de 30 fuentes, de ellos 24 fuentes son en línea.

**Configuración**

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios*

Sensibilidad: *Media*

Bibliografía:

*Considerar*

*Texto*

Detección de

citaa:

*Reducir*

*PlagLevel*

Lista blanca:

--

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas**

**Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas**

**COSTO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL PRECIO DE  
VENTA DE DOS PRODUCTOS DE LA PANADERÍA EL TRIGAL DEL  
DISTRITO CAJAMARCA PERIODO 2021**

**Bach. Medina Marcelo, Dalila Esther**

**Bach. Ravines Cortéz, Cristhian Danny**

**Asesor:**

**Mg. Carlos Roberto Paredes Romero**

**Cajamarca – Perú**

**2023**

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

**COSTO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL PRECIO DE  
VENTA DE DOS PRODUCTOS DE LA PANADERÍA EL TRIGAL DEL  
DISTRITO CAJAMARCA PERIODO 2021**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para  
optar el Título Profesional de Contador Público

**Bach. Medina Marcelo, Dalila Esther**

**Bach. Ravines Cortéz, Cristhian Danny**

**Asesor: Mg. Carlos Roberto Paredes Romero**

**Cajamarca – Perú**

**2023**

COPYRIGHT © 2023 by  
DALILA ESTHER MEDINA MARCELO  
CRISTHIAN DANNY RAVINES CORTÉZ  
Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y**

**ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL**

**DE CONTADOR PÚBLICO**

**COSTO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL PRECIO DE**

**VENTA DE DOS PRODUCTOS DE LA PANADERÍA EL TRIGAL DEL**

**DISTRITO CAJAMARCA PERIODO 2021**

**Presidente:** Dr. Víctor Montenegro Diaz

**Secretario:** Mg. Luis Felipe Velasco Luza

**Vocal:** Mg. Anthony Rabanal Soriano

## DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mis padres, quienes siempre me han apoyado emocionalmente. A mi esposo quien me dio esperanza y siguió apoyándome cuando estaba a punto de rendirme.

Quiero agradecer a todas las personas que me apoyaron no solo económicamente sino también mentalmente, lo que hizo posible que escribiera y completara esta tesis. A ellos es la dedicatoria de este trabajo, ya que les debo su apoyo incondicional.

*Medina Marcelo, Dalila Esther*

Esta investigación está dedicada a mi madre que, con su amor, cuidados y consejos, fue una luz que me guio en el camino a cumplir mis sueños. A mis hermanas, quienes han sido mi mayor apoyo en momentos difíciles. A mi Tío quien fue como un padre quien me enseñó que el trabajo duro y la constancia valen más que cualquier obstáculo.

*Ravines Cortéz, Cristhian Danny*

## AGRADECIMIENTO

En primera instancia a mis padres, esposo e hijos, quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

A mis profesores de la carrera, por enseñarme todo lo que sé, guiarme para ser una mejor persona y profesional. A mi asesor de tesis, por aceptar la tutoría y ayudarme para poder concluir esta etapa de mi vida.

El proceso no ha sido fácil, pero gracias por transmitirme sus conocimientos y dedicación, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi tesis con éxito y obtener el título profesional.

*Medina Marcelo, Dalila Esther*

Quiero agradecer a Dios por inspirarme y darme la fuerza para continuar este proceso de cumplir uno de mis anhelos más preciados.

A mi madre, hermanas y tío, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes, he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

*Ravines Cortéz, Cristhian Danny*



## **RESUMEN**

La presente investigación denominada “Costos de producción y su influencia en el precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal del distrito de Cajamarca en el periodo 2021”, tuvo como objetivo general determinar el costo de producción y su influencia en el precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca, periodo 2021. Para lo cual, se consideró los siguientes objetivos específicos: describir la situación actual referente al cálculo de los costos y de los precios de venta de dos productos; determinar los costos de producción de dos productos de la panadería en el periodo 2021; y, examinar el costo de producción y precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021. Mientras se desarrollaba el presente trabajo de estudio, se utilizaron herramientas para la recolección de información como una guía documental y un cuestionario aplicado al propietario y al administrador de la empresa. Los resultados obtenidos concluyen que; la panadería carece de un adecuado costo de producción que les permita determinar de forma precisa los costos en los que incurre para la producción de sus productos, así mismo se demostró que el costo de producción si tiene influencia en los precios de venta de sus productos.

**Palabras clave:** costos, producción, precio, utilidad.

## **ABSTRACT**

The present investigation called "Production costs and their influence on the sale price of two products from the El Trigal bakery in the district of Cajamarca in the period 2021", had as a general objective to determine the cost of production and its influence on the price of sale of two products from the El Trigal bakery in the district of Cajamarca, period 2021. For which, the following specific objectives were considered: describe the current situation regarding the calculation of costs and sales prices of two products; determine the production costs of two bakery products in the 2021 period; and, to examine the cost of production and sale price of two products from the El Trigal bakery in the district of Cajamarca for the 2021 period. During the development process of this research work, information gathering tools were used such as a documentary guide and a questionnaire applied to the owner and the administrator of the company. The results obtained concluded that the bakery lacks an adequate cost of production that allows them to accurately determine the costs incurred for the production of its products, it was also shown that the cost of production does have an influence on the sale prices of their products.

**Keywords:** costs, production, price, utility

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
LISTA DE TABLAS.....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	xv
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema .....	5
1.2.1. Problema general.....	5
1.2.2. Problemas específicos .....	5
1.3. Objetivos de la Investigación.....	6
1.3.1. Objetivo general .....	6
1.3.2. Objetivos específicos .....	6
1.4. Justificación de la investigación .....	6
1.4.1. Justificación Metodológica .....	7
1.4.2. Justificación teórica.....	7
1.4.3. Justificación práctica.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	9

2.1.	Antecedentes .....	9
2.1.1.	Antecedentes Internacionales.....	9
2.1.2.	Antecedentes Nacionales .....	11
2.1.3.	Antecedentes Locales.....	14
2.2.	Bases teóricas .....	16
2.2.1.	Teoría de los costos.....	16
2.2.2.	Teoría del precio de venta.....	17
2.2.3.	Marco conceptual.....	17
A.	Costos de producción .....	17
B.	Contabilidad de Costos.....	18
C.	Dimensiones de costo de producción .....	18
D.	Concepto básico de costos.....	18
E.	Características de los Costos .....	20
F.	Precio de venta.....	21
G.	Importancia del precio de venta .....	21
H.	Objetivos del precio de venta.....	22
I.	Factores por considerar a la hora de establecer precio de ventas .....	22
2.3.	Definición de Términos Básicos .....	23
2.4.	Hipótesis.....	24
2.5.	Operacionalización de las variables .....	27
CAPÍTULO III. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....		28

3.1.	Metodología de la investigación .....	28
3.1.1.	Tipo de investigación: Básica .....	28
3.1.2.	Enfoque de la investigación: Cuantitativa.....	28
3.1.3.	Nivel de la investigación: Descriptiva .....	28
3.1.4.	Diseño de la investigación: No experimental, descriptivo, corte transversal .....	29
3.1.5.	Población.....	29
3.1.6.	Muestra.....	30
3.1.7.	Método de investigación .....	30
A.	Deductivo .....	30
3.1.8.	Técnicas, instrumentos de recolección y análisis de datos.....	30
A.	Técnicas.....	30
B.	Instrumentos de recolección de información.....	31
C.	Análisis de datos.....	31
3.1.9.	Aspectos éticos de la investigación .....	31
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....		33
4.1.	Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados .....	33
4.1.1.	De acuerdo con el Objetivo Específico N.º 01 Describir la situación actual referente al cálculo de los costos y de los precios de venta de dos productos de la panadería El Trigal, Cajamarca - 2021.....	33
4.1.2.	De acuerdo con el Objetivo Específico N.º 02 Determinar los costos	

de producción de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021. ....	34
4.1.3. De acuerdo con el Objetivo Específico N.º 03 Examinar el costo de producción y precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021. ....	45
4.1.4. Procedimiento de contraste de Hipótesis .....	57
4.2. Discusión.....	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
Conclusiones .....	61
Recomendaciones.....	63
REFERENCIAS .....	64
ANEXOS .....	72
ANEXO 1: CUESTIONARIO DE ENTREVISTA .....	73
ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	74

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de Variable .....	27
Tabla 2 Producción de materias primas de la Panadería el Trigo .....	35
Tabla 3 Proporción de Horas laborales asignadas al personal .....	35
Tabla 4 Tiempos de preparación sobre cada producto .....	35
Tabla 5 Capacidad de producción del personal sobre las materias primas .....	36
Tabla 6 Materia prima promedio mensual requerida para el pie de limón.....	37
Tabla 7 Materiales directos a nivel individual para la producción del pie de limón .....	37
Tabla 8 Materiales Directos del pie de limón en un mes .....	38
Tabla 9 Costo de mano de obra directa por unidad del Pie de Limón .....	39
Tabla 10 Costo de mano de obra indirecta por unidad del Pie de Limón .....	39
Tabla 11 Costo fijo para la producción Unitaria de Pie de Limón.....	40
Tabla 12 Resumen del cálculo de costos mensual .....	40
Tabla 13 Tipos de presentación del Pie de Limón .....	41
Tabla 14 Materia prima mensual de las empanadas de pollo.....	42
Tabla 15 Materia prima a nivel individual para la producción de la empanada de pollo .....	42
Tabla 16 Materiales Directos de la empanada de pollo en un mes.....	43
Tabla 17 Costo de mano de obra directa por unidad de las empanadas de pollo..	43
Tabla 18 Costo de mano de obra indirecta por unidad de las empanadas de pollo	44
Tabla 19 Depreciación anual de maquinaria y equipo .....	46
Tabla 20 Costo fijo para la producción de empanada de pollo .....	44
Tabla 21 Resumen del cálculo de costos mensual .....	45

Tabla 22 Margen de ganancia mensual del pie de limón .....	47
Tabla 23 Margen de ganancia mensual de las empanadas de pollo .....	47
Tabla 24 Costo y margen de ganancia del pie de limón en un escenario pesimista. .....	48
Tabla 25 Costo y margen de ganancia de empanadas de pollo en un escenario pesimista.....	49
Tabla 26 Costo y margen de ganancia del pie de limón en un escenario optimista. .....	49
Tabla 27 Costo y margen de ganancia de empanadas de pollo en un escenario optimista.....	50
Tabla 28 Escenarios posibles sobre el nivel pesimista con respecto al Pie de Limón .....	53
Tabla 29 Escenarios posibles sobre el nivel pesimista con respecto a la empanada de pollo.....	53
Tabla 30 Escenarios posibles sobre el nivel optimista con respecto al Pie de Limón .....	54
Tabla 31 Escenarios posibles sobre el nivel optimista con respecto al Pie de Limón .....	54
Tabla 32 Distribución de costos por productos según metodología ABC.....	54
Tabla 33 Variación de precios ante la aplicación de costos de producción .....	54



## INTRODUCCIÓN

A nivel competitivo y dinámico, las empresas están obligadas a utilizar un sistema de determinación de costos y a la mejora continua de sus estimaciones referentes a la producción. Producto de los avances en tecnología y globalización del mercado, estos cambios exigen con mayor frecuencia la competitividad, que ya no puede ser efectiva a través de un sistema tradicional de información o de estimaciones hechas a través de la experiencia, principalmente por no disponer de información detallada, precisa y oportuna.

Por ello es indispensable que las empresas mantengan, como necesidad casi primordial, la aplicación y determinación de sus costos de producción a sus sistemas empresariales y reconozcan la influencia que estos deben tener sobre la fijación de sus precios de venta.

Como unidad de estudio La Panadería, el Trigal de Cajamarca carece de conocimiento sobre del manejo de costos y de la influencia que estos tienen sobre sus demás apartados, por lo que se busca comprobar si el costo de producción influye en el precio de venta de dos de sus productos, aplicando de manera estratégica la descripción, determinación y examinación sobre la problemática encontrada.

Por ello, se busca implementar los costos de producción necesarios para tener estimaciones reales sobre dos productos de la empresa y, por consiguiente, reconocer la influencia de estos mismos sobre el precio de venta en función a los posibles escenarios que se proponen por parte de los investigadores.

Para el desarrollo del estudio de investigación se contempla la siguiente estructura; en primer lugar, se busca describir la realidad problemática y la definición del problema, además de ello los objetivos y la justificación de nivel teórico, metodológico y práctico.

En segunda instancia, se expone el marco teórico, donde se muestran los antecedentes de nivel internacionales, nacionales y local, respectivamente, se consigna aparte de ello los

fundamentos teóricos, las definiciones de términos, la hipótesis de la investigación, así como de la Operacionalización teórica de las variables, que en síntesis garantizan una mejor comprensión del tema para con los receptores. Posterior a ello se procede a la recolección y procesamiento de datos, así como de la comparación de estos mismos con los antecedentes. Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones pertinentes con base en los resultados obtenidos.

# **CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Planteamiento del problema**

A lo largo del tiempo y en culturas afines de todo el mundo, la contabilidad como profesión ha sabido ganarse el reconocimiento por su importancia en la eficacia de las operaciones financieras y económicas, así como en el uso adecuado de la información obtenida para el análisis necesario en la toma de decisiones financieras.

Por ende, todo tipo de organizaciones internacionales reconocen la importancia que existe sobre el análisis e interpretación de los indicadores financieros y de la influencia que estos tienen sobre la fijación del precio de venta.

Novoa, et al (2017, como se citó en Velarde, 2019) Indica que las empresas de muchos países latinoamericanos comparten ciertas características: carecen de un sistema de cálculo de costes que les ayude a determinar con exactitud los precios de los productos que venden, carecen de un margen de utilidad que afecte a su capacidad de obtener beneficios, carecen de métodos de ayuda y solamente tienen en cuenta la información que poseen sobre sus competidores a la hora de determinar sus precios.

Para satisfacer las demandas y pedidos de sus procesos de producción, ya sean de bienes o de servicios, las empresas no disponen de sistemas de estimación de costes. En su lugar, compiten basando sus operaciones diarias en adivinar si podrán recuperar sus inversiones y cuánto beneficio obtendrán.

Según Mordor Intelligence (2021) menciona que los productores del sector repostería aprovechan la aceptación de las especialidades regionales para desarrollar productos con valor añadido, en un esfuerzo por diversificar sus fuentes de ingresos.

Para Clavijo (2022) La búsqueda de ingresos por medio de la diversificación de productos se centra en la rentabilidad que genera la comercialización de bienes, sin embargo, es indispensable conocer la influencia de los costos sobre el precio de venta, con la finalidad aplicar el cálculo respectivo para estimar con exactitud qué tan rentable es venta de la mercancía.

La capacidad de obtener beneficios significativos de un producto depende de la fijación de un precio adecuado. Para atraer a más clientes y fomentar la participación en un mercado sostenible, la optimización de precios le ayuda a encontrar el precio ideal para un determinado bien o servicio.

Para determinar el precio óptimo de un nuevo producto o servicio, no basta con tener una perspectiva. Los creadores de productos para empresas invierten mucho tiempo en desarrollar nuevos productos. La fijación de precios tiene lugar en un entorno tenso en el que hay que tener en cuenta muchos factores.

Su determinación tiene un mayor impacto en la viabilidad de un producto que cualquier otro factor significativo, como la participación en el mercado, los costes fijos y los costes variables.

Diferentes repercusiones por la pandemia del Covid-19 han sido perjudiciales para la economía mundial, y como afirma Landaverde (2020), después de este escenario, las repercusiones económicas y financieras de cada empresa se convierte en precursor de la reactivación y mejoramiento de la economía de cada país, por eso, para enfrentar las consecuencias una crisis así es necesario revisar y actualizar la estructura de costos de cada empresa.

Según BBVA (2019) establece que Perú ocupa el séptimo lugar, respecto al nivel de educación financiera, a la vez se representa por solo el 28% de su población, este

factor demuestra la falta de conocimiento, que limita el manejo de recursos financieros, la protección de su patrimonio y las decisiones económicas.

La educación financiera en la sociedad peruana es un tema poco frecuente, a pesar de que esta implica acciones regulares sobre la vida cotidiana, con frecuencia se obviaba, por ello se vuelve indispensable el desarrollo de hábitos positivos que contribuyan a la mejora de este aspecto negativo.

De acuerdo con Landaverde (2020), es fundamental investigar y comprender los costos de producción de una organización para reconocer, evaluar y detallar sus partes constituyentes. Muchas empresas basan sus precios de venta en los de sus rivales sin considerar si cubrirán sus propios costos. Como resultado, una gran cantidad de empresas fracasan porque no generan los ingresos necesarios para operar, y algunas incluso cierran.

Dado que las organizaciones deben basar sus decisiones de producción y venta en la investigación de costes, resulta ser un factor esencial los costes de fabricación para tomar cualquier decisión empresarial. Las compañías también deben entender su rentabilidad, que es generada por la producción de algunos productos. Al contar con esta información, las empresas pueden corregir errores del pasado y prepararse para una mejor gestión en el futuro. Por lo tanto, específicamente, podemos decir que, al determinar los costos, las empresas pueden tomar mejores decisiones de gestión.

La industria de alimentos en Perú creció 20.6% en el 2021; bajo esta línea, en junio de 2021, la producción de productos de panadería aumentó un 45,3% respecto al mismo mes de 2020; de enero y junio, aumentó un 17,3% respecto al mismo periodo de 2020 y un 44,8% respecto a 2019. (Diaria Andina, 2021).

En el Perú, la industria panificadora es una actividad que se ha vuelto muy competitiva y su participación cumple un papel trascendental en el desarrollo económico de nuestro país. Sin embargo, se ha observado la problemática de muchas empresas que tienen procesos de producción, dando como resultados que muchos de estos negocios no logran expandirse debido a la carencia de comprensión sobre sus costos y rentabilidad; este conocimiento es necesario para que puedan seguir creciendo y obteniendo beneficios (Diario Gestión, 2022).

En la actividad industrial con respecto a las panificadoras se reconoce que solo el 0.1 % en Perú utilizan granos andinos en la elaboración del pan y que por lo general este consumo es en ciudades como Cajamarca, Focalmente debido a la demanda de los productos, en la región Cajamarca son innumerables las panaderías que no cuentan con sistemas enfocados en análisis de costos que facilite identificar los precios de venta respecto a sus productos, ya que de manera habitual interpretan y fijan sus precios de manera empírica, basándose en las experiencias prácticas observadas en el rubro.

Por obvias razones, este modo se vuelve poco confiable para la fijación de precio de venta, por ende, no es posible obtener una exactitud sobre el margen de ganancia, como consecuencia se desconoce por completo los resultados financieros operacionales de la entidad.

La panadería “El Trigal” ubicada en la ciudad de Cajamarca, ha evidenciado un incremento en la producción de sus productos, debido al incremento de la demanda de sus clientes más frecuentes, que por la cantidad de compra son empresas especializadas también en el comercio de productos panaderos para el público en general. Bajo esta línea, se ha observado que la empresa no tiene en cuenta sus costos de producción para establecer los precios de sus productos, lo cual es muy

importante para este tipo de empresa, ya que, en una empresa con procesos productivos, la gestión eficaz de los costes es fundamental, además la dirección a la toma de decisiones y, en consecuencia, alcanzar las metas y objetivos trazados dentro de la organización.

Dado que la empresa dispone de una amplia gama de productos, el objetivo del estudio es determinar sus costes de producción y su repercusión en el precio de venta de dos productos, pie de limón con un precio de venta de S/. 35.00 y la empanada de pollo con un precio de venta S/.5.00 empero, no es posible conocer cuál es el margen de ganancia que posee la empresa, porque esta no dispone de un análisis de costo de producción fijándose netamente en la experiencia, por ende, se plantea como la problemática de esta investigación buscar la influencia que presentan los costos de producción sobre el precio de venta.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿De qué manera influye el costo de producción en el precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca, 2021?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿Cuáles son los costos de producción de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021?

¿Cómo se realiza la determinación de los precios de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca, 2021?

¿Cómo influye los costos de producción en los precios de ventas de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca, 2021?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar el costo de producción y su influencia en el precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca, periodo 2021.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

**N.º 01** Describir la situación actual referente al cálculo de los costos y de los precios de venta de dos productos de la panadería El Trigal, Cajamarca - 2021.

**N.º 02** Determinar los costos de producción de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.

**N.º 03** Examinar el costo de producción y precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.

### **1.4. Justificación de la investigación**

Con la creación de este proyecto se pretende determinar el precio de venta al público y los costes de dos productos de la panadería “El Trigal” con el fin de colaborar a la realización de una mejor organización. Así mismo, esta investigación nos permite obtener conocimiento sobre costos de producción de la empresa mencionada, así mismo de este estudio saldrá el sustento para hacer otras investigaciones como conocer la rentabilidad del negocio para futuras inversiones y toma de decisiones. Es necesario utilizar estas herramientas muy importantes para definir la comprensión y aceptación de sus costos de producción en la panadería El Trigal además de los precios de sus principales productos para aumentar su competitividad en las actividades comerciales.



#### **1.4.1. Justificación Metodológica**

Como aplicación a la metodología se direcciona descriptiva propositiva según proceso alternativo según el cálculo de costos y estructura del proceso de estimación de costos por mercadería a disposición del estudio como representación simple a reducir ciertas implicancias que tenga las organizaciones según el problema en cuanto a la especificación de los gastos en producción y colocación del importe en los insumos siendo estas implementadas dentro de las panaderías y no permitiendo los desmedros generados (Benavente, 2021).

#### **1.4.2. Justificación teórica**

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento actual, el uso de teorías relacionadas a la evaluación de costos de producción, fijación de importes y algunos conceptos básicos enfocados en la estructura de investigación, donde y mediante los resultados obtenidos se pueda demostrar la influencia que poseen los costos de producción sobre la venta en dos productos de la panadería el Trigo, generando un aporte teórico sobre la población académica, las ciencias empresariales y de cualquier receptor que muestre interés sobre el tema.

#### **1.4.3. Justificación práctica**

El objetivo de este proyecto es ayudar a la gerencia a determinar los costos de producción y permitirles decidir por precio en cada producto elaborado por dicha entidad. Dado que la empresa produce diez productos diferentes, se decidió que determinar los costos de dos productos específicos serviría como una justificación práctica. Este estudio será la base para averiguar los costos de producción en los demás productos.

#### **1.4.4. Justificación social**

El propósito que posee la investigación al demostrar la influencia de los costos de producción sobre el precio de venta de la unidad de estudio se centra sobre el aporte y valor generado, que es el conocimiento y valor teórico mediante el cual, y a través de sus resultados se pueda ofrecer soluciones alternativas, para satisfacer las demandas actuales y futuras de la sociedad con el fin de mejorar la calidad de vida de quienes viven en la zona de estudio.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

Pastuña (2019) investigó el costo de los bienes producidos en la despensa de estudio. Este problema surgió por la necesidad de evaluar el valor y beneficio que genera la empresa a través de la producción y venta, por lo que conocer el valor de cada bien ayudaría a comprender el desempeño de la empresa. La metodología empleada nos ayuda a recolectar información directa de la empresa por medio del examen de los registros presentados y registrados en el momento del estudio. Adicionalmente, gracias al enfoque cuantitativo y cualitativo se realizaron las deducciones del proyecto de investigación, lo que significa que, sin considerar la contribución de la contabilidad de costos, no será posible determinar cuánto dinero se ha gastado.

Cisneros (2020) realizó un estudio cuyo problema se produjo como consecuencia del comercio informal y la competencia desleal, lo que provocó pérdidas de producción y exceso de inversión, y su producción y ventas se han reducido. Como resultado, es imposible adquirir la información requerida para calcular los ingresos y determinar los precios. El objetivo del estudio se delimitó en crear un enfoque de costo-beneficio para aumentar la producción de algodón Cisneros en el Cantón de Ventanas. Se utilizaron las siguientes metodologías: inductiva, deductiva, descriptiva, inductiva e histórico-lógica. La metodología empleada en la investigación es un diseño experimental puro, investigación acción basada en la teoría y la presencia de 15 personas, incluido el gerente. La entrevista se usó como herramienta para recolectar información. Finalmente, se descubrió que la falta de referencia por costes, ingresos precisos y estimaciones de ingresos, y la carencia de

conocimientos contables da como resultado una inadecuada previsión de precios, lo que amenaza la viabilidad de una gestión competitiva.

Maticurena (2021) en su investigación examinó el impacto de los costos de producción en el Hotel Radisson de Guayaquil en el ciclo académico 2019-2020. Los objetivos del estudio incluían examinar la distribución organizativa por costes de producción, analizar la rentabilidad de los departamentos y desarrollar medidas de mejora para la sostenibilidad operativa y financiera del hotel. Las ratios, a menudo conocidos como ratios financieras, son indicadores empleados para calcular o evaluar la situación económica y financiera de una compañía, así como el potencial para despegar y crecer eficientemente en la sociedad.

La investigación fue de campo porque fue necesario recabar información del hotel, revisar sus cuentas financieras y estado de pérdidas y ganancias, y solicitar consumos y traslado de costos y compras. Adicionalmente, se realizó una entrevista con el asesor general de la empresa, en la cual se demostró, por ejemplo, la influencia del costo de producción. Este trabajo benefició a la empresa al demostrar dónde enfocarse para reducir significativamente los costos, evitar pérdidas importantes en materias primas y horas de trabajo, así como conocer la rentabilidad proyectada para el ejercicio 2019-2020 y adoptar nuevas medidas correctiva a modo de mejorar las condiciones económico-financiera de la entidad.

Carrera y García (2021) en su investigación titulada en base a los gastos por producción en el proceso de fabricación de quesos y su influencia en la rentabilidad de la distribuidora Karlita 3K en el año 2020 en el Cantón La Maná parroquia Pucayacu provincia de Cotopaxi. Esta investigación se diseñó para mejorar la capacidad del distribuidor para supervisar sus procesos de fabricación de queso, ya

que la principal dificultad del distribuidor es la falta de un sistema de supervisión de los costes del proceso, lo que le obliga a no tener en cuenta sus gastos reales.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

Según el estudio Dávila (2021), los costos incurridos por el control de la producción en muchas industrias brindan una contribución significativa a la toma de decisiones comerciales con el objetivo de impulsar la productividad para mejorar la calidad y la rentabilidad. El objetivo principal del estudio fue de enfatizar cuán importante es para los pequeños fabricantes o empresas industriales administrar sus costos de producción. El estudio buscó recopilar y analizar la información más relevante que habían sido publicados entre 2015 y 2020, utilizando una metodología analítica y descriptiva.

Al principio se recopilaron 27 artículos de investigación, partiendo de estos, se realizó una amplia investigación y se eligieron 16 publicaciones académicas porque abordaban específicamente el problema de los costos. Con base en el análisis de este contenido, se determinaron las ventajas de utilizar los costos durante la producción comercial. Como resultado, queda claro que establecer una gestión interna de costes en las pequeñas empresas industriales es primordial para mejorar la producción.

Acuña y Rosas (2019) en su investigación se centró en identificar el impacto de los costos de producción en la previsión de precios en COMPASER del año 2019, como objetivo general. Se emplearon técnicas de entrevista con una guía de entrevista y herramientas de análisis documental con una guía de análisis documental como métodos y herramientas de recopilación de datos, que sirvieron de base para construir el objetivo general. La población se compone de todos los costes y gastos que figuran en los estados financieros desde 2018, cuando la empresa inició sus

operaciones, hasta la actualidad, cuando se decidió usar como ejemplo un estudio de gastos y desembolsos de la empresa en el segundo trimestre de 2019. Según el tipo de investigación, se trata de un estudio descriptivo con un diseño correlacional que busca la influencia de las dos variables. Es razonable concluir que la empresa carece de una estructura de costes aceptable, lo que le impide distribuir adecuadamente los componentes de los costes, como los costes de producción directos e indirectos, dando lugar a la falsa impresión de rentabilidad.

Villalba et al. (2019) en su estudio de tesis demostró el bosquejo de los costos de fabricación a través de un examen por indicadores financieros; en consecuencia, consideran que el coste de producción se determina como pieza importante en la viabilidad de la entidad empresarial STEEL SUPPLY S.A.C. El estudio se ha categorizado en aplicada, descriptiva y explicativa, con un diseño no experimental transversal, descriptivo y causalmente correlativo. Además, utilizaron los métodos descriptivo, analítico y estadístico, con la empresa Steel Supply S.A.C. sirviendo como muestra y población. Las técnicas de observación fueron empleadas para el análisis financiero y análisis documental junto a las herramientas de recolección de datos como la bitácora de análisis documental, bitácora de observación y ratios.

Por último, empleando métodos estadísticos inferenciales, particularmente la prueba de regresión lineal simple y de coeficiente de correlación de Pearson, para evaluar la hipótesis planteada. Finalmente, se ha determinado que las variables de estudio poseen una fuerte correlación entre sí, además de ser inversa y poseer un alto coeficiente de determinación cuando se aplica el método de regresión simple, indicando así que la variable costo de producción de estudio tiene una consecuencia e impacto significativo en la variable de rentabilidad. Dicho de otra manera, una

parte importante del tiempo, el costo de producción independiente variable puede explicar la rentabilidad dependiente variable.

En la investigación de Ortiz (2021) tuvo como objetivo determinar cómo cambiaría la rentabilidad del cultivo de arroz en el distrito de Corrales en el 2021 empleando un sistema de costo de producción por proceso. Su metodología es descriptiva más que experimental, y su diseño es descriptivo correlativo. Se hizo uso del cuestionario para evaluar los agricultores (34) que se dedicaban a la producción de arroz en el distrito de Corrales, en la región de Tumbes. Después de recopilar y analizar los datos, se concluyó que la mayoría de las entidades agropecuarias relacionadas al cultivo de arroz realizan actividades relacionadas con la producción de manera ad hoc.

Por ejemplo, solo el 36% de los encuestados dijo que casi siempre registra los costos, mientras que el 29,4% dijo que casi siempre registra los errores. Esto es de preocupación, puesto que el 41,2% dice que casi nunca devuelve los insumos y materiales a las instalaciones de almacenamiento, lo que significa que no tienen ninguna instalación de almacenamiento. A pesar de que la mayoría de las encuestas sugieren que casi nunca se calculan los ingresos y las salidas, también suelen examinar los costes de mercado de los productos básicos y casi nunca hacen un seguimiento de las horas de trabajo y la maquinaria, lo que hace que sea imposible determinar los costos incurridos en cada uno. Componente del costo de producción.

La investigación de Gastañaga y Fernández (2022) se basó en determinar la relación del costo de producción y la viabilidad de la empresa Willay Telecomunicaciones S.A.C. de Urubamba, periodo 2020 – 2021. Su metodología fue de diseño no experimental y tipo aplicada, relevante, de corte longitudinal, con un enfoque cuantitativo, siendo estados financieros una muestra de los periodos

estudiados, utilizando la ficha documental como instrumento y el análisis documental como técnica. Frente a los resultados conseguidos del análisis, se determinó el rendimiento de los bienes de capital era del 7% para el 2020, pero aumentó al 9% para el 2021, con un aumento de la utilidad del 2%; la rentabilidad de las actividades fue del 7% tanto para 2020 como para 2021; y el retorno de la inversión arrojó 0,37 de rentabilidad para 2020, pero solo 0,36 para 2021, con una reducción del 1% en ese rendimiento. En conclusión, los costos de producción afectan significativamente la capacidad de una organización para obtener ganancias. Por ejemplo, en el 2020, los costos de producción promedio fueron de S/. 9125,19, mientras que fueron S/. 6476,37 en 2021, resultando una diferencia de S/. 2648, 82 de un año a otro. Como resultado, en la Tabla 4, se observa que la rentabilidad de la aumentó en un 2% entre 2020 y 2021. Por tal razón, se logró la meta general.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

La investigación de Llico (2019) muestra la problemática de que las pequeñas y microempresas de Cajamarca que se dedican a la producción de muebles de madera, tienen una importante debilidad en el cálculo de sus costes y de los factores que afectan a su precio, lo que se traduce en una insuficiente información que les impide alcanzar las metas trazadas por los diversos propietarios de estas organizaciones. Su enfoque fue no experimental, transversal y de naturaleza descriptiva, con una entrevista realizada al director general de la empresa para conocer la posición actual en términos de cálculo de costes y precios. En consecuencia, la determinación del costo de producción y precio en la microempresa Cajamarca, Perú, Modulares Cajamarca S.R.L. son el tema de este estudio, que examina la relación entre el costo de producción y la determinación del precio en ese negocio. Una vez obtenida la



información necesaria, se elaboran las planillas de estimación de costes utilizando los costes calculados por el propietario y los que pretendemos cobrar de forma justa.

La investigación de Rodríguez (2021) planteo como objetivo general era determinar el coste de la plataforma y la tolva en la empresa Bona Logistic EIRL en 2020, usando un sistema de costes basado en las órdenes de producción, ya que esta empresa metalmecánica no dispone de un sistema de contabilidad de costes que permita identificar, calcular y analizar los costes asociados a cada bien producido. Se entrevistó al jefe de producción para conocer los costos asociados a ciertos procesos. Al mismo tiempo, se realizó un análisis documental con el fin de nutrir la información ya obtenida y así desarrollar los objetivos del proyecto.

La investigación incluyó un análisis e identificación de cada factor de costo, incluyendo costos de materia prima, costos de fabricación y de mano de obra indirectamente relacionados con la transformación de tolva en granelera y tarima. Por último, se determinó que emplear un sistema de estimación de costos basado en pedidos permitía determinar con precisión los costos de los productos. Además, se encontró una diferencia entre el coste de la empresa y el coste indicado por esta investigación, lo que permite a la empresa hacer juicios fundados sobre la eficacia de sus costes.

La investigación de Murga (2019) abordó los problemas de Fund Metal, cuyos procesos de fabricación requieren la modificación o creación de un sistema de precios por orden de trabajo. En consecuencia, el objetivo general era crear un sistema de cálculo del coste de las órdenes de trabajo adaptado a la naturaleza de las actividades de fabricación de la empresa. El enfoque empleado para este objetivo fue descriptivo y no experimental, incluyendo la entrevista y la observación como herramientas de estudio. Según esto, la empresa solamente

contabiliza los gastos de mano de obra y material, descuidando los costes indirectos. Por último, se calcularon los costes de fabricación y su influencia en la rentabilidad. La investigación de Alva y Alfaro (2018) tuvo como objetivo general fue calcular el costo de producción en la pollería "El Nuevo Fogón Dorado E.I.R.L." en Cajamarca, Perú, utilizando el costeo ABC y su influencia en el margen de utilidad bruta. El problema de la empresa es que carece de un sistema de costes que le permita hacer un seguimiento de los costes reales necesarios para producir las distintas piezas de pollo a la brasa que ofrece. Su metodología fue transversal, diseño no experimental, enfoque cuantitativo, con estados financieros de los periodos analizados como muestra, usando el registro documental como instrumento y el análisis documental como herramienta. La investigación fue muy útil para determinar los costos reales asociados con cada porción del plato de pollo a la parrilla y, en consecuencia, para tomar las mejores decisiones con respecto al manejo de esos costos. Esto se debe a que un buen sistema de control de costos ayudará a la gerencia a lograr los objetivos de crecimiento establecidos en esos planes.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Teoría de los costos**

De acuerdo con el autor Edward Menesby, el número de recursos necesarios para el cumplimiento de objetivos o metas, como producto comercial de venta general o como proyecto de construcción, se mide en términos de dinero como costo. Los recursos empleados incluyen materias primas, materiales de acabado, materiales intensivos en mano de obra, personal remunerado, proveedores y servicios adquiridos, así como capital invertido en inventario, terrenos, edificios y equipos (Castellnou, 2021).

### **2.2.2. Teoría del precio de venta**

Cuando hablamos de “La Teoría de los Precios” nos referimos a los procesos mediante los cuales se forman los precios de un determinado bien o servicio. El valor de mercado se divide en dos tipos: el valor de uso, que está determinado por la necesidad que satisfará, y el valor de cambio, que está determinado por la cantidad de dinero u otros bienes que se intercambiarán por él y se refleja en el precio, existen varios tipos de precios, como el precio de alzado, fijo, de venta, bruto, de costo, entre otros; estos hacen referencia a las diversas estrategias utilizadas para determinar el valor de un bien o servicio en un mercado. Esencialmente, los precios cumplen dos funciones: una, fijar el precio de los factores, bienes y servicios, y dos, actuar como incentivos para los empresarios y los propietarios de los factores. El mercado se define como el lugar donde se venden y compran bienes, servicios y necesidades. En particular, la palabra "precio de venta" se refiere al costo al que se le ha asignado un valor desde un principio a un determinado objeto en venta (Fontaine, 1999).

### **2.2.3. Marco conceptual**

#### **A. Costos de producción**

Villalba et al. (2021) los costos operativos conocidos también como costos de producción basados en el consumo requerido para crear un bien o brindar un servicio Para mantener en operación un determinado plan, perfil de proceso o equipo. La diferencia entre los ingresos (de la demanda de los clientes y otras fuentes de ingresos) y el costo de producción en un negocio típico se conoce como utilidad bruta. Las categorías principales de costos de producción son: los costos directos, también conocidos como variables, están relacionados con la producción, como las materias primas, mientras que los costos indirectos, conocidos también

como costos fijos, son gastos en los que se incurre independientemente de la fuente de ingresos, como los impuestos que debe pagar la edificación.

## **B. Contabilidad de Costos**

La contabilidad de costes equilibra, caracteriza, evalúa, identifica los diversos engranajes de los costes indirectos y directos relacionados al desarrollo y la selección de productos y servicios, y calibra la relevancia de la producción, el valor del producto y la productividad. Debido a la importancia de la contabilidad de costes y al hecho de que se extiende más allá del simple cálculo de costes de productos para la valoración del inventario, los requisitos de información externa son un requisito predominante. El uso de la contabilidad de costes se está alejando de la evaluación de inventarios obsoletos para los planes de información financiera y centrándose en el coste para tomar decisiones futuras. (Gasbarrino, 2022 ).

## **C. Dimensiones de costo de producción**

De acuerdo con Amat y Soldevila (2009):

**Costos Directos o Variables:** Estos precios están claramente relacionados con la productividad de la empresa. Los costos variables aumentarán cuando aumente la producción de la empresa y el costo variable descenderá proporcionalmente al incremento del nivel de productividad de la entidad.

**Costos Indirectos o Fijos:** Representan gastos que son constantes y fundamentales para el funcionamiento básico de una empresa. Independientemente del nivel de producción de su empresa, siempre se deben aceptar o pagar precios fijos.

## **D. Concepto básico de costos**

Se define como coste el valor suministrado por un consumo de elementos de fabricación entre la producción de un bien acabado o un servicio. Es la adición de

la fuerza laboral y riquezas que invierten para la producción de mercancías rentables, por ejemplo, el incremento de harina en la producción de pan tiene una repercusión directa sobre el coste del pan (Rodrigues, 2021).

Según Castellnou (2021), los costos de producción abarcan:

- ❖ **Materia Prima:** Es aquel material extraído de la naturaleza y se usa en el proceso de producción para transformarse en un producto final. El producto finalizado tiene un contenido de varios subproductos y elementos, que ha pasado por varios procesos de transformación permitieron la elaboración del producto final.
- ❖ **Insumos:** Son componentes procesados que ayudan en el desarrollo de un bien o servicio terminado.
- ❖ **Mano de Obra:** Es la representación el precio que efectúa un trabajador por su trabajo físico o mental en la producción de un bien. Los costes asociados al proyecto se desglosan en costes directos e indirectos:
  - ❖ **Mano de obra directa:** Contribuye directamente a la creación de un producto acabado al facilitar la representación de una importante inversión en mano de obra que se destinó a la producción del producto final. Un productor industrial emplea mano de obra para sus operadores de máquinas.
  - ❖ **Mano de obra indirecta:** Esto implica la creación de un bien que no se considera directamente una obra artística. El coste indirecto de la mano de obra se incluye en los gastos generales de fabricación. Los esfuerzos realizados por un jefe de planta son un ejemplo de este tipo de trabajo manual.

- ❖ **Costos Indirectos de Fabricación:** Se crean a partir de acciones que no están directamente involucradas en el desarrollo o producción de un producto. Algunos ejemplos de estos costes indirectos de fabricación son las tasas de recuperación, los costes de energía eléctrica, los costes laborales y la depreciación de la maquinaria y los equipos de fabricación.
- ❖ **Costo:** El costo que interviene en la producción es transferido (capitaliza) al inventario de productos en estado terminado. Además, el coste de los bienes manufacturados viene determinado por los costes de producción necesarios para su creación. Debido a este conocimiento, los bienes producidos tienen integrados los costos y, por esta razón, se ubican en el inventario a medida que se venden los productos producidos. En el balance general se mostrará:
- ❖ **Gasto:** Los costes no se capitalizan como los gastos administrativos y de ventas, sino que, como se ha indicado, se incurre en ellos dentro del periodo de tiempo que figura en los Estados de Ganancias y Pérdidas.
- ❖ **Costo Total:** Indica la totalidad de los costos de una organización. Es posible tratar con el total de costos tanto fijos como variables.
- ❖ **Margen De Contribución:** Es la diferencia que existe entre el crecimiento de las ventas y el costo variable; en otras palabras, es el beneficio de una organización antes de tener en cuenta los costes fijos.

## **E. Características de los Costos**

**Costo Activo.** Es un gasto que se espera que genere dinero en un plazo determinado.

Las mercaderías son un ejemplo.

**Costo Gasto.** Es la contribución que genera ingresos para la organización y, como consecuencia, se obtienen beneficios durante un periodo de tiempo predeterminado. Algunos ejemplos son los salarios administrativos, la publicidad, la amortización de equipos, etc.

**Costo Pérdida.** Se define como un costo que no ha generado los ingresos previstos, por lo que no hay ganancias con las que comparar el rendimiento de la inversión. Por ejemplo, un incendio en un vehículo de la empresa que no estaba asegurado, equipos obsoletos, etc.

#### **F. Precio de venta**

La cantidad de dinero que un cliente debe abonar a un vendedor para obtener un producto o servicio en específico, que puede ser irrelevante o auténtico frente a la necesidad del cliente, se conoce como precio de venta. (Westreicher, 2021).

Es fundamental recordar que en el precio influyen otros muchos aspectos críticos, como las circunstancias del mercado en el que trabaja su empresa, sus principales rivales y, por supuesto, la perspectiva y estabilidad financiera de sus consumidores más frecuentes. (Botin, 2021).

#### **G. Importancia del precio de venta**

Para la economía el valor en los precios de venta es indispensable porque sirve como un umbral financiero que afecta nuestra estimación del valor comercial. Además, es el método más físico de comunicación de la empresa con los clientes (Sánchez, 2021).

En vista que las ventas de la empresa son la única fuente de ingresos, el precio determina el beneficio neto que obtendrá la empresa. En consecuencia, muestra el rendimiento de la inversión en la producción, distribución, comercialización y venta

de un producto. En resumen, este procedimiento decidirá la rentabilidad inmediata y a largo plazo de una empresa. Como resultado de la determinación del precio, la empresa se clasifica como asequible, cara, de baja o alta calidad, modesta u opulenta. Aquí es también donde entran en escena sus competidores, ya que, lo quiera usted o no, la gente se formará un juicio sobre su marca basándose en la comparación, empezando por su precio de venta. (Clavijo, 2022).

## **H. Objetivos del precio de venta**

Los que señala Argudo (2020) son:

**Supervivencia de la empresa:** La feroz rivalidad entre empresas para posicionarse en el mercado puede a veces poner en peligro la viabilidad de una empresa. En consecuencia, las empresas tienen la responsabilidad de fijar sus precios, con la finalidad de cubrir los costes de fabricación y otros gastos, además de cubrir las obligaciones existentes.

**Aumentar la participación del mercado:** La presencia y competitividad de una organización en el mercado se evalúa en relación con la de sus rivales, por lo que reducir los costes de producción, fijar precios competitivos y utilizar estrategias de marketing eficaces puede ayudarla a destacar.

## **I. Factores por considerar a la hora de establecer precio de**

### **ventasFactores internos**

La disminución en los costos de fabricación, las estrategias de fijación de precios competitivos y el despliegue de tácticas de marketing acertadas ayudarán a una organización a destacar entre la competencia, ya que la cuota de mercado se evalúa en comparación con los competidores. (Clavijo, 2022).



## **Factores externos**

Se refiere a elementos externos sobre los que la organización no tiene control. Están relacionados con la economía regional, la situación social y el clima político, la oferta, la demanda del mercado y las condiciones económicas nacionales e internacionales, la normativa fiscal, las convenciones culturales y religiosas, los factores geográficos y las preferencias de los clientes son ejemplos evidentes. (Botin, 2021).

### **2.3. Definición de Términos Básicos**

Algunos conceptos básicos de costos, los mencionan Amat y Soldevila (2009):

**Costos de Producción:** Se crean durante el transcurso del proceso de transformación de las materias primas en productos acabados.

**Costos variables:** Aquellos en los que el coste global fluctúa proporcionalmente con los cambios en el nivel de producción dentro del rango apropiado, mientras que el coste unitario permanece constante.

**Costos Fijos:** Aquellos cuyos costes fijos globales permanecen constantes dentro de un rango razonable de producción, pero cuyos costes fijos por unidad fluctúan con la producción; los costes fijos variarán más allá del rango razonable de producción.

**Materia prima:** Son elementos extraídos de la naturaleza que darán como resultado un bien terminado.

**Mano de Obra:** Se afirma que el esfuerzo se refiere al trabajo físico o mental realizado para producir una cosa o prestar un servicio.

**Mano de Obra Directa:** Refiere al sueldo de trabajadores cuyo desempeño puede considerarse que contribuye al desarrollo de un determinado artículo o servicio se denominan "sueldos de fabricación".

**Mano de Obra Indirecta:** Es el que contribuye a la producción de bienes, es decir, todos los trabajadores de servicios que desempeñan funciones directivas en la actividad productiva, y el personal administrativo que realiza labores indirectas.

**Costos indirectos de fabricación:** Refiere a los costos que se dedican a la inversión de materias primas, otros materiales y mano de obra directa. Por ejemplo, la remuneración de un gestor administrativo, el mantenimiento de la energía, las amortizaciones, los combustibles, los lubricantes, el uso del agua de la planta, etc.

**Precio:** Es el coste asociado a la adquisición de un bien o servicio. La cantidad de bienes ofrecida a los interesados a cambio de las ventajas de obtener o utilizar el bien o servicio suele denominarse precio.

#### **2.4. Hipótesis**

**Hipótesis General:** ¿El costo de producción influye en el precio de venta de la panadería el Trigal 2021 en el distrito de Cajamarca?

Se utiliza el modelo de costos en la panadería el trigal distrito de Cajamarca para la determinación de los costos de producción y precios de venta. Como procedimiento del costo de producción se tiene en cuenta 2 productos de la panadería que han afectado en gran medida la variación de precios de la panadería el Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.

## 2.5. Operacionalización de las variables

**Tabla 1.**

*Matriz de Operacionalización de Variable*

<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Costo de producción</b>	Los costes de producción, también conocidos como costes operativos, son los gastos ocasionados por la producción de una cosa o la prestación de un servicio. (Villalba et al., 2021).	Costos variables	Materia prima Insumos	Cuestionario y guía de análisis documental
		Costos fijos	Mano de obra	
<b>Precio de venta</b>	El precio de venta es la suma de dinero que un consumidor debe pagar al vendedor para obtener un determinado producto, ya sea tangible o intangible (Botin, 2021).	Método basado en coste	Costo unitario	Cuestionario y guía de análisis documental
			Precio de venta Margen de contribución	

## **CAPÍTULO III. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Metodología de la investigación**

#### **3.1.1. Tipo de investigación: Aplicada**

El tipo de investigación fue aplicada, puesto que los resultados que se obtengan en la presente investigación nos permitirán solucionar una problemática, la cual en este caso es la determinación de los precios de la panadería. Además, se intentará establecer el coste de fabricación de dos de los artículos de la empresa y explicar cómo afecta al precio de venta de estos (Hernández y Sampieri, 2019).

#### **3.1.2. Enfoque de la investigación: Cuantitativa**

Según Hernández y Sampieri (2019) se trata de usar los datos recopilados para probar la hipótesis usando cálculo numérico y análisis estadístico. Este tipo de investigación mide la relación entre todos los datos, obteniendo una interpretación precisa del resultado en el proceso. Por lo que esta investigación nos ha permitido conocer a cerca de los costos de producción, para lo cual primero recogimos información que nos ayudó a separar y distribuir los costos según la naturaleza en la que se emplearon para la producción de los productos, de manera que ayude a la empresa tener costos reales de los mismos.

#### **3.1.3. Nivel de la investigación: Descriptiva**

El objetivo de los estudios descriptivos es identificar rasgos, características y perfiles significativos de individuos, grupos, colectivos o cualquier otro sujeto de análisis (Hernández y Sampieri, 2019).

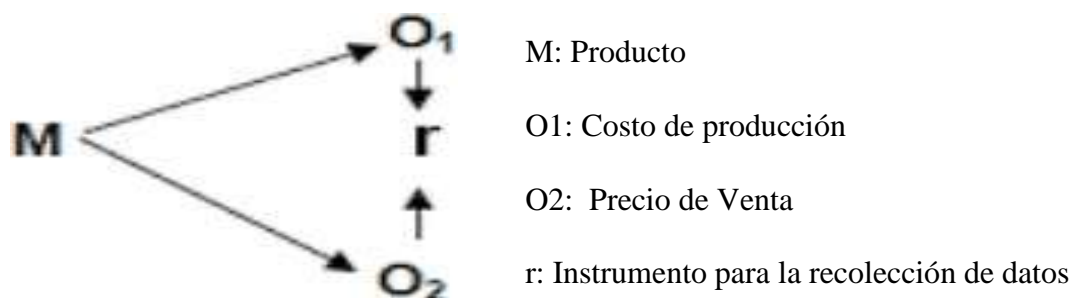
En otras palabras, este nivel de investigación permite recopilar datos que deben medirse para caracterizar, evaluar e interpretar sistemáticamente los rasgos de los fenómenos investigados a partir de la actualidad del escenario propuesto. Como

resultado, la investigación detallará la técnica para detectar y determinar los verdaderos costos de la organización, así como la manera en que esto afecta de manera influyente sobre los precios de venta de los productos.

### 3.1.4. Diseño de la investigación: No experimental, con corte transversal

Como explican Hernández y Sampieri (2019) la investigación no experimental, como el mismo nombre señala, se enfoca cuando el investigado no ejerce influencia o modifica ninguna variable, es decir, que estas se encuentran antes, durante y después de la investigación sin alteraciones por parte del investigador. Así mismo, es descriptivo por cuanto describiremos el comportamiento o naturaleza de las variables, y transversal porque recopilaremos datos de un periodo determinado.

Esquema de diseño:



### Unidad de análisis

Está conformada por la panadería “El Trigal” ubicado en el distrito de Cajamarca, periodo 2021.

### 3.1.5. Población

Según Hernández y Sampieri (2019) indica que la población es la acumulación de individuos o la adquisición de características en común, se encuentran en un lugar, territorio, y cambian con el tiempo; en una investigación puede haber un aumento de población, por lo que depende de la complejidad y variedad de los objetivos.

Bajo esta línea, la población se conformó por los colaboradores de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca.

### **3.1.6. Muestra**

Para la construcción de este estudio se creyó conveniente aplicar el método no probabilístico por conveniencia de muestreo de conveniencia, que es un método de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizado principalmente para producir muestras orientadas a la disponibilidad de las cosas o individuos que se incluirán en la muestra (Serrano, 2021). Por lo que la muestra del estudio estuvo conformada por el gerente y el administrador de la panadería, quienes conocen sobre los costos de los productos de esta. Así mismo, por razones de accesibilidad, este estudio se enfocará en los costes de producción de dos servicios de la panadería: el pie de limón y la empanada de pollo, cuyos datos fueron proporcionados por el gerente o propietario de la empresa, y el administrador de esta.

### **3.1.7. Método de investigación**

#### **A. Deductivo**

Este enfoque comienza con la extracción de una conclusión basada en una premisa o conjunto de supuestos que se dan por ciertos. Al usar este método, uno puede pasar de lo general, como leyes o principios, a lo específico, como los hechos de un caso específico (Serrano, 2021).

### **3.1.8. Técnicas, instrumentos de recolección y análisis de datos**

#### **A. Técnicas**

**Entrevista.** Esta técnica nos permite obtener información de cómo es la situación de la panadería por lo que se entrevistó al propietario y al administrador de la empresa, con la finalidad de obtener los costos de manera exacta, y su

administración de la empresa. Esta técnica de investigación permite analizar las opiniones y actitudes de las personas investigadas; sin embargo, es impersonal porque no se requiere la presencia del investigador (Santos, 2022).

**Análisis documental.** Los detalles de la investigación de los productos derivados de este instrumento nos permiten obtener nociones adicionales a cerca de las variables (Vera, 2022).

## **B. Instrumentos de recolección de información**

**Cuestionario.** En esta investigación para la recolección de datos se aplicó esta herramienta conformada por una colección de preguntas que abordan el tema de la investigación, las cuales son presentadas de manera organizada y estructuradas, de acuerdo con un plan predeterminado para que las respuestas brinden toda la información necesaria (Santos, 2022).

**Guía de análisis documental.** Se puede entender como un documento que usa el investigador para obtener datos o información que no abordó en el instrumento principal (Santos, 2022).

## **C. Análisis de datos**

Hernández y Sampieri (2019) este procedimiento incluye contar, elegir, categorizar y organizar la información recopilada en tablas o gráficos de forma organizada. Se ha creído por conveniente hacer el análisis cuantitativo mediante una “Hoja de Cálculo” de Excel en donde hemos plasmado los datos recolectados a través del uso de instrumentos o medios necesarios.

### **3.1.9. Aspectos éticos de la investigación**

El desarrollo de esta investigación cumple con los requerimientos establecidos según las normas APA de la séptima edición, por lo que, muestra la intención de

respetar los derechos de autor a través de las citas mencionadas en este documento. Así mismo, se actuó de acuerdo con la ética profesional aplicando los principios de discreción para la obtención de información, con la finalidad de no causar ningún daño o perjuicio a la empresa objeto del presente estudio.



## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados.**

#### **4.1.1. De acuerdo con el Objetivo Específico N.º 01 Describir la situación actual referente al cálculo de los costos y de los precios de venta de dos productos de la panadería El Trigal, Cajamarca - 2021.**

La empresa panadería El Trigal, ubicada en la urbanización El Ingeniero – Jr. Los Pinos 242, distrito, provincia y departamento de Cajamarca, con RUC N.º 20453308775; cuyo representante legal es la propietaria, Vigo Rojas Cinthya Araceli. La panadería “El Trigal” inició sus operaciones en el año 1995, y se estableció a través de los años como la principal comercializadora y distribuidora de panes en Cajamarca. Sus consumidores finales son el público en general, y otros grandes clientes como la beneficencia pública de Cajamarca y Metro.

Para la producción de sus productos, la empresa cuenta con diferentes procesos como: tajadora de pan; recojo y provisión de materias primaria; selladora de polietileno; almacenamiento de producto terminado; selladora para cintas despacho. La producción es de domingo a viernes, contando con 8 colaboradores que rotan en la semana, la mitad del personal trabaja en la modalidad diurna y la otra mitad en la modalidad nocturna. Dado que la panadería produce 10 artículos distintos, cada producto corresponde a un determinado método de producción, lo que define su singularidad; no obstante, en aras de este estudio, nos centraremos en los siguientes productos: pie de limón y empanadas de pollo.

Donde los costos de producción influyen como factor determinante para la fijación del precio de venta de los 2 productos estimados, ya que los costos incluyen todos los gastos y recursos necesarios para la elaboración de los productos, (ingredientes, mano de obra, energía eléctrica, alquiler del local), información recolectada que le

permitirá al propietario apreciar el nivel de costo de la producción de cada producto, consolidando sus cálculos empíricos a partir de su experiencia registrada, estableciendo precios según su competencia, sino teniendo en cuenta sus propios costos, los costos también influirán en los estados de información financiera, reflejando datos reales de los costos de producción y de venta, lo cual mejorara la capacidad para tomar decisiones adecuadas.

La falta de información organizada y estructurada para tomar diversas decisiones es un problema frecuente en muchas empresas, que coincide con la problemática formulada en la investigación de Díaz (2019), en donde explica que las Mypes establecen sus precios basándose en los de la competencia, por lo que no poseen información confiable de los costos en los que han incurrido para producir sus productos, lo que conlleva una incorrecta fijación del precio de venta. Es decir, que estas empresas incurren en un método de costeo objetivo, el cual determina sus costos en base al importe objetivo que los clientes están puestos a abonar por obtener su producto o servicio.

#### **4.1.2. De acuerdo con el Objetivo Específico N.º 02 Determinar los costos de producción de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.**

En la búsqueda de determinar cuáles son los costos de producción de los productos de la panadería el Trigal, se plantea exponer, de manera detallada, los indicadores de sobre las materias primas necesarias para la elaboración de ambos productos, así como las cantidades y unidades de medida según corresponda, no obstante, esto permitirá tener una visión mucho más acertada sobre la determinación de costos que posea la empresa.

#### **Producción de materias primas de la Panadería el Trigal**

**Tabla 2***Producción de materias primas de la Panadería el Trigal*

	<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
1	Empanada de Pollo	1600 unidades	17%
2	Pie de Limón	1200 unidades	13%
3	Resto de productos	6600 unidades	70%
	<b>Total</b>	<b>9400 unidades</b>	<b>100%</b>

Según la tabla 2, se muestra la proporción de participación de las dos materias primas que comercializa la panadería El Trigal, en función al resto de productos no representativos, donde se aprecia, las cantidades comercializadas en torno a la producción promedio mensual donde expone que el Pie de Limón y la empanada de Pollo, poseen mayores índices de demanda en la panadería, representando 17% y 13% un 30% en su producción mensual.

**Tabla 3.***Proporción de Horas laborales asignadas al personal*

<b>Personal</b>	<b>Horas de trabajo</b>	<b>Días por semana</b>	<b>Horas semanales</b>	<b>Horas mensuales</b>
Maestro panadero	8 h	6 d	48 h	192 h
Ayudante	8 h	6 d	48 h	192 h

Según la tabla 3, se muestra las horas trabajadas correspondientes a cada trabajador, en la jornada diaria, habitualmente se cumplen 8 horas diarias, con una rotación de 6 días a la semana haciendo un total de 48 horas semanales, ascendiendo a un total 192 horas al mes.

**Tabla 4.***Tiempos de preparación sobre cada producto*

<b>Productos</b>	<b>Preparado</b>	<b>Horneado</b>	<b>Extra</b>	<b>Total</b>
Empanada de pollo	40 min	20 min	0 min	1 hora
Pie de Limón	55 min	10 min	20 min	1h 20 min

Como se muestra en la Tabla 4, se disponen los tiempos habituales que transcurren en la preparación de ambos productos de la Panadería el Trigal, correspondientemente la suma de los tiempos que transcurren respecto al producto,

empanada de pollo, se contempla un total de 1 hora, por otra parte, observamos que el pie de limón tiene un tiempo de preparación de 1 hora y 10 minutos.

**Tabla 5.**

*Capacidad de producción del personal sobre las materias primas*

<b>Personal</b>	<b>Horas de trabajo</b>	<b>Productos</b>	<b>Tiempo por producto</b>	<b>Unidades</b>
Maestro panadero & Ayudante	8 h	Empanada de pollo	1h	54 empanadas de pollo diarias
Maestro panadero & Ayudante	8 h	Pie de Limón	1h 10 min	40 pies de limón diario

Lo que explica la Tabla 5, es la proporción que existe entre el tiempo que demora cada producto respecto a su elaboración con la capacidad de producción en horas, por parte del personal, logrando una capacidad de producción de 54 empanadas de pollo por día y al mes un total de 1600, por otra parte, tenemos la producción de pie de limón, que ronda las 40 unidades diarias, haciendo un total de 1200 unidades mensuales.

Para la descripción del uso de la materia prima necesaria para la elaboración de ambos productos, se toma como referencia un mes promedio, enfocado en las cantidades necesarias indispensables para la fabricación de mercancías.

Se toma en cuenta los costos de mano de obra directa y los costos de mano de obra indirecta que corresponden a salarios y servicios, cuyos desembolsos son fijos y no varían según las unidades producidas, se consideró la asignación de estos costos de acuerdo con los 10 productos diferentes que ofrece la panadería. Así mismo, con respecto a los salarios se tomó en cuenta que, en el año, los desembolsos corresponden a 12 salarios en total, el cual se dividió en función de los 12 meses del año.

## Distribución de gastos sobre el producto, pie de limón

**Tabla 6.**

*Materiales directos a nivel individual para la producción del pie de limón*

<b>RECETA PIE DE LIMÓN</b>				
<b>1 UNIDAD</b>				
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	
Galleta de vainilla molida	gr	250	S/	3.40
Margarina	gr	100	S/	2.10
Azúcar	gr	350	S/	1.90
Sal	gr	10	S/	0.20
Huevos	unid	8	S/	6.40
Leche condensada	ml	250	S/	5.00
Limón	unid	5	S/	6.00
Vainilla	ml	6	S/	0.20
<b>TOTAL</b>			S/	25.20

Según la Tabla 6, la información recogida, la rotación sobre el primer producto, en 1200 producidas por mes, se desglosan las divisiones de costos unitarios, contemplando un costo de S/ 25.20 por unidad, respecto a las materias primas.

**Tabla 7.**

*Materiales directos a nivel individual para la producción del merengue del pie de limón*

<b>RECETA MERENGUE PARA PIE DE LIMÓN</b>				
<b>1 UNIDAD</b>				
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	
Azúcar	gr	400	S/	2.20
Agua	ml	125	S/	0.20
Vainilla	ml	28	S/	0.93
<b>SUMA</b>			S/	3.33

Según las Tablas 6 y 7, de la información recogida, se estima que los costos que intervienen en su producción referente a materiales directos ascienden a S/25.20, por parte del pie, y S/ 3.33 para el merengue, haciendo un costo por unidad respecto a materiales de S/ 28.53.

**Tabla 8.***Materia prima promedio mensual requerida para el pie de limón*

<b>RECETA PIE DE LIMÓN</b>		
<b>1200 UNIDADES</b>		
Materia prima	Cantidad	Unidad de medida
Galleta de vainilla molida	300	kg
Huevos	6000	unid
Azúcar	420	kg
Sal	12	kg
Margarina	72	kg
Vainilla	7.2	litros
Leche condensada	300	litros
Limón	6000	unid

Según la Tabla 8, la información recogida, la rotación sobre el primer producto es de 300 unidades por semana, por lo que se estima que son 1200 unidades de pie de limón producidos por mes. Se muestran las cantidades de los insumos directos usados al mes para elaborar este producto.

**Tabla 8.***Materiales Directos para la tarta de pie de limón en un mes*

<b>RECETA PIE DE LIMÓN</b>					
<b>PIE DE LIMÓN</b>					
N.º	Materia prima	Cantidad	Unidad de medida	Total	
1	Galleta de vainilla molida	300	Kg	S/	4,080.00
2	Margarita	72	Kg	S/	2,520.00
3	Azúcar	420	Kg	S/	2,280.00
4	Sal	12	Kg	S/	24.00
5	Huevos	9600	Unid	S/	7,680.00
6	Leche condensada	300	Litros	S/	6,000.00
7	Limón	6000	Unid	S/	7,200.00
8	Vainilla	7.2	Litros	S/	240.00
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS VARIABLES</b>					<b>S/30,024.00</b>

**Tabla 9.***Materiales Directos para el merengue de pie de limón en un mes*

<b>RECETA MERENGUE PARA PIE DE LIMÓN</b>				
<b>1200 UNIDADES</b>				
Materia prima	Unidad de medida	Cantidad	Costo	
Azúcar	Kg	480	S/	2,640.00
Agua	Lt	150	S/	240.00
Vainilla	Lt	33.6	S/	1,116.00
<b>SUMA</b>				<b>S/ 3,996.00</b>

Según lo mostrado en la Tabla 9 y 10, es posible deducir y calcular los costos directos de la elaboración de 1200 unidades de pie de limón en un mes, que da como resultado S/30,024.00 por parte del costo de la tarta, y S/3,996.00 por parte del merengue, ascendiendo a un total de S/34,020.00.

**Tabla 10**

*Costo de mano de obra directa por unidad del Pie de Limón*

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
<b>Función</b>	<b>Capital Humano</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Mano de obra mensual</b>	<b>Mano de obra por unidad</b>	
Maestro panadero	1	S/ 1,400.00	S/ 182.00	S/ 0.15	
Ayudante	1	S/ 1,100.00	S/ 143.00	S/ 0.12	
Ayudante	1	S/ 1,100.00	S/ 143.00	S/ 0.12	
Ayudante/chofer	1	S/ 1,400.00	S/ 182.00	S/ 0.15	
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 0.54</b>	

Según lo mostrado en la Tabla 11, es posible deducir y calcular la mano de obra directa de la elaboración por unidad de pie de limón, que da como resultado S/0.54, donde se contemplan costos del personal que interviene directamente con la producción de materias primas de la panadería el Trigal, otorgando un sueldo de S/ 1,100.00 para los ayudantes, más una bonificación de S/ 300.00, para uno de ellos que cumple la función extra de chofer.

**Tabla 11**

*Costo de mano de obra indirecta por unidad del Pie de Limón*

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>					
<b>Función</b>	<b>Capital Humano</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Mano de obra indirecta mensual</b>	<b>Mano de obra indirecta por unidad</b>	
1 Vendedor	1	S/ 1,025.00	S/ 133.25	S/ 0.11	
2 Vendedor	1	S/ 1,025.00	S/ 133.25	S/ 0.11	
3 Gerente	1	S/ 1,600.00	S/ 208.00	S/ 0.17	
4 Contador	1	S/ 1,450.00	S/ 188.50	S/ 0.16	
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 0.55</b>	

Como se muestra en la Tabla 12, es posible deducir y calcular la mano de obra indirecta de la elaboración por unidad de pie de limón, que da como resultado S/0.55, donde se contemplan costos del personal y agentes participantes que no

interfieren de forma directa sobre la producción de materias primas de la panadería el Trigal.

**Tabla 12**

*Costo fijo para la producción Unitaria de Pie de Limón*

<b>COSTO FIJO</b>			
Función	Costo	Costo fijo mensual	Costo fijo por unidad
1 Depreciación	S/ 590.00	S/ 76.70	S/ 0.06
2 Agua	S/ 350.00	S/ 45.50	S/ 0.04
3 Luz	S/ 390.00	S/ 50.70	S/ 0.04
4 Combustible	S/ 1,200.00	S/ 156.00	S/ 0.13
5 Teléfono/internet	S/ 70.00	S/ 9.10	S/ 0.01
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 0.28</b>

Según lo mostrado en la Tabla 13, se exponen los costos fijos que no son sensibles a la variación del producto pero que poseen relevancia sobre los costos de elaboración por unidad de pie de limón, que da como resultado S/0.28.

**Tabla 13.**

*Materiales indirectos para la producción Unitaria de Pie de Limón*

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>						
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total por mes	Materiales indirectos por unidad	
Tocas de cocina	Unidades	100	S/ 0.55	S/ 55.00	S/ 0.05	
Guantes	Unidades	100	S/ 0.60	S/ 60.00	S/ 0.05	
Mandil	Unidades	3	S/ 16.00	S/ 48.00	S/ 0.04	
Mascarilla	Unidades	100	S/ 0.80	S/ 80.00	S/ 0.07	
Gel desinfectante	Unidades	2	S/ 18.90	S/ 37.80	S/ 0.03	
Jabón líquido	Unidades	2	S/ 14.50	S/ 29.00	S/ 0.02	
Papel toalla	Unidades	4	S/ 5.90	S/ 23.60	S/ 0.02	
Paños amarillos	Unidades	12	S/ 1.60	S/ 19.20	S/ 0.02	
Alcohol	Unidades	2	S/ 22.40	S/ 44.80	S/ 0.04	
Base de repostería	Unidades	1200	S/ 1.60	S/ 1,920.00	S/ 1.60	
Poet	Unidades	4	S/ 9.10	S/ 36.40	S/ 0.03	
<b>TOTAL</b>					<b>S/ 1.96</b>	



Según lo mostrado en la Tabla 14, se exponen los materiales indirectos, que no intervienen directamente en la elaboración del producto, pero, que, si poseen relevancia sobre los costos de producción, ascendiendo a un costo que da como resultado S/1.96 por cada unidad de pie de limón.

**Tabla 14**

*Resumen del cálculo de costos mensual*

<b>CALCULO DE COSTOS</b>			
MATERIALES DIRECTOS		S/	28.53
MANO DE OBRA DIRECTA		S/	0.54
MANO DE OBRA INDIRECTA		S/	0.55
MATERIALES INDIRECTOS		S/	1.96
COSTO FIJO		S/	0.28
TOTAL		S/	31.87
<b>TOTAL COSTO - MES</b>	1200	S/	38,240.80

En la Tabla 15, se exponen los cálculos de costos para la producción de pie de limón, de esta manera, se determina que el costo total mensual por producir pie de limón con un total de S/ 38,240,80 y un costo por unidad S/ 31.87.

**Tabla 15**

*Tipos de presentación del Pie de Limón*

<b>PIE DE LIMÓN</b>		<b>PRECIO DE VENTA c/ú</b>		<b>PRECIO TOTAL</b>	
1 kg		S/	36.50	S/	36.50
200 gr	200 gr	S/	8.50	S/	42.50

En la Tabla 16, se exponen los tipos de presentaciones que corresponden al pie de limón, donde originalmente su presentación es de 1 kg con un precio de venta de S/36.50, que en todo caso puede ser dividido en porciones de 200 gr, que asuman un precio de venta de S/. 8.50, en tanto así que este pueda tener una valoración con mejor índice de ganancia, generando S/ 6.00 de ganancia extra de lo habitual.

## Distribución de gastos sobre el producto, empanada de pollo

**Tabla 16.**

*Materia prima a nivel individual para la producción de la empanada de pollo*

<b>RECETA EMPANADA DE POLLO</b>				
<b>1 UNIDAD</b>				
Materia prima	Unidad de medida	Cantidad	Costo	
Pollo	gr	50	S/	0.90
Manteca	gr	12	S/	0.44
Sal	gr	8	S/	0.01
Harina	gr	50	S/	0.28
Azúcar	gr	8	S/	0.16
Huevos	unid	1	S/	0.01
Cebolla	gr	20	S/	0.40
Ajo	gr	5	S/	0.35
Ají panca molido	gr	5	S/	0.07
Aceite	ml	6	S/	0.34
<b>TOTAL</b>			S/	2.96

Según la Tabla 17, en base a la información recogida, se estima que los costos que intervienen en su producción referente a materiales directos ascienden a S/2.96.

**Tabla 17.**

*Materia prima mensual de las empanadas de pollo*

<b>RECETA DE EMPANADA DE POLLO</b>		
<b>1600 UNIDADES</b>		
Materia prima	Cantidad	Unidad de medida
Pollo	80	kg
Manteca	19.20	kg
Sal	12.8	kg
Harina	80	kg
Azúcar	12.8	kg
Huevos	1600	und
Cebolla	32	kg
Ajo	8	kg
Ají panca molido	8	kg
Aceite	9.6	lt

Como se muestra en la Tabla 18, la estimación de la rotación de empanadas de pollo es de 400 unidades en una semana, lo que serían 1600 unidades al mes. En el siguiente cuadro se exponen las cantidades de los insumos directos empleados al mes para elaborar este producto.

**Tabla 18***Materiales Directos de la empanada de pollo en un mes*

<b>CÁLCULO DE COSTOS DIRECTOS</b>				
<b>EMPANADA DE POLLO</b>				
N°	Materia prima	Cantidad	Unidad de medida	Total
1	Pollo	80	kg	S/ 1,440.00
2	Manteca	19.2	kg	S/ 700.00
3	Sal	12.8	kg	S/ 16.00
4	Harina	80	kg	S/ 450.00
5	Azúcar	12.8	kg	S/ 250.00
6	Huevos	1600	unid	S/ 20.00
7	Cebolla	32	kg	S/ 640.00
8	Ajo	8	kg	S/ 560.00
9	Ají panca molido	8	kg	S/ 110.00
10	Aceite	9.6	lt	S/ 550.00
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS VARIABLES</b>				<b>S/ 4,736.00</b>

Según lo mostrado en la Tabla 19, es posible deducir y calcular los costos directos de la elaboración de 1600 unidades de empanada de pollo, que da como resultado S/4,736.00.

**Tabla 19***Costo de mano de obra directa por unidad de las empanadas de pollo*

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
<b>Función</b>	<b>Capital Humano</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Mano de obra mensual</b>	<b>Mano de obra por unidad</b>
Maestro panadero	1	S/ 1,400.00	S/ 238.00	S/ 0.149
Ayudante	1	S/ 1,100.00	S/ 187.00	S/ 0.117
Ayudante	1	S/ 1,100.00	S/ 187.00	S/ 0.117
Ayudante/chofer	1	S/ 1,400.00	S/ 238.00	S/ 0.149
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 0.53</b>

Según lo mostrado en la Tabla 20, es posible deducir y calcular la mano de obra directa de la elaboración por unidad de empanada de pollo, que da como resultado S/0.53, donde se contemplan costos del personal que interviene directamente con la producción de materias primas de la panadería el Trigal, otorgando un sueldo de S/ 1,100.00 para los ayudantes, más una bonificación de S/ 300.00, para uno de ellos que cumple la función extra de chofer.

**Tabla 20***Costo de mano de obra indirecta por unidad de las empanadas de pollo*

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>				
Función	Capital Humano	Sueldo	Mano de obra indirecta mensual	Mano de obra indirecta por unidad
1 Vendedor	1	S/ 1,025.00	S/ 174.25	S/ 0.11
2 Vendedor	1	S/ 1,025.00	S/ 174.25	S/ 0.11
3 Gerente	1	S/ 1,600.00	S/ 272.00	S/ 0.17
4 Contador	1	S/ 1,450.00	S/ 246.50	S/ 0.15
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 0.54</b>

Como se muestra en la Tabla 21, es posible deducir y calcular la mano de obra indirecta de la elaboración por unidad de empanada de pollo, que da como resultado S/0.54, donde se contemplan costos del personal y agentes participantes que no interfieren de forma directa sobre la producción de materias primas de la panadería el Trigal.

**Tabla 21***Costo fijo para la producción de empanada de pollo*

<b>COSTO FIJO</b>				
Función	Costo	Costo fijo mensual	Costo fijo por unidad	
1 Depreciación	S/ 590.00	S/ 100.30	S/ 0.06	
2 Agua	S/ 350.00	S/ 59.50	S/ 0.04	
3 Luz	S/ 390.00	S/ 66.30	S/ 0.04	
4 Combustible	S/ 1200.00	S/ 204.00	S/ 0.13	
5 Teléfono/internet	S/ 70.00	S/ 11.90	S/ 0.01	
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 0.28</b>	

Según lo mostrado en la Tabla 22, se exponen los costos fijos que no son sensibles a la variación del producto pero que poseen relevancia sobre los costos de elaboración por unidad de empanada de pollo, que da como resultado S/0.28.

**Tabla 22.***Materiales indirectos para la producción empanada de pollo*

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>							
<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>		<b>Total por mes</b>	<b>Materiales indirectos por unidad</b>	
Tocas de cocina	Unidades	100	S/	0.55	S/	55.00	S/ 0.03
Guantes	Unidades	100	S/	0.60	S/	60.00	S/ 0.04
Mandil	Unidades	3	S/	16.00	S/	48.00	S/ 0.03
Mascarilla	Unidades	100	S/	0.80	S/	80.00	S/ 0.05
Gel desinfectante	Unidades	2	S/	18.90	S/	37.80	S/ 0.02
Jabón liquido	Unidades	2	S/	14.50	S/	29.00	S/ 0.02
Papel toalla	Unidades	4	S/	5.90	S/	23.60	S/ 0.01
Paños amarillos	Unidades	12	S/	1.60	S/	19.20	S/ 0.01
Alcohol	Unidades	2	S/	22.40	S/	44.80	S/ 0.03
Servilletas	Ciento	16	S/	1.20	S/	19.20	S/ 0.01
Poet	Unidades	4	S/	9.10	S/	36.40	S/ 0.02
<b>TOTAL</b>							<b>S/ 0.28</b>

Según lo mostrado en la Tabla 23 se exponen los materiales indirectos, que no intervienen directamente en la elaboración del producto, pero, que, si poseen relevancia sobre los costos de producción, ascendiendo a un costo que da como resultado S/0.38 por cada unidad de empanada de pollo.

**Tabla 24***Resumen del cálculo de costos mensual*

<b>CALCULO DE COSTOS</b>			
MATERIALES DIRECTOS			S/ 2.96
MANO DE OBRA DIRECTA			S/ 0.53
MANO DE OBRA INDIRECTA			S/ 0.54
MATERIALES INDIRECTOS			S/ 0.28
COSTO FIJO			S/ 0.28
TOTAL			S/ 4.59
TOTAL COSTO POR MES	1600		S/ 7,348.00

En la Tabla 24, se exponen los cálculos de costos para la producción de empanada de pollo, de esta manera, se determina que el costo total mensual por producir este producto es un total de S/. 7,348.00 y a nivel de unidad un valor de S/4.59.

**Tabla 23.***Depreciación anual de maquinaria y equipo*

Maquinaria	Cantidad	Valor de compra	Monto acumulado	% sobre el valor	Depreciación Anual
Horno	1	S/ 20,000.00	S/20,000.00	20%	S/ 4,000.00
Mescladora de masa	2	S/ 5,000.00	S/10,000.00	10%	S/ 1,000.00
Amasadora	2	S/ 4,000.00	S/ 8,000.00	10%	S/ 800.00
Batidora	2	S/ 4,000.00	S/ 8,000.00	10%	S/ 800.00
Mostradores	2	S/ 1,200.00	S/ 2,400.00	10%	S/ 240.00
Andamios	2	S/ 1,200.00	S/ 2,400.00	10%	S/ 240.00
<b>TOTAL</b>					S/ 7,080.00

Como se muestra en la Tabla 25, se aplica el cálculo de depreciación sobre la maquinaria y equipo en función a al descuento del 20% y 10% según lo establecido en el portal de SUNAT, otorgándonos un cálculo ponderado de S/. 7,080.00.

DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
	12 MESES
	S/ 7,080.00
	12 MESES
	S/ 590.00
DEPRECIACIÓN DIARIA	DEPRECIACIÓN MENSUAL
	30 DÍAS
	S/ 590.00
	30 DÍAS
	S/ 19.67

De la tal forma se aplica el cálculo divisorio entre los 12 meses del año, para subdividir el promedio de depreciación mensual obteniendo un total de S/. 590.00, en tal forma se aplica un cálculo diario sobre la división en promedio de 30 días obteniendo un total de total S/. 19.67.

**4.1.3. De acuerdo con el Objetivo Específico N.º 03 Examinar el costo de producción y precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.**

**Escenario neutral**

Teniendo en cuenta que el precio establecido del pie de limón entero es de S/. 36.50 la unidad, y de las empanadas de pollo, S/.5.50, se pudo determinar el margen de ingreso de este producto en un mes considerando que se vendieron todas las unidades producidas.

**Tabla 24.**

*Margen de ganancia mensual del pie de limón*

<b>COSTO TOTAL</b>		S/		38,240.80
<b>PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA</b>				
<b>PIE DE LIMÓN</b>				
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad		Venta total
1200	1	S/	36.50	S/ 43,800.00
<b>UTILIDAD</b>				S/ 5,559.00
<b>MARGEN DE GANANCIA</b>				13%

Según la Tabla 26, con el precio de venta actual del pie de limón que ronda los s/. 36.50 la empresa tiene un margen de ganancia del 13% de este producto, el cual representa el dinero que dispone la empresa después de cubrir los costos y gastos de producción, siendo un escenario neutral donde el margen de ganancia es mínimo y los costos se mantienen.

**Tabla 25.**

*Margen de ganancia mensual de las empanadas de pollo*

<b>COSTO TOTAL</b>		S/		7,348.00
<b>PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA</b>				
<b>EMPANADA DE POLLO</b>				
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad		Venta total
1600	1	S/	5.50	S/ 8,800.00
<b>UTILIDAD</b>				S/ 1,452.00
<b>MARGEN DE GANANCIA</b>				17%

Como se muestra en la Tabla 27, el precio final actual de las empanadas de pollo, favorece a la institución, la cual obtiene un margen de ganancia del 17 %, por la comercialización de todas las unidades producidas de este producto en un mes, manteniendo su costo de adquisición para la producción y los niveles de contribución.

### Escenario Pesimista

Para el cálculo de la inflación, se toma como referencia el porcentaje dispuesto Por el Banco central de Reserva del Perú (2023) , a la fecha Abril del 2023, siendo un valor promedio de inflación de 7.97%, cabe mencionar que este valor se usara como tasa de referencia para el cálculo de la variación económica de los escenarios dispuestos para los dos productos de la Panadería.

**Tabla 26.**

*Costo y margen de ganancia del pie de limón en un escenario pesimista*

<b>ESCENARIO PESIMISTA - COSTO DEL PIE DE LIMÓN</b>					
Inflación de costos: 7.97%					
<b>COSTO TOTAL</b>				S/	41,288.59
<b>PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA - PIE DE LIMÓN</b>					
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad		Venta total	
1200	1	S/	39.41	S/	47,290.86
<b>UTILIDAD</b>				S/	6,002.26
<b>MARGEN DE GANANCIA</b>				13%	

Como se muestra en la Tabla 28, en un escenario pesimista, en donde el costo de producir pie de limón sufre una inflación o aumento del 7.97%, la empresa frente a estos nuevos costos de adquisición, tendría que establecer nuevo precio de venta, de S/39.41 para obtener el margen de ganancia habitual de la organización. Es decir, el precio final aumentaría en S/. 2.91, que indicaría un riesgo de pérdida en el nivel de ventas frente a los precios de la competencia.



**Tabla 27.***Costo y margen de ganancia de empanadas de pollo en un escenario pesimista*

<b>ESCENARIO PESIMISTA - COSTO EMPANADAS DE POLLO</b>					
Inflación de costos: 7.97%					
COSTO TOTAL				S/	7,993.64
PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA					
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad		Venta total	
1600	1	S/	5.94	S/	9,501.36
UTILIDAD				S/	1,567.724
ARGEN DE GANANCIA					

Según la Tabla 29. Mientras, que el costo de las empanadas de pollo tras un aumento de inflación del 7.97 %, ascendería a S/. 5.94 sobre el valor del producto en el escenario pesimista, costos que influyen en el precio del producto viéndose en la obligación de incrementar en S/. 0.44, de igual forma con un riesgo de pérdida frente a la competencia.

### Escenario Optimista

Para el cálculo de la deflación, se toma como referencia el porcentaje dispuesto Por el Banco central de Reserva del Perú (2023) , a la fecha Abril del 2023, siendo un valor promedio de deflación de 7.97%, cabe mencionar que este valor se usara como tasa de referencia para el cálculo de la variación económica de los escenarios dispuestos para los dos productos de la Panadería.

**Tabla 28.***Costo y margen de ganancia del pie de limón en un escenario optimista*

<b>ESCENARIO OPTIMISTA - COSTO DEL PIE DE LIMÓN</b>					
Deflación de costos: 7.97%					
COSTO TOTAL				S/	35,193.01
PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA					
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad		Venta total	
1200	1	S/	33.59	S/	40,309.14
UTILIDAD				S/	5,116.13
MARGEN DE GANANCIA					13%

En un escenario pesimista, como se muestra en la Tabla 30, donde se reduce el costo de producción del pie de limón y se sufra una deflación o disminución del 7.97%, estos nuevos costos para la empresa influirían en establecer un nuevo precio de venta, de S/ 33.59, utilizando ingredientes de alta calidad para producir productos más gourmet, sin incrementar el costo de producción, para obtener un el margen de sobre lo habitual. Es decir, el costo de venta disminuyó S/.2.91, sin correré riesgo de pérdida en sus ventas.

**Tabla 29.**

*Costo y margen de ganancia de empanadas de pollo en un escenario optimista*

<b>ESCENARIO OPTIMISTA - COSTO DE EMPANADAS DE POLLO</b>			
Deflación de costos: 7.97%			
COSTO TOTAL			S/ 6,762.36
PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA			
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad	Venta total
1600	1	S/ 5.06	S/ 8,098.64
UTILIDAD			S/ 1,336.28
MARGEN DE GANANCIA			17%

Como se muestra en la Tabla 31, el costo de las empanadas de pollo se ve afectado tras una deflación del 7.97 %, originando un decrecimiento positivo de S/. 0.44 en su costo de producción para la determinación del precio de venta, generando un margen de ganancia sobre el habitual de 17%, sin riesgo de pérdida frente a la competencia.

Del análisis presentado, podemos afirmar que los costos de producción tienen influencia directa sobre la determinación de los precios ya que a mayor costo de producción reduce el margen de ganancia de estos dos productos de la empresa. Así mismo, como señala Córdoba y Moreno (2017), tras el cálculo de costos de producción, el gerente o propietario puede establecer un margen porcentual de ganancia que se desea obtener por la venta de sus productos.

## Escenarios para la venta de Pie de Limón por unidades

### Escenario neutral

Teniendo en cuenta que el precio establecido del pie de limón entero es de S/. 36.50 la unidad equivalente a 1 kg, se simulan los precios de venta que adquiere el producto en presentaciones de 200 gr, otorgando un valor de S/ 6 extra sobre el producto completo y un S/ 1.20 por cada unidad vendida, al igual que los escenarios anteriores el precio se pudo determinar el margen de ingreso de este producto en un mes considerando que se vendieron todas las unidades producidas.

**Tabla 30.**

*Margen de ganancia mensual del pie de limón por unidades*

<b>COSTO TOTAL</b>		S/ 38,240.80	
<b>PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA</b>			
<b>PIE DE LIMÓN</b>			
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad	Venta total
1200	1	S/ 42.50	S/ 51,000.00
<b>UTILIDAD</b>			S/ 12,759.00
<b>MARGEN DE GANANCIA</b>			25%

Según la Tabla 32, con el precio de venta actual del pie de limón por unidades que ronda los s/. 42.50 la empresa tiene un margen de ganancia del 25 % de este producto, el cual representa el dinero que dispone la empresa después de cubrir los costos y gastos de producción, en un escenario neutral, evidenciando que por medio de la venta del pie por unidades se genera un ingreso extra de S/ 1.20 por cada unidad de 200 gr, haciendo un total de S/ 6.00 soles por las 5 unidades vendidas, y un total de S/ 7,200.00 por los 1200 pies vendidos, no existiendo riesgo de elevación de costos que alteren el valor venta del producto.

## Escenario Pesimista

**Tabla 31.**

*Costo y margen de ganancia del pie de limón por unidades en un escenario pesimista*

<b>ESCENARIO PESIMISTA - COSTO DEL PIE DE LIMÓN</b>			
Inflación de costos: 7.97%			
COSTO TOTAL			S/ 41,288.59
<b>PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA - PIE DE LIMÓN</b>			
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad	Venta total
1200	1	S/ 45.89	S/ 55,064.70
UTILIDAD			S/ 13,776.10
MARGEN DE GANANCIA			25%

Como se muestra en la Tabla 33, en un escenario pesimista, en donde el costo de producir pie de limón sufre una inflación o aumento del 7.97%, la empresa tendría que establecer nuevo precio de venta, de S/.45.89 frente a los nuevos costos de adquisición para la producción a fin de obtener el margen de ganancia habitual para la empresa. Es decir, el precio final aumentaría en S/. 3.39, precio que la competencia mejoraría y afectaría al flujo de ventas estimado el producto.

## Escenario Optimista

**Tabla 32.**

*Costo y margen de ganancia del pie de limón por unidades en un escenario optimista*

<b>ESCENARIO OPTIMISTA - COSTO DEL PIE DE LIMÓN</b>			
Deflación de costos: 7.97%			
COSTO TOTAL			S/ 35,193.01
<b>PRECIO Y MARGEN DE GANANCIA</b>			
Unidades producidas	Unidades por cada sol	Precio de venta por unidad	Venta total
1200	1	S/ 39.11	S/ 46,935.30
UTILIDAD			S/ 11,742.29
MARGEN DE GANANCIA			25%

En un escenario pesimista, como se muestra en la Tabla 34, donde se reduce el costo de producción del pie de limón y se sufra una deflación o disminución del 7.97%, esta situación reducirá los costos influyendo en un nuevo precio de venta, de S/ 39.11, para generar una mayor ganancia en la organización. Es decir, el costo de

venta disminuye en S/ 3.39 del precio habitual, lo que genera un beneficio de mayor flujo de ventas casi insuperable por la competencia.

**Tabla 33.**

*Fijación de precios de amos productos, por promedio de competidores*

<b>PRECIOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>			
<b>PANADERÍAS COMPETIDORAS</b>	<b>PIE DE LIMÓN 1 kg</b>	<b>EMPANADA DE POLLO</b>		
La ideal	S/	35.00	S/	6.00
San Antonio	S/	45.00	S/	5.00
Espiga	S/	40.00	S/	5.00
Campos	S/	39.00	S/	6.00
La Cajamarqueza	S/	33.00	S/	5.00
La colmena	S/	30.00	S/	5.50
Panadería casa Dely	S/	37.00	S/	7.00
Panadería Martín	S/	33.00	S/	4.20
<b>PRECIO PROMEDIO</b>	S/	36.50	S/	5.50

En la Tabla 35, se muestra el cálculo por promedio de precios de competidores sobre la comercialización de los mismos productos, donde los costos históricos, más lo de producción y mano de obra, sirven de base para la fijación de precios según la formula, de los costos torales entre las unidades producidas, dando un valor de S/ 36.50 para el Pie de Limón y S/ 5.50 para la empanada de Pollo.

**Tabla 34***Variación de precios ante la aplicación de costos de producción*

Productos	FIJACIÓN DE PRECIOS SIN IMPLEMENTACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN				FIJACIÓN DE PRECIOS CON IMPLEMENTACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Unidades producidas	Precio de venta por unidad	Venta total	RENTABILIDAD	Unidades producidas	Precio de venta por unidad	Venta total	RENTABILIDAD
<b>PIE DE LIMÓN</b>	1200	S/ 35.00	S/ 42,000.00	9%	1200	S/ 36.50	S/ 43,800.00	13%
<b>EMPANADA DE POLLO</b>	1600	S/ 5.00	S/ 8,000.00	8%	1600	S/ 5.50	S/ 8,800.00	17%

Del análisis presentado en la tabla 36, podemos encontrar la variación de precios existente ante la aplicación de costos de producción (disminuidos o elevados), donde se puede evidenciar niveles de baja y nula rentabilidad que existe respecto a los dos productos comercializados, en tanto podemos observar que posterior a ello encontramos un escenario justificado en base a los costos de producción que incurren en la transformación de las materias primas, donde es posible apreciar la rentabilidad adecuada en función al flujo de ventas a efectuar de cada producto.

#### **4.1.4. Procedimiento de contraste de Hipótesis**

Se propuso una hipótesis general de trabajo como parte del proceso de investigación, a fin de poder identificar y comprobar la influencia de los costos de producción sobre el precio de venta de la panadería, el trigal del distrito de Cajamarca 2021.

Para el contraste de la hipótesis se desarrollaron objetivos enfocados en la problemática de la empresa, los cuales permitieron analizar si la empresa utiliza un modelo de costos de manera independiente para cada producto que elabora la entidad, a través de la descripción actual, la determinación y examinación de la producción y precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.

Del análisis presentado, en base a los objetivos, podemos afirmar que “el costo de producción tiene influencia directa sobre la determinación de los precios de los dos productos de la panadería, según los costos (fijos-directos-indirectos-variables), mano de obra empleada, y margen de ganancia estimada por producto para la empresa panadera el trigal del distrito de Cajamarca 2021”. Así mismo, como señala Córdoba y Moreno (2017), tras el cálculo de costos de producción, el gerente o propietario puede establecer un margen porcentual de ganancia que se desea obtener por la venta de sus productos.

#### **4.2. Discusión**

Esta investigación como objetivo general plantea, determinar el costo de producción y su influencia en el precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca en el periodo 2021. Para el

cumplimiento de este objetivo se buscó describir, determinar y examinar la situación actual referente el costo de producción y precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.

Los resultados de la investigación respecto al primer objetivo específico se describió la situación actual referente al cálculo de los costos y de los precios de venta de dos productos de la panadería El Trigal, Cajamarca - 2021.

Demostraron que la panadería El Trigal, no cuenta con un sistema de costos establecidos de cada producto para determinar su precio de venta, lo que influye en la determinación del precio ya que está basada en la experiencia que poseen el gerente de forma empírica y no en los costos reales de los gastos generados en la producción. Este método de determinación del precio de venta no permite conocer con precisión el coste de la inversión en el proceso de producción, no determina el verdadero precio de venta y no garantiza que el margen de beneficio sea el previsto.

Este resultado tiene relación, con la investigación de Alva y Alfaro (2018) denominada, Determinación del costo de producción del pollo a la brasa, a través del costeo ABC y su incidencia en el margen de utilidad bruta, en la pollería El Nuevo Fogón Dorado E.I.R.L de la ciudad de Cajamarca, año 2017, donde se evidenció que problema que presenta la empresa, es que carece de un sistema de costes que le permita hacer un seguimiento de los costes reales necesarios para producir las distintas piezas de pollo a la brasa que ofrece, basándose netamente en la estimación basándonos en la experiencia, para la fijación de los precios de sus productos.



Los resultados de la investigación respecto al segundo objetivo específico que busca determinar los costos de producción de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021. Evidenciaron que los costos de producción tienen influencia significativa en el precio de venta de los productos de la panadería “El Trigal”, dado que el escenario donde los costos de producción tuvieron una inflación del 7.97%, el precio aumentó; y en el escenario donde los costos tenían una deflación del 7.97%, el precio disminuyó, lo que representan un 17% y 13% en su producción mensual, con un costo de S/ 4.59 por unidad las empanadas y por unidad un costo de S/ 31.87 los pies de limón.

Este resultado guarda relación con la investigación de Gastañaga y Fernández (2022) sobre los costos de producción con la rentabilidad de la empresa Willay Telecomunicaciones S.A.C. de Urubamba, periodo 2020 – 2021, quienes indican que los costos de producción afectan significativamente la capacidad de una organización para obtener ganancias, desde el punto de vista de su unidad de estudio en el 2020, los costos de producción promedio fueron de S/. 9125,19, mientras que fueron S/. 6476,37 en 2021, resultando una diferencia de S/. 2648, 82 de un año a otro, como resultado, se evidenció que la rentabilidad de la empresa aumentó en un 2% entre 2020 y 2021, debido a los costos de producción.

Los resultados de la investigación respecto al tercer objetivo específico que busca examinar el costo de producción y precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021, demuestra que la producción tiene influencia directa sobre la determinación de los

precios de estos dos productos analizados de la empresa, debido posibles escenarios donde los costos a elevarse o disminuir condicionan el precio de venta de los productos reconociendo ligeras variaciones del 0.10% en los precios, sobre la inflación en los costos de producción, afectando directamente los costos indirectos de producción reflejados en el margen de ganancia estimado por cada producto.

Los resultados mostrados guardan con la investigación de Cisneros (2020) titulada “Gestión de costos para incrementar los niveles de productividad en calzados Cisneros del Cantón Ventanas”, donde demostró la importancia que puede dársele a los costos de producción en una empresa, ya que pueden dar pie a la elaboración de herramientas como las proyecciones de ventas e ingresos anuales de cada empresa, o servir de ayuda para mejorar procesos con la finalidad de hacer que la empresa sea más eficiente al elaborar sus productos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

1. **OG:** Determinar el costo de producción y su influencia en el precio de venta de dos productos de la panadería El Trigal, concluye en el calculado de costo de producción de los dos productos, considerando factores de costos directos, indirectos, mano de obra y materia prima para determinar el precio de venta, conociendo el margen de ganancia deseado por producto vendido agregando el margen al costo de producción, del producto pie de limón total (S/38,240.80) y costo unitario (S/31.87) para las 1200 unidades mensuales, producto empanadas de pollo costo total (S/7,348.00), costo unitario (S/4.59) para las 1600 unidades mensuales producidas.
2. **OE:** Describir la situación actual referente al cálculo de los costos y de los precios de venta, se concluye en el reconocimiento estructural de la panadería “El Trigal” desde su inicio de 1995, hasta la actualidad como comercializadora y distribuidora de panes en Cajamarca, entre sus procesos refleja tajadora de pan; recojo y provisión de materias primaria; selladora, amasadora, almacenamiento del producto terminado, cintas despacho, 8 trabajadores como personal diurno y nocturno de lunes a domingo resaltando dos productos: pie de limón y empanadas de pollo, no teniendo registros de costos de sus productos para su fijación de precios realizándolo de forma empírica según los estándares de la competencia.
3. **OE:** Determinar los costos de producción de dos productos de la panadería, se concluyen que los costos de producción de materias primas representan un 17% y 13% en su producción mensual, con un total 192 horas al mes, en las

empanadas con un tiempo de preparación de 1 hora y 10 minutos para un total de 1600 unidades mensuales, con un costo total de S/ 4.59 por unidad para el producto, para el pie de limón en 1200 al mes, con un costo total de S/ 31.87 por unidad del producto.

4. **OE:** Examinar el costo de producción y precio de venta de dos productos de la panadería, concluye en 3 escenarios: pesimista, con una inflación del 7.97%, los precios del pie de limón y las empanadas de pollo desfavoreciendo en S/. 2.91 y S/. 0.44, respectivamente, en el escenario optimista, con una deflación del 7.97%, favoreciendo en S/. 2.91 y S/. 0.44, respectivamente, escenario neutral, el precio de los costos mantienen factor que influye en el valor de venta existiendo en mínimo riesgo variación del flujo de ventas de los dos productos.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda al gerente implementar un sistema de costos de producción en la panadería, identificando los costos variables, costo de materia prima, e insumos para la producción del pie de limón y las empanadas de pollo dirigidos a la venta.
2. También se recomienda al área contable analizar el nivel de costos fijos de la producción para reducirlos, los costos de mano de obra capacitando a sus trabajadores para reducir tiempo, los costos y hacer eficiente el proceso de producción.
3. Se recomienda que la empresa El Trigo implemente el uso de los kardex para conocer el inventario que dispone para la producción de los múltiples productos ofrecidos por la empresa, conociendo a detalle el costo de los insumos consumidos en la elaboración, teniendo un registro contable en libros para visualizar el margen de ganancias y las variaciones del valor de venta de cada producto.
4. Al área de costos y control de producción se recomienda tener un registro unitario del costo de elaboración que lleva cada producto, para determinación de los precios que generen mayor retribución a la empresa en ganancia sobre la competencia, obteniendo información real para tomar decisiones más asertivas.

## REFERENCIAS

- Acuña, R. Y Rosas, L. (2019). *Análisis del costo de producción y su influencia en la fijación de precios de la panadería* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Público]. Repositorio Universidad Cesar Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44307/Acu% c3% b1a\\_CRO-Rosas\\_% c3% 81LA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44307/Acu%c3%b1a_CRO-Rosas_%c3%81LA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Amat, O. y Soldevila P. (2009). *Contabilidad y Gestión de Costes*. Profit Editorial.
- Argudo, j. M. (2020). *Metodos de Fijacion de precios*. <http://www.econosublime.com/2020/01/metodos-fijacion-precios.html>
- Benavente, J. L. (2021). *Costos de produccion para actividad agricultura, ganaderia , caza y sivicultura en base a la encuesta nacional Agraria*. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/investigaciones/costos-de-produccion-v7.pdf>
- Botin, R. (2021). *Fijación De Precios: 12 Estrategias De Precios Para Tu Negocio*. <https://www.oberlo.com.pe/blog/estrategia-de-precios>
- Villalba, S., Curi, A. y Malpartida, S. (2019). *Los Costos De Producción Y La Rentabilidad En La Empresa Steel Supply S.A.C. Período 2017 - 2018* [Tesis para Optar el grado de Bachiller de Contabilidad y Finanzas]. Repositorio Nacional del Callao: [http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5162/CURI\\_MALPARTIDA\\_VILLALBA\\_FCC\\_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5162/CURI_MALPARTIDA_VILLALBA_FCC_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Castellnou, R. (2021). *Costos Y Presupuestos*. [shttps://www.captio.net/blog/definicion-y-objetivos-de-la-contabilidad-de-costes](https://www.captio.net/blog/definicion-y-objetivos-de-la-contabilidad-de-costes)

- Cevallos, M. (2021). *La ética en la investigación científica universitaria y su inclusión en la práctica docente*. Revista Multidisciplinar Ciencia Latina. Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/1454/2021/>
- Cisneros, Y. C. (2020). *Gestion de Costos Para Incrementar los Niveles de Productividad en Calzados Cisneros del Canton Ventanas* [Tesis para Optar el grado de Bachiller de Contabilidad y Finanzas]. Repositorio de la Universidad Regional Autonoma de los Andes: <https://1library.co/document/q077p8xz-universidad-regional-autonoma-de-los-andes-uniandes.html>
- Clavijo, C. (2022). *Fijación de precios: definición, factores y objetivos*. Obtenido de Calcula los ingresos que obtendrás con cada modelo de fijación de precios: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-fijacion-de-precios>
- Córdoba, C. y Moreno, D. (2017). La importancia de una buena estrategia de fijación de precios como herramienta de penetración de mercados. *Tendencias*.18 (2), 65-67.
- Llico, D. (2019). *Costeo De La Producción De Muebles De Madera Y La Fijación De Precios. Caso Empresa Modulares Cajamarca Srl, Distrito De Cajamarca 2019* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1154>
- Dávila, D. Z. (2021). *Control interno del costo de producción en las pequeñas empresas del sector industrial del Perú* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de la Universidad Catolica Sedes Sapientiae: <https://repositorio.ucss.edu.pe/handle/20.500.14095/950?locale-attribute=es>
- Díaz, G. (2019). Costeo de producción y determinación de precios en el sector panadería.

caso Panadería Rosmery, Cajamarca 2019 [Tesis para Optar el grado de Bachiller de Contabilidad y Finanzas]. Repositorio UPAGU. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/987/TESIS%20ALC%2017.07.2019%20EMPASTAR.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Diario Andina. (2021). Industria de alimentos logra superar niveles de producción de la prepandemia. <https://andina.pe/agencia/noticia-industria-alimentos-logra-superar-niveles-produccion-de-prepandemia-860502.aspx>

Diario Gestión. (2022). Más de 135,000 mypes cerraron en últimos dos años, dejando sin empleo a 540,000 peruanos. <https://gestion.pe/economia/mas-de-135000-mypes-cerraron-en-ultimos-dos-anos-dejando-sin-empleo-a-540000-peruanos-empleo-mypes-noticia/>

Gallegos, R. G., y Mostajo, A. K. (2019). *“Sistema de Costos para Optimizar la Toma de Decisiones en las Empresas de Instalaciones de Geomembranas* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de la Universidad Tecnológica del Peru. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2845/Gaby%20Gallegos\\_Katherine%20Mostajo\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2845/Gaby%20Gallegos_Katherine%20Mostajo_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gasbarrino, S. (2022 ). *¿Qué es la contabilidad de costos? Objetivos, importancia y ejemplos*. Obtenido de Características de la contabilidad de costos : <https://blog.hubspot.es/sales/contabilidad-costos>

Gastañaga, C. K., y Fernández, M. S. (2022). *Costos de producción y rentabilidad en la empresa Willay Telecomunicaciones S.A.C. de Urubamba, periodo 2020 - 2021* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de la



[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92294/Gasta%  
blaga\\_CK-S%a1nchez\\_FM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92294/Gasta%c3%blaga_CK-S%c3%a1nchez_FM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ortiz, G. (2021). *Un Sistema de Costos de producción por procesos impacta en la rentabilidad del cultivo de Arroz en el distrito de Corrales, 2021* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de la Universidad De Tumbes.

[https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2292/TEISIS%  
%20-%20ORTIZ%20CORDOVA%20CARLA%20G..pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2292/TEISIS%20-%20ORTIZ%20CORDOVA%20CARLA%20G..pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fontaine, E. (1999). *Teoría De Los Precios* 5a. ed. Alfaomega : Ediciones Universidad Católica de Chile.

Guevara, A. G., y Verdesoto, A. A. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*.

Obtenido de RECIMUNDO, 4(3), 163-173.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173:](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

<https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

Hernández y Sampieri, R. &. (2019). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Obtenido de Las rutas de la investigación

[únicamente lo relativo a estudios cualitativos:

<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>

Landaverde, L. (2020). *Decisiones de Costos después de la Pandemia*.

<https://www.camjol.info/index.php/reuca/article/view/10571/12259>

Maticurena, R. (2021). *Los costos de producción y su influencia en la rentabilidad operativa en el Hotel Radisson de la ciudad de Guayaquil* [Tesis para Optar el Título de Magister en Finanzas]. Repositorio de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1492/Los%20costos%20de%20producci%C3%B3n%20y%20su%20influencia%20en%20la%20rentabilidad%20operativa%20en%20el%20Hotel%20Radisson%20de%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrera, A. y García, C. (2021). *Costos de Produccion por Procesos en la elaboracion de quesos y su incidencia en la rentabilidad de la distribuidora karlita productos 3k del canton mana parroquia pucaya provincia cotopaxi año 2020* [Tesis para Optar el Título de Licenciatura en Contabilidad y Auditoria]. Repositorio de la Universidad Técnica de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7269/1/UTC-PIM-000292.pdf>

Marroquín, E. C. (2018). *Costos de producción y la fijación de precios de los productos de cerámica en arcilla en la Asociación de Artesanos Virgen del Carmen Pucará-2017* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de la Universidad Andina de Cusco. <https://hdl.handle.net/20.500.12557/2398>

Murga, F. E. (2019). *Diseño de de costos por Órdenes de Trabajo para Determinar el Costo de Produccion Rentabilidad de la Empresa Fundi Metal de la Ciudad de Chiclayo* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo para optar el título de Contador Publico: [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2349/1/TL\\_TongoMurgaFredy.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2349/1/TL_TongoMurgaFredy.pdf)

Pastuña, C. S. (2019). *Determinación De Los Costos De Producción Para Una Adecuada Fijación De Los Precios De Venta De Los Productos En La Panadería “Su Buen Pan”* [Tesis para Optar el Título profesional de Ingeniero en Contabilidad y Auditoria] . Repositorio de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2777/1/76948.pdf>

Rodrigues, N. (2021). *Conceptos Fundamentales de Costos Ciencias de la Salud*. Obtenido de Costo es un elemento esencial en la Gestión Financiera y en lo concerniente a la Economía de los Servicios de Salud, por ello consideramos oportuno su desarrollo.: <https://www.fide.edu.pe/blog/detalle/267-conceptos-fundamentales-de-costos/>.

Rodríguez, M. I. (2021). *Determinación Del Costo De Produccion Mediante el Sistema de Costos Por Órdenes en la Empresa Bona Logistic* [Tesis para Optar el Título profesional de Contador Publico]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30081/Maria%20Ines%20Guevara%20Rodriguez\\_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30081/Maria%20Ines%20Guevara%20Rodriguez_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sánchez, G. A. (2021). *¿Qué es el precio? Funciones, importancia y objetivos dentro de la empresa*. Obtenido de Consomadi Marketing digital: <https://consultasobremktdigital.com/marketing/que-es-el-precio/>

Santos, D. (2022). *Recolección de datos: métodos, técnicas e instrumentos*. Obtenido de ¿Qué es la recolección de datos? Y Métodos de investigación: <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>

Alva, S. y Alfaro, G, (2018). *“Determinacion del Costo de Produccion del Pollo a la Brasa, A Traves del Costeo Abc y su incidencia en el Margen de Utlidad Bruta en*

*la Polleria “el Nuevo Fogon Dorado E.I.R.l” de la Ciudad de Cajamarca, Año 2017”* [Tesis para Optar el Titulo profesional de Contador Publico]. Repositorio Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13937/Alva%20Chegne%20Sergio%20David%20-%20Silva%20Zamora%20Guillermo%20Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Serrano, L. V. (2021). *Notas de técnicas de muestre, Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú: 2021-11437*. Obtenido de Universidad Pontificia catolica del peru ISBN: 978-612-47757-2-7 : [https://departamento.pucp.edu.pe/ciencias/pub\\_dpto/notas-de-tecnicas-de-muestreo-2/](https://departamento.pucp.edu.pe/ciencias/pub_dpto/notas-de-tecnicas-de-muestreo-2/)

Vera, T. P. (2022). *Etapas del análisis de la información documental*. Obtenido de Revista Interamericana de Bibliotecologia de Zulia: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/RIB/article/view/340545>

Villalba, C. I., Liberio, R. V., Zambrano, C. M., y González, E. A. (2021). *Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas Sujetos de la gestión de costos de producción*. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVII, núm. 1, pp. 302-314, 2021 Universidad del Zulia: <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533025/html/>

Westreicher, G. (2021). *Precio de venta Y Tipo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-venta.html>

Yasu, R. C. (2020). *Costo de Produccion Basado en la capacidad de la planta para la toma de decisiones* [Tesis para optar por el grado academico de Bachiller en Contabilidad]. Repositorio de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3810/1/TIB\\_RiosCachayYokoYasu.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3810/1/TIB_RiosCachayYokoYasu.pdf)

# ANEXOS

## ANEXO 1: CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA REALIZADA AL PROPIETARIO Y AL ADMINISTRADOR DE LA PANADERÍA EL TRIGAL.

FECHA DE APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA ...../...../.....

1. DATOS DE LA EMPRESA
  - a) Número de trabajadores:
2. Produce pie de limón:
  - a) Si
  - b) No
3. Produce empanadas:
  - a) Si
  - b) No
4. La producción se realiza por:
  - a) proceso
  - b) pedido
5. ¿Usted determina el costo de producción para sus productos?
  - a) Si
  - b) no
6. ¿Cuántos pie de limón se venden al día?
7. ¿Cuántos pie de limón se venden al mes?
8. ¿Cuántas empanadas de pollo se venden al día?
9. ¿Cuántas empanadas de pollo se venden al mes?
10. ¿Desde qué hora elaboran los productos?
11. ¿Cómo comprueban que los productos tienen el peso necesario?
12. ¿Qué insumos considera cómo esenciales para su producción?
13. ¿Cuántos kilos de harina utilizan al día?
14. ¿Cuáles son los insumos y cantidades que usa para elaborar el producto “pie de limón” en un mes?
15. ¿Cuáles son los insumos y cantidades que usa para elaborar el producto “empanadas de pollo” en un mes?
16. ¿Quiénes son los encargados de elaborar el producto “empanadas de pollo”?
17. ¿Quiénes son los encargados de elaborar el producto “pie de limón”?
18. ¿Quién es su competidor directo?
19. ¿Cómo controlan su materia prima?
20. ¿Cómo calcula la mano de obra (por horas, por día o por producto)?
21. ¿Para determinar el costo de producción, incluye gastos administrativos y ventas?

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	VARIABLES	DIMENSIONES	PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
COSTO DE PRODUCCIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL PRECIO DE VENTA DE LA PANADERÍA EL TRIGAL DEL DISTRITO DE CAJAMARCA PERIODO 2021	Costo de producción	Costo variable	¿De qué manera influye el costo de producción en el precio de venta de los productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca, 2021?	<p>Objetivo General: Determinar el costo de producción y su influencia en el precio de venta de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.</p> <p>Objetivos específicos: Describir la situación actual referente al cálculo de los costos y de los precios de venta de los productos de la panadería El Trigal, Cajamarca - 2021.</p> <p>Determinar los costos de producción de los productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.</p> <p>Examinar el costo de producción y precio de venta de los productos de la panadería El Trigal en el distrito de Cajamarca periodo 2021.</p>	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Enfoque: Cuantitativa.</p> <p>Nivel: Descriptiva.</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal.</p> <p>POBLACIÓN: La población está conformada por los colaboradores de la panadería El Trigal del distrito de Cajamarca.</p> <p>MUESTRA: Está conformada por el gerente y/o el administrador de la panadería, quienes conocen sobre los costos de los productos de esta ésta.</p> <p>INSTRUMENTO DE RECOLECCION: Cuestionario y guía de análisis documental.</p>
	Precio de venta	Costos fijos			