



# **Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Facultad de Ciencias Economicas, Contables y Financieras**

**Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras**

## **Los costos de producción y comercialización en la gestión gerencial de las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura**

**Tesis**

Para optar el Título Profesional de Contador Público

**Autor**

Estanislao Yhonattan Claros Mejía

**Asesor**

Dr. Cpc. Fredy Javier Huachua Huaranca



Dr. Cpc. F. Javier Huachua Huaranca  
Matrícula N° 19548

**Huacho – Perú**

**2026**



**Reconocimiento – No Comercial – Sin Derivados – Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaran cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE

CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

METADATOS

<b>DATOS DEL AUTOR:</b>		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Claros Mejia Estanislao Yhonattan	47061174	22/05/2026
<b>DATOS DEL ASESOR:</b>		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. CPCC. Huachua Huarancca Fredy Javier	15609670	<a href="https://orcid.org/0000-0002-2777-3287">https://orcid.org/0000-0002-2777-3287</a>
<b>DATOS DE LOS MIEMBROS DEL JURADO:</b>		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. CPCC. Romero Herbozo Jorge Horacio	15609900	<a href="https://orcid.org/0000-0001-7867-0889">https://orcid.org/0000-0001-7867-0889</a>
Dra. CPCC. Lino Torero Yessica Yulissa	15738338	<a href="https://orcid.org/0000-0003-4794-2647">https://orcid.org/0000-0003-4794-2647</a>
Mtro. CPCC. Cano Curioso Raul Manuel	15585905	<a href="https://orcid.org/0000-0003-2658-4684">https://orcid.org/0000-0003-2658-4684</a>

# Estanislao Yhonattan Claros Mejia Exped. 2025 - 02...

## los costos de produccion y comercializacion en la gestion gerencial de las empresas fruticolas de la Provincia de Huaura

 Quick Submit

 Quick Submit

 Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3217795968

Fecha de entrega

15 abr 2025, 12:01 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

16 abr 2025, 9:40 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

TESIS\_Estanislao\_Yhonattan\_Claros\_Mejia.docx

Tamaño de archivo

207.1 KB

109 Páginas

22.095 Palabras

124.092 Caracteres




## 20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

### Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 10 words)

### Top Sources

- 19%  Internet sources
- 1%  Publications
- 12%  Submitted works (Student Papers)

### Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

## **DEDICATORIA**

Con todo el amor y humildad, dedico este trabajo a nuestro Padre Celestial, fuente infinita de sabiduría y fortaleza, quien me ha guiado en cada paso del camino, iluminando mis pensamientos y dándome las fuerzas para superar los retos.

A mi amada familia, por su incondicional apoyo, amor y paciencia, que han sido el motor que me impulsa a seguir adelante. A mis padres, por inculcarme valores y enseñanzas que hoy forman parte de mi ser,

A mis profesores, quienes con su dedicación y conocimiento han sido faros de luz en este proceso de aprendizaje, dejando en mí una huella imborrable.

*Estanislao Yhonattan Claros Mejia*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco profundamente a nuestro Padre Celestial, cuya presencia y bendiciones han sido el sostén de mi vida y la razón por la que hoy alcanzo este logro.

A mi familia, por ser mi refugio y fortaleza, por creer en mí incluso en los momentos en que dudaba de mis propias capacidades, y por brindarme el calor del hogar que me impulsó a no rendirme.

A mis maestros, por compartir sus conocimientos y experiencias, guiándome con paciencia y compromiso, y por motivarme a ser mejor cada día.

*Estanislao Yhonattan Claros Mejia*

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT .....	xii
INTRODUCCION .....	xiii
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA .....	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....	4
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.5 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO .....	7
1.6 VIABILIDAD DEL ESTUDIO.....	8
CAPITULO II.....	11
MARCO TEORICO.....	11
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION .....	11
2.2 BASES TEORICAS .....	20
2.3 BASES FOLOSOFICAS .....	25
2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	37
2.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	41
2.6 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES .....	42
CAPITULO III .....	45

METODOLOGÍA .....	45
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO .....	45
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	50
3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	51
3.5 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	54
CAPITULO IV .....	57
RESULTADOS .....	57
4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	57
4.2 CONTRASTACION DE LAS HIPOTESIS .....	73
CAPITULO V.....	84
DISCUSIÓN.....	84
5.1 DISCUSIÓN .....	84
CAPITULO VI .....	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	86
6.1 CONCLUSIONES.....	86
6.2 RECOMENDACIONES .....	87
CAPITULO VI .....	89
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	89
7.1 Bibliografía .....	89
ANEXOS.....	91
ANEXOS 1 .....	92

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial.....	58
Tabla 2 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Planificación de sus Actividades Productivas y Distributivas.....	60
Tabla 3 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Organización de sus Actividades Productivas y Distributivas.....	62
Tabla 4 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Ejecución de sus Actividades Productivas y Distributivas .....	63
Tabla 5 Los Costos de Producción y Comercialización/ Gestión Gerencial / Control de sus Actividades Productivas y Distributivas .....	65
Tabla 6 Los Costos de Producción y Comercialización/ Gestión Gerencial / Toma de Decisiones .....	66
Tabla 7 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones Programadas .....	68
Tabla 8 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones no Programadas .....	69
Tabla 9 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones Con Riesgo Empresarial .....	71
Tabla 10 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Evaluación de los Resultados de las Decisiones Tomadas .....	72

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial .....	59
Figura 2 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial / Planificaciòn de sus Actividades Productivas y Distributivas.....	61
Figura 3 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial / Organizaciòn de sus Actividades Productivas y Distributivas.....	63
Figura 4 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial / Ejecuciòn de sus Actividades Productivas y Distributivas .....	64
Figura 5 Los Costos de Producción y Comercializacion/ Gestion Gerencial / Control de sus Actividades Productivas y Distributivas .....	65
Figura 6 Los Costos de Producción y Comercializacion/ Gestion Gerencial / Toma de Decisiones .....	67
Figura 7 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial / Decisiones Programadas .....	68
Figura 8 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial / Decisiones no Programadas .....	70
Figura 9 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial / Decisiones Con Riesgo Empresarial .....	71
Figura 10 Los Costos de Producción y Comercializacion / Gestion Gerencial / Evaluaciòn de los Resultados de las Decisiones Tomadas.....	72

## **RESUMEN**

El objetivo de este estudio fue examinar la influencia de los costos de producción y comercialización en la gestión directiva de las empresas frutícolas de la provincia de Huaura, con el propósito de comprender cómo estos elementos impactan en el desempeño administrativo y organizacional. Para ello, se utilizaron métodos cuantitativos y un diseño de investigación no experimental, aplicando encuestas estructuradas como principal herramienta para la recolección de datos. La muestra del estudio estuvo compuesta por 460 personas, entre gerentes, administradores y colaboradores, de las cuales se eligió una muestra representativa de 210 personas mediante un muestreo aleatorio simple, asegurando la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos. El instrumento utilizado consistió en preguntas cerradas para medir la percepción de los participantes sobre los factores clave que afectan la gestión directiva, tales como el liderazgo, la comunicación organizacional, la toma de decisiones, la planificación estratégica y la cultura organizacional. Los datos recopilados fueron procesados a través de análisis estadísticos descriptivos e inferenciales, utilizando el software SPSS. Los resultados indicaron que el 78% de los encuestados consideró que los factores evaluados impactan significativamente en la gestión directiva, destacando que un liderazgo eficaz, una comunicación clara y una adecuada planificación estratégica son fundamentales para el éxito administrativo. Además, el 82% de los participantes subrayó la importancia de la cultura organizacional como un pilar clave para promover el compromiso y la motivación del equipo de trabajo. En conclusión, se determinó que existe una relación positiva y significativa entre los factores analizados y la mejora de la gestión directiva. Estos hallazgos resaltan la relevancia de implementar estrategias eficaces para optimizar los procesos administrativos y organizacionales, fomentando un entorno laboral colaborativo y orientado a los resultados. El estudio sugiere que las organizaciones deben centrarse en fortalecer sus prácticas de liderazgo y comunicación interna, así como en desarrollar planes estratégicos que involucren activamente a todos los niveles jerárquicos, garantizando así un crecimiento continuo y una gestión directiva eficiente.

**Palabras claves:** Costos de producción y comercialización, gestión gerencial, empresas frutícolas.

## ABSTRACT

**Objective:** To analyze the influence of Production and Commercialization Costs on the Managerial Management of Fruit Companies in the Province of Huaura, in order to understand how these elements impact administrative and organizational performance. For this purpose, quantitative methods under a non-experimental research design were employed, using a structured survey as the main data collection instrument.

**Methods:** The study population consisted of 460 people, including managers, administrators, and collaborators. From this population, a representative sample of 210 people was determined, selected through simple random sampling, thus ensuring the validity and reliability of the results obtained. The applied instrument included closed-ended questions, designed to measure participants' perceptions regarding key factors influencing Managerial Management, such as leadership, organizational communication, decision-making, strategic planning, and organizational culture. The collected data were processed through descriptive and inferential statistical analysis, using SPSS software.

**Results:** revealed that 78% of respondents consider that the evaluated factors significantly influence Managerial Management, indicating that effective leadership, clear communication, and adequate strategic planning are determinants for administrative success. In addition, it was identified that 82% of participants highlighted the importance of organizational culture as a fundamental pillar to foster team commitment and motivation.

**Conclusion:** It is determined that there is a positive and significant relationship between the analyzed factors and the improvement of Managerial Management. These findings highlight the importance of implementing appropriate strategies to optimize administrative and organizational processes, promoting a collaborative and results-oriented work environment.

The study suggests that organizations should pay special attention to strengthening their leadership practices and internal communication, as well as developing strategic plans that actively involve all hierarchical levels, thus ensuring sustained growth and efficient managerial management.

**Keywords:** Production and commercialization costs, managerial management, fruit companies.

## INTRODUCCION

La gestión gerencial en las empresas frutícolas a lo largo del tiempo, ha sufrido una notable transformación, influenciada por los cambios en los ámbitos económico, tecnológico y social, tanto a nivel global como nacional y local. En este marco, los costos de producción y comercialización han emergido como factores esenciales para la sostenibilidad y competitividad de estas empresas, requiriendo una gestión eficiente y proactiva.

A nivel internacional, la industria frutícola ha transitado desde modelos tradicionales de producción hacia esquemas más tecnificados y sostenibles, impulsados por la globalización de los mercados y las crecientes exigencias de calidad y trazabilidad. Esta evolución ha obligado a las empresas a optimizar sus costos, implementando buenas prácticas agrícolas y estrategias de comercialización que les permitan acceder a mercados competitivos. Además, el comercio internacional de frutas ha creado posibilidades innovadoras, pero también ha aumentado la rivalidad, lo que demanda una constante innovación y adaptación a las normativas fitosanitarias, medioambientales y laborales.

En el contexto nacional, el sector frutal en Perú ha mostrado un notable progreso en las últimas décadas, impulsado por la diversificación de cultivos, la modernización de la agricultura y el establecimiento de cadenas de valor más integradas. Este desarrollo ha subrayado la importancia de una gestión gerencial eficiente, que logre equilibrar los costos de producción y comercialización para maximizar la rentabilidad y asegurar la sostenibilidad a largo plazo. El apoyo gubernamental, los programas de financiamiento y la apertura de

nuevos mercados internacionales han sido factores clave en este crecimiento, promoviendo una cultura empresarial centrada en la excelencia y la competitividad global.

A nivel local, en la provincia de Huaura, las empresas frutícolas se enfrentan a retos específicos vinculados al acceso a tecnologías, la formación del personal y la variabilidad de los precios del mercado. En este sentido, una gestión gerencial enfocada en el monitoreo y evaluación de los costos de producción se vuelve esencial para abordar estos desafíos. y comercialización resulta fundamental para mantener la competitividad y contribuir al desarrollo económico regional. La colaboración entre los productores, las asociaciones agrícolas y las entidades gubernamentales locales puede facilitar el acceso a innovaciones tecnológicas y a programas de formación especializada, lo que a su vez mejorará la eficiencia productiva y la calidad de los productos.

La trascendencia de este estudio radica en la necesidad de comprender y optimizar los costos involucrados en la producción y comercialización frutícola, proporcionando a las empresas herramientas de gestión que les permitan enfrentar los retos del mercado actual y futuro. Al analizar esta temática, se busca no solo mejorar la rentabilidad empresarial, sino también fomentar un desarrollo agrícola más eficiente, sostenible e inclusivo, en beneficio de toda la comunidad. Este enfoque integral no solo contribuirá a la competitividad de las empresas frutícolas, sino que también generará un impacto positivo en la economía regional, promoviendo el bienestar social y el uso responsable de los recursos naturales.

# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La gestión gerencial en las empresas frutícolas ha experimentado una notable evolución a lo largo del tiempo, influenciada por los cambios económicos, tecnológicos y sociales tanto a nivel internacional como nacional y local. En este contexto, los costos de producción y comercialización se han convertido en elementos clave para la sostenibilidad y competitividad de estas empresas, requiriendo una gestión eficiente y proactiva.

A nivel internacional, la industria frutícola ha transitado desde modelos tradicionales de producción hacia esquemas más tecnificados y sostenibles, impulsados por la globalización de los mercados y las crecientes exigencias de calidad y trazabilidad. Esta evolución ha obligado a las empresas a optimizar sus costos, implementando buenas prácticas agrícolas y estrategias de comercialización que les permitan acceder a mercados competitivos. Además, el comercio internacional de frutas ha creado nuevas oportunidades, pero también ha incrementado la competencia, lo que demanda una constante innovación y adaptación a las normativas fitosanitarias, medioambientales y laborales. Las empresas líderes han adoptado herramientas de gestión avanzadas, como el análisis de costos basado en actividades (ABC), el uso de software de planificación de recursos empresariales (ERP) y la implementación de modelos de producción sostenible, los cuales les permiten reducir desperdicios y mejorar la eficiencia global de la cadena productiva.

En el ámbito nacional, el sector frutícola peruano ha mostrado un crecimiento significativo en las últimas décadas, gracias a la diversificación de cultivos, la modernización del agro y el desarrollo de cadenas de valor integradas. Este proceso ha puesto en relieve la importancia de una gestión gerencial eficaz, capaz de equilibrar los costos de producción y comercialización, maximizando la rentabilidad y garantizando la sostenibilidad a largo plazo. El apoyo de políticas gubernamentales, programas de financiamiento y la apertura de nuevos mercados internacionales han sido factores determinantes en este crecimiento, promoviendo una cultura empresarial orientada a la excelencia y la competitividad global. Sin embargo, a pesar de estos avances, persisten desafíos estructurales como la escasez de agua para riego, la fragmentación de la propiedad agrícola y la dependencia de insumos importados, que impactan directamente en los costos de producción.

A nivel local, en la provincia de Huaura, las empresas frutícolas enfrentan desafíos particulares relacionados con el acceso a tecnología, la capacitación del talento humano y la fluctuación de los precios en el mercado. En este contexto, una gestión gerencial centrada en el control y análisis de los costos de producción y comercialización resulta fundamental para mantener la competitividad y contribuir al desarrollo económico regional. La colaboración entre los productores, las asociaciones agrícolas y las entidades gubernamentales locales puede facilitar el acceso a innovaciones tecnológicas y a programas de formación especializada, lo que a su vez mejorará la eficiencia productiva y la calidad de los productos. Asimismo, el fortalecimiento de la infraestructura logística y la creación de centros de acopio y procesamiento contribuirían a reducir los costos de transporte y almacenamiento, mejorando los márgenes de ganancia.

Sin embargo, esta evolución no está exenta de problemas. Una realidad problemática que enfrentan las empresas frutícolas de la provincia de Huaura radica en la dificultad para mantener un equilibrio sostenible entre los costos de producción y comercialización. La volatilidad de los precios de insumos agrícolas, el acceso limitado a tecnología avanzada y los cambios climáticos impredecibles generan un entorno incierto que afecta directamente la rentabilidad. Esta situación se agrava por la falta de una planificación gerencial integral que permita anticipar riesgos y optimizar recursos, lo que provoca pérdidas económicas y una reducción en la capacidad competitiva del sector. Además, la escasa diversificación de mercados y la dependencia de intermediarios para la comercialización de productos limita las oportunidades de mejorar los ingresos de los productores locales.

La trascendencia de este estudio radica en la necesidad de comprender y optimizar los costos involucrados en la producción y comercialización frutícola, proporcionando a las empresas herramientas de gestión que les permitan enfrentar los retos del mercado actual y futuro. Al analizar esta temática, se busca no solo mejorar la rentabilidad empresarial, sino también fomentar un desarrollo agrícola más eficiente, sostenible e inclusivo, en beneficio de toda la comunidad. Este enfoque integral no solo contribuirá a la competitividad de las empresas frutícolas, sino que también generará un impacto positivo en la economía regional, promoviendo el bienestar social y el uso responsable de los recursos naturales. De esta manera, el estudio permitirá identificar las mejores prácticas de gestión de costos, implementar estrategias de mitigación de riesgos y fortalecer las capacidades empresariales de los productores locales, creando un círculo virtuoso de crecimiento y prosperidad compartida.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 PROBLEMA GENERAL**

¿En qué forma los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura?

### **1.2.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS**

¿De qué manera los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la planificación de sus actividades productivas y distributivas?

¿En qué medida los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la organización de sus actividades productivas y distributivas?

¿De qué modo los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la ejecución de sus actividades productivas y distributivas?

## **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Demostrar la forma en que los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Determinar la manera en que los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la planificación de sus actividades productivas y distributivas..

Establecer la medida en que los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la organización de sus actividades productivas y distributivas.

Analizar el modo en que los Costos de Producción y Comercialización tienen influencia en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la ejecución de sus actividades productivas y distributivas.

### **1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Justificación práctica**

La comprensión y gestión adecuada de los costos de producción y comercialización son esenciales para las empresas frutícolas, ya que permiten optimizar los recursos y mejorar la competitividad en un mercado altamente dinámico. En la provincia de Huaura, donde la agricultura es una actividad clave, es crucial que los gerentes empresariales puedan identificar y controlar los costos asociados a cada fase de la cadena productiva. Esto contribuye a la sostenibilidad de las empresas frutícolas, asegurando la rentabilidad y

mejorando la toma de decisiones sobre la asignación de recursos, inversión y estrategias de precios. Además, conocer los costos asociados facilita la identificación de ineficiencias y la implementación de mejoras en los procesos productivos y de comercialización, lo que repercute directamente en la competitividad del sector agrícola.

### **Justificación teórica**

Desde una perspectiva teórica, este estudio se apoya en teorías de la gestión gerencial, la administración de costos y la economía agrícola. En el contexto de las empresas frutícolas, los conceptos de costos fijos y variables, el análisis de la estructura de costos y los modelos de optimización económica permiten entender cómo las decisiones de los gerentes afectan la rentabilidad de las empresas. Además, la teoría del costo marginal y la teoría de la economía de escala son relevantes para evaluar las oportunidades de reducción de costos a medida que las empresas crecen. Al integrar estos marcos teóricos con la realidad específica de la provincia de Huaura, se puede generar conocimiento aplicable y pertinente para los gerentes del sector agrícola.

### **Justificación social**

Desde una óptica social, el estudio de los costos de producción y comercialización en las empresas frutícolas tiene un impacto directo sobre la comunidad local. Al mejorar la eficiencia de las empresas, se pueden generar empleos más estables y elevar las condiciones laborales de los trabajadores, quienes en su mayoría dependen directamente de la actividad frutícola para su sustento. Asimismo, una gestión eficaz de los costos puede resultar en precios más asequibles para los consumidores, además de mejorar la calidad de vida de las familias que participan en la producción de frutas. En un nivel más amplio, el fortalecimiento de las empresas frutícolas contribuye a la seguridad

alimentaria y al desarrollo económico regional, apoyando la sostenibilidad de la provincia de Huaura como un centro productor de alimentos

## **1.5 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO**

### **Espacial**

El estudio se limita a las empresas frutícolas de la provincia de Huaura, ubicada en la región Lima, Perú. La investigación no abarcará otras regiones o provincias con características agrícolas similares, por lo que los resultados serán aplicables únicamente al contexto geográfico de Huaura, teniendo en cuenta sus particularidades en cuanto a infraestructura, clima y acceso a mercados.

### **Temporal**

El estudio, ha sido realizado en el año 2025, centrando el análisis en los costos de producción y comercialización durante ese período. La delimitación temporal incluye la recolección de datos en un ciclo anual de producción, que abarca tanto la producción estacional como las fluctuaciones de precios y costos asociadas a diferentes épocas del año.

### **Limitación de los resultados**

De acuerdo a los hallazgos, se denotaron que estarán limitados a las condiciones específicas de las empresas frutícolas mencionadas. No se podrá generalizar a otras industrias agrícolas o a empresas fuera del ámbito frutícola, ni a otras regiones con diferentes condiciones de producción o comercialización.

## **1.6 VIABILIDAD DEL ESTUDIO**

### **Viabilidad técnica**

El estudio es técnicamente viable, ya que existen suficientes herramientas y métodos disponibles para recopilar y analizar datos relacionados con los costos de producción y comercialización. Se puede emplear un enfoque cuantitativo utilizando técnicas estadísticas para identificar los costos directos e indirectos involucrados en cada etapa del proceso. Además, la infraestructura tecnológica y los programas de análisis (como software de hojas de cálculo o software especializado en análisis de costos) están disponibles para procesar la información de manera eficiente.

### **Viabilidad económica**

Esta se encuentra asegurada, ya que no se requiere una inversión significativa en recursos financieros más allá de los costos de recolección de datos, como encuestas, entrevistas y análisis de documentos contables de las empresas. Dado que las empresas frutícolas suelen tener registros de costos accesibles y el trabajo de campo puede realizarse localmente en Huaura, los costos asociados al estudio son moderados. Si se planifica adecuadamente, se puede realizar dentro de un presupuesto razonable que son cubiertos totalmente por el investigador.

### **Viabilidad temporal**

El estudio tiene una viabilidad temporal dentro del marco de tiempo previsto, ya que no se trata de una investigación de largo plazo. El análisis de costos es un proceso que se puede realizar en un ciclo anual o estacional, lo que facilita la recolección de datos en un período de 6 a 12 meses. Además, el tiempo necesario para analizar los datos y

elaborar las conclusiones no excede los plazos estándar para estudios similares. Por lo tanto, se puede completar en un tiempo adecuado para la entrega de los resultados.

### **Viabilidad de acceso a la información**

Es viable acceder a la información necesaria para el estudio, ya que las empresas frutícolas de la provincia de Huaura suelen mantener registros contables y financieros sobre sus costos de producción y comercialización. A través de entrevistas con los gerentes, encuestas a los encargados de costos y ventas, y revisión de documentos internos de las empresas (como balances y reportes financieros), se puede obtener la información relevante para el análisis. También es posible contar con la colaboración de asociaciones agrícolas locales o cámaras de comercio para facilitar el acceso a las empresas participantes.

### **Viabilidad en términos de recursos humanos**

El estudio cuenta con la viabilidad de ser realizado por un equipo de investigación pequeño, compuesto por investigadores con experiencia en análisis de costos, administración empresarial y técnicas estadísticas. Además, se pueden involucrar colaboradores locales, como estudiantes o profesionales del área de administración de empresas y economía, que pueden ser capacitados para asistir en la recolección de datos y análisis preliminares.

### **Viabilidad en términos de impacto social y aplicabilidad**

El estudio tiene un alto potencial de impacto social y aplicabilidad, ya que los resultados podrían contribuir a mejorar la eficiencia y competitividad de las empresas frutícolas de la región, favoreciendo el crecimiento económico local y la sostenibilidad del sector

agrícola. Al ofrecer información detallada sobre los costos y su gestión, los gerentes y productores podrán tomar decisiones informadas para mejorar sus procesos, reducir costos innecesarios y optimizar sus márgenes de ganancia. Además, el estudio tiene el potencial de generar políticas públicas o recomendaciones para apoyar a las empresas frutícolas en términos de capacitación y apoyo técnico.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION**

##### **Internacionales**

Martínez (2024) establece como objetivo analizar la relevancia de un control adecuado de los costos en las empresas agroexportadoras, centrándose particularmente en el sector frutícola. La investigación, de enfoque descriptivo, se basa en entrevistas con gerentes y encargados de costos en empresas agroexportadoras, así como en la revisión de los estados financieros de 10 empresas dedicadas a la agroexportación, con especial atención a la clasificación de los costos asociados a la producción y comercialización de frutas. Los resultados revelan diversos problemas en la asignación de costos, destacando la falta de precisión en el cálculo de costos indirectos, como transporte y almacenamiento, lo cual impacta negativamente en la rentabilidad. Asimismo, las empresas que adoptaron una estrategia más definida de control de costos demostraron una mayor competitividad en el mercado. Como conclusión, el estudio sostiene que el control de costos es crucial para incrementar la rentabilidad y competitividad de las agroexportadoras, ya que una correcta clasificación y asignación de los costos de producción y comercialización favorece una toma de decisiones estratégicas más efectiva y la optimización de recursos.

hompson (2023) tiene como objetivo ofrecer una introducción al cálculo de los costos de producción en el sector agrícola, con un enfoque particular en los costos directos e indirectos en empresas frutícolas, y explicar cómo estos costos son utilizados en la toma de decisiones en la gestión gerencial. La metodología consiste en un análisis cuantitativo de costos, utilizando una encuesta dirigida a 50 productores de frutas en

los Estados Unidos, en la que se recopilaron datos sobre costos fijos y variables, así como los ingresos generados por la venta de productos frutales. Los resultados indican que el costo de producción varía considerablemente entre los diferentes tipos de fruta, siendo los costos laborales y los insumos los mayores componentes del gasto. Además, se observó que una gestión ineficaz de los costos indirectos, como los de transporte y distribución, tuvo un impacto negativo en la rentabilidad. En conclusión, el estudio sostiene que, para mejorar la rentabilidad, los productores de frutas deben contar con un sistema de costeo adecuado que les permita identificar con precisión los costos variables y fijos, y ajustar las decisiones gerenciales en las áreas de producción y comercialización.

Díaz (2021) tiene como objetivo desarrollar una metodología específica para el cálculo de costos en productos agrícolas, considerando las características de los procesos productivos y comerciales en empresas frutícolas. La investigación aplicada, con enfoque cuantitativo, consistió en la recolección de datos a través de encuestas a gerentes de 15 empresas frutícolas, junto con el análisis de sus reportes financieros. Se desarrolló un modelo de costos que integra costos directos, indirectos, fijos y variables. Los resultados indicaron que las empresas frutícolas que implementaron un sistema de costeo detallado y adaptado a sus procesos específicos lograron reducir significativamente sus costos operativos y mejorar la rentabilidad de sus productos, especialmente en el manejo de insumos y en la gestión de los canales de distribución. En conclusión, se afirma que las empresas frutícolas deben adoptar un enfoque de costeo personalizado que considere las particularidades de la producción y comercialización de frutas, ya que la implementación de esta metodología optimiza los recursos, mejora la competitividad y aumenta la eficiencia en la gestión gerencial.

Nacionales

Calderón (2017), en su tesis titulada “El Sistema de Costos por Procesos y la Gestión Gerencial en las Empresas de Producción Continua de la Provincia de Huaura”, presenta una investigación detallada sobre cómo las empresas frutícolas que adoptan este sistema logran obtener información precisa y actualizada acerca de los costos de producción. El análisis revela que, al utilizar el Sistema de Costos por Procesos, las empresas pueden identificar claramente los costos directos e indirectos en cada etapa de la producción, lo que permite a los gerentes obtener datos más específicos sobre los recursos empleados en cada fase. Este enfoque facilita la toma de decisiones más informadas y estratégicas.

Una parte esencial del estudio es la comparación entre empresas que emplean el Sistema de Costos por Procesos y aquellas que no lo implementan. Se observó que las empresas que usan este sistema logran optimizar recursos, reducir desperdicios y mejorar la eficiencia productiva, lo que a su vez mejora su competitividad en el mercado y les permite manejar mejor los costos variables que afectan directamente su rentabilidad.

La hipótesis principal de la investigación sostiene que la implementación de un Sistema de Costos por Procesos contribuye significativamente a la mejora de la gestión gerencial de las empresas de producción continua. Los resultados empíricos respaldan esta hipótesis, demostrando que las empresas que adoptaron este sistema mejoraron sustancialmente su capacidad para planificar, organizar y controlar sus operaciones. En particular, se constató que estas empresas podían prever de manera más precisa los

costos asociados con la producción, lo que les permitió planificar con antelación y ajustar sus estrategias de comercialización y distribución.

La tesis concluye subrayando la importancia de un sistema de costos bien implementado como herramienta esencial para la gestión gerencial en las empresas de producción continua, especialmente en el sector frutícola. Este sistema facilita la toma de decisiones clave al proporcionar información precisa y oportuna sobre los costos en cada etapa de producción, lo que ayuda a los gerentes a planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades de la empresa de manera más efectiva. Además, contribuye a una correcta asignación de recursos y mejora la rentabilidad, lo que incrementa la competitividad de las empresas en un mercado dinámico y competitivo.

Los resultados del estudio destacan que una correcta implementación del Sistema de Costos por Procesos no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también es crucial para el cumplimiento de los objetivos empresariales, alineando las actividades diarias con los planes estratégicos. Este estudio es altamente relevante para el análisis de los costos de producción y comercialización en la gestión gerencial de las empresas frutícolas, ya que proporciona un marco detallado sobre cómo la información precisa de los costos mejora la toma de decisiones en las empresas del sector agrícola. La adopción de este sistema de costos puede beneficiar significativamente a las empresas frutícolas de la provincia de Huaura, optimizando sus operaciones, reduciendo costos innecesarios y mejorando su competitividad en el mercado.

Carlos (2016), en su tesis titulada “El Análisis de los Costos de Producción y la Toma de Decisiones en las Pequeñas y Medianas Empresas Industriales de la Provincia de Huaura”, resalta el papel fundamental que desempeña el análisis de los costos de producción en la toma de decisiones dentro de las empresas de producción continua, especialmente en el sector frutícola. Al implementar un Sistema de Costos por Procesos, las gerencias pueden generar información útil, confiable y relevante que reduce la incertidumbre, facilitando decisiones más eficientes. Este análisis proporciona una visión clara de los costos directos e indirectos asociados a cada etapa del proceso productivo y permite clasificar los costos según su impacto, como los costos fijos, variables y semifijos, lo cual es crucial para una toma de decisiones estratégicas y operativas más informada.

La investigación destaca que la información derivada del análisis de costos puede ser aprovechada eficazmente en distintos tipos de decisiones, no solo en el ámbito estratégico, sino también en la mejora de la eficiencia operativa y la rentabilidad. Con información precisa y actualizada sobre los costos, las empresas pueden identificar y gestionar los costos de manera más eficaz, eliminando gastos innecesarios o redundantes. Este análisis contribuye a la mejora de los procesos productivos, optimizando los recursos y reduciendo los tiempos de producción, lo que se traduce en un aumento de la rentabilidad. Además, un control adecuado de los costos fortalece la competitividad, permitiendo a las empresas ofrecer precios más atractivos y posicionarse mejor frente a sus competidores.

En conclusión, la investigación subraya que el análisis de los costos de producción es una herramienta esencial para la gestión gerencial en las empresas de producción

continua, en especial en el sector frutícola. No solo facilita la toma de decisiones acertadas, sino que también contribuye a resolver problemas operativos y estratégicos, impulsando la sostenibilidad y rentabilidad de las empresas. Al adoptar un enfoque sistemático en el análisis de los costos, las empresas pueden enfrentar desafíos empresariales con mayor seguridad y efectividad, logrando así beneficios económicos sostenibles a largo plazo.

La tesis de Cama (2020), titulada "El Sistema de Costos y la Gestión Gerencial en las Empresas Agroindustriales de la Provincia de Barranca", realiza un análisis profundo sobre la incidencia de los sistemas de costos en la gestión gerencial de las empresas agroindustriales de la región. En su conclusión principal, Cama destaca que un Sistema de Costos no solo cumple con la función básica de registrar los costos de producción, sino que va más allá al proporcionar información esencial para la toma de decisiones estratégicas dentro de la empresa.

El Sistema de Costos se encarga de registrar todos los costos asociados a la producción de bienes, incluyendo los costos directos (como materiales y mano de obra directa) y los costos indirectos (como los gastos generales). Este registro detallado permite tener un control claro sobre los gastos, lo cual es fundamental para calcular el costo total de la producción. Sin embargo, el valor del sistema no solo radica en su capacidad contable, sino en la información valiosa que ofrece a la gerencia.

Al conocer los costos totales y unitarios de los productos, los gerentes pueden obtener una visión detallada de la rentabilidad de cada producto, lo que les permite identificar aquellos que son más rentables y aquellos que podrían requerir ajustes en procesos o

precios. Además de calcular costos, el sistema apoya en diversas funciones gerenciales, tales como la planificación, organización, toma de decisiones y control de recursos. Esta información es crucial para implementar estrategias que optimicen los procesos productivos, mejoren la calidad del producto, reduzcan costos innecesarios y fortalezcan la competitividad de la empresa.

Una de las funciones clave de la información derivada del Sistema de Costos es apoyar la toma de decisiones estratégicas. Los gerentes pueden usar los datos sobre costos totales y unitarios para decidir sobre precios, estrategias de reducción de costos, inversión en nuevas tecnologías o expansión de la producción. Además, este sistema les permite prever el impacto de diferentes escenarios económicos y operativos, lo cual les ayuda a ajustar sus estrategias según las circunstancias cambiantes del mercado.

En conclusión, Cama sostiene que el Sistema de Costos es crucial para la continuidad y el desarrollo de las actividades productivas en las empresas agroindustriales de la provincia de Barranca. El sistema no solo ayuda a gestionar los costos a corto plazo, sino que también brinda una visión a largo plazo, proporcionando a la empresa las herramientas necesarias para mantener su crecimiento y sostenibilidad en un entorno dinámico y competitivo...

La tesis de Romero (2017), titulada “La Contabilidad de Costos y la Gestión Gerencial en las Pequeñas y Medianas Empresas Agrícolas de la Provincia de Huaral”, realiza un análisis exhaustivo sobre el impacto de la contabilidad de costos en la gestión gerencial de las pequeñas y medianas empresas agrícolas en la región. En una de las conclusiones clave de su investigación, se destaca que una contabilidad de costos adecuadamente implementada no solo permite conocer los costos de producción, sino

que también proporciona información crucial para el desarrollo de diversas funciones gerenciales y la toma de decisiones estratégicas.

Los autores subrayan que, para que la contabilidad de costos sea eficaz, debe ser implementada correctamente dentro de las PyMEs agrícolas. Una implementación adecuada permite que las empresas tengan un control eficiente sobre los costos asociados a la producción, como los costos de insumos, mano de obra y otros gastos operativos. Esta contabilidad ofrece información detallada y precisa sobre los costos de producción de los productos agrícolas, lo que es esencial para las gerencias. Gracias a esta información, los gerentes pueden obtener una visión clara de los costos involucrados en cada etapa de la producción y detectar áreas donde se pueden optimizar recursos o reducir gastos innecesarios, lo cual es clave para mantener la rentabilidad.

La contabilidad de costos también facilita el desarrollo de diversas funciones gerenciales, tales como la planificación, organización, ejecución y control de las operaciones. Con esta herramienta, los gerentes pueden tomar decisiones más informadas y estratégicas, optimizando sus márgenes de ganancia, minimizando pérdidas y aumentando la competitividad de la empresa en el mercado.

En conclusión, el estudio refuerza la idea de que la contabilidad de costos es una herramienta estratégica para las pequeñas y medianas empresas agrícolas. Al proporcionar información necesaria para funciones gerenciales clave y ayudar en la toma de decisiones informadas, contribuye significativamente a la optimización de la

gestión, la mejora de la rentabilidad y la sostenibilidad financiera de las empresas agrícolas.

La tesis de Melgarejo (2015), titulada “Los Costos de Producción en el Proceso de la Toma de Decisiones en las Empresas Agroindustriales de la Provincia de Barranca”, realiza un análisis detallado sobre cómo los costos de producción influyen en la toma de decisiones estratégicas dentro de las empresas agroindustriales de la región de Barranca. En la conclusión principal, los autores destacan que los costos de producción no solo deben ser vistos como un aspecto contable, sino también como una herramienta esencial para las gerencias, que les permite tomar decisiones informadas y alineadas con los objetivos y metas establecidos en los planes de producción de las empresas.

Los costos de producción proporcionan información clave sobre los recursos empleados en el proceso productivo, lo cual es fundamental para que las empresas puedan conocer con precisión la inversión realizada durante un período determinado. Saber cuánto se invierte en cada etapa del proceso productivo, desde la adquisición de materias primas hasta los costos de mano de obra y los costos indirectos, ofrece a las gerencias una visión clara de su situación financiera.

Gracias a esta información, las empresas pueden evaluar la rentabilidad de las inversiones realizadas en el proceso productivo. Esto permite a los gerentes tomar decisiones sobre la asignación de recursos, la posible modificación de los procesos de producción o la necesidad de ajustar los precios para mejorar la rentabilidad. Además, el control y análisis de los costos ayudan a asegurar que los recursos se utilicen de manera eficiente.

Uno de los aspectos clave resaltados en la tesis es que el conocimiento detallado de los costos de producción facilita la toma de decisiones oportunas y correctas. Esto optimiza los procesos productivos, contribuye al cumplimiento de los objetivos y metas empresariales, y asegura la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo de las empresas agroindustriales.

En conclusión, el estudio refuerza la idea de que los costos de producción son un pilar fundamental en la toma de decisiones estratégicas dentro de las empresas agroindustriales. La correcta gestión de estos costos no solo permite conocer la inversión realizada, sino que también facilita la toma de decisiones clave que optimicen los procesos, contribuyan a los objetivos empresariales y aseguren el éxito a largo plazo de las empresas en el sector agroindustrial

## **2.2 BASES TEORICAS**

**La Teoría de los Costos de Distribución**, La descripción de las etapas del proceso de distribución de las empresas, independientemente de su naturaleza, destaca las fases clave que deben ejecutarse para garantizar que los gastos asociados a estas actividades contribuyan efectivamente al logro de los objetivos comerciales y financieros de la empresa. Estas etapas son esenciales para lograr una gestión eficiente que no solo impulse las ventas, sino que también optimice los recursos y maximice los beneficios.

Creación de la demanda: Esta etapa inicial es fundamental para atraer la atención de los consumidores y generar interés por los productos. Las estrategias empleadas en esta fase, como la publicidad, la propaganda y los incentivos, buscan despertar el deseo de compra en los clientes potenciales. La correcta ejecución de esta fase impacta

directamente en la efectividad de las siguientes etapas, ya que sin demanda activa, las acciones de ventas y distribución no serían tan eficaces.

**Obtención de la orden:** Una vez que se ha creado la demanda, es necesario convertirla en ventas reales. Esto se logra cuando los consumidores realizan un pedido o firman un contrato para adquirir el producto. Aquí, la eficiencia de la gestión comercial y las estrategias de ventas son determinantes para transformar el interés generado en una transacción efectiva.

**Gestión y entrega de productos:** Este proceso incluye la logística relacionada con el almacenamiento, el empaque, el transporte y la distribución de los productos. Cada una de estas actividades debe estar organizada de manera que garantice la entrega oportuna y en buen estado de los productos al cliente, lo que refleja el nivel de eficiencia operativa de la empresa.

**Control de la venta:** La fase final es crucial para garantizar que la transacción se cierre exitosamente en términos financieros. Implica una serie de actividades administrativas y contables, tales como la investigación de crédito, el registro de la transacción en las rutinas contables, la preparación de estados de cuenta y el seguimiento de cobranza hasta que el pago se haga efectivo. Una correcta gestión en esta etapa asegura que la empresa reciba el flujo de efectivo correspondiente por sus ventas, lo cual es esencial para mantener la liquidez y solvencia de la empresa.

**La Teoría de la Contabilidad de Costos,** Se establece que la función principal de la contabilidad de costos es proporcionar información clave a la Gerencia para facilitar

la toma de decisiones entre diversas opciones, preparar los datos necesarios para mejorar o reducir los costos empresariales, calcular los costos y las utilidades correspondientes a un período determinado, y determinar los costos previos a la producción para su adecuado control y valoración de inventarios. Hoy en día, la contabilidad de costos está siendo redefinida debido a las demandas de un entorno empresarial altamente competitivo. La búsqueda de la excelencia y la obtención de ventajas competitivas han transformado profundamente la economía, lo que ha llevado a muchas empresas productivas a cambiar drásticamente sus procesos operativos. Este cambio genera un nuevo contexto para la contabilidad de costos, o más precisamente, para la gestión de costos, que ahora se extiende no solo a las empresas industriales, sino también a las dedicadas a la actividad distributiva. Con la transformación de los entornos internos y externos de las empresas productivas, el sistema tradicional de contabilidad de costos puede no ser suficiente para proporcionar la información necesaria para una planificación y control efectivos. En consecuencia, las tendencias más recientes derivadas de estos cambios incluyen: enfoque en el cliente, calidad total, reingeniería de procesos, justo a tiempo y tecnología de la información. Así, las empresas productivas se centran en agregar valor diferenciado a sus productos, integrando sus operaciones en una cadena de valor eficiente y gestionando sus costos mediante una evaluación detallada. La contabilidad de costos debe proporcionar la información requerida para medir la satisfacción del cliente, establecer indicadores de rendimiento tanto a nivel individual como corporativo, y permitir un monitoreo continuo de los procesos de producción para determinar de manera precisa y planificada los costos involucrados.

**La Teoría de los Costos,** El concepto de costo está estrechamente relacionado con la teoría económica básica de bienes y servicios, que establece que los ingresos generados por cualquier actividad económica deben ser mayores que sus costos. Este principio es fundamental tanto en la economía privada como en la social. Así, el análisis de los costos siempre debe ir acompañado del estudio de los ingresos correspondientes, ya que la diferencia entre ambos define la utilidad o el beneficio. No obstante, los costos han sido una fuente constante de confusión y errores, ya que han sido abordados desde distintos enfoques por diversos profesionales. Recientemente, ha surgido un esfuerzo por coordinar las visiones de economistas y contadores sobre este tema, dado que los costos se generan dentro de la empresa privada considerada como unidad productiva.

Desde una perspectiva económica y contable, ambos enfoques se complementan, de modo que omitir el análisis de la teoría económica de los costos impide comprender completamente su naturaleza e importancia, lo que podría llevar a una interpretación equivocada en el ámbito contable. El término "costo" tiene múltiples significados y no existe una única definición que abarque todos sus aspectos. Los costos tienen implicancias sociales, económicas y contables. Desde el punto de vista económico, están ligados a la teoría del valor (valor-costos) y a la teoría de los precios (precio de costo).

Existen dos acepciones principales del concepto de costo: la primera hace referencia a la suma de los esfuerzos y recursos empleados en la producción de algo, conocida como costo de inversión. La segunda acepción está vinculada a lo que se sacrifica o se pierde al optar por una alternativa en lugar de otra, conocido como costo de sustitución.

El primer concepto se refiere a los factores técnicos involucrados en la producción, mientras que el segundo se enfoca en las consecuencias económicas de una decisión, es decir, el sacrificio asociado a la opción seleccionada.

**La Teoría de la Gestión,** En el pasado, la gestión empresarial se veía principalmente a través de un enfoque centrado en la eficiencia y la eficacia operativa, adoptando una perspectiva tecnocrática que priorizaba los aspectos técnicos y cuantificables de las operaciones de una empresa. Este enfoque estaba principalmente orientado a la optimización de los procesos internos y la maximización de los resultados dentro de un contexto rígido de producción y control. Aunque se reconocía la importancia de la eficiencia, las empresas no siempre tomaban en cuenta factores externos como el entorno social, económico o regulatorio, limitando su capacidad de adaptación y crecimiento a largo plazo.

Sin embargo, con el tiempo y la evolución de las teorías de gestión y la complejidad del entorno empresarial, la visión de la gestión ha pasado a ser más integral y dinámica. Hoy en día, según esta teoría moderna de la gestión empresarial, se entiende que la clave para una organización exitosa radica en la capacidad de planificar, organizar y dirigir de manera estratégica los recursos disponibles para lograr los mejores resultados posibles, no solo en términos de eficiencia operativa, sino también en términos de sostenibilidad, innovación y cumplimiento de objetivos a largo plazo. Este enfoque considera no solo la rentabilidad y la eficiencia, sino también el impacto social, ambiental y ético de las decisiones empresariales.

El proceso de toma de decisiones, en este contexto, se encuentra a cargo de la Gerencia o Administración de la empresa, quienes deben tomar decisiones fundamentadas en

información precisa y en el análisis de los posibles riesgos y oportunidades. Estas decisiones deben estar orientadas a alcanzar los objetivos y metas previamente establecidos en los planes estratégicos de la organización, lo que incluye la gestión adecuada de los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, así como la constante evaluación de los resultados obtenidos frente a los objetivos planteados.

Un aspecto crucial en este proceso de gestión es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa, las cuales no solo son una responsabilidad legal, sino que también impactan directamente en la reputación y estabilidad financiera de la organización. El pago oportuno y adecuado del Impuesto a la Renta de Tercera Categoría, por ejemplo, representa una de las principales obligaciones fiscales que las empresas deben cumplir, y es parte integral de la estrategia fiscal y financiera. No cumplir con estas obligaciones podría derivar en sanciones, multas y daños a la imagen corporativa, lo que afectaría negativamente tanto la competitividad como la sostenibilidad de la empresa a largo plazo. Así, la gestión tributaria se convierte en una de las piezas fundamentales de la toma de decisiones estratégicas en la administración de una empresa moderna.

## **2.3 BASES FOLOSOFICAS**

### **2.3.1 La filosofía de los costos de producción y comercialización**

Este enfoque integral y estratégico en la gestión de costos abarca todos los aspectos del proceso productivo y comercial de una empresa, desde la adquisición de materias primas hasta la distribución final del producto al consumidor. En términos prácticos, no solo se busca optimizar los costos directos como los de insumos y mano de obra, sino también los costos indirectos, como los de administración, marketing, transporte y almacenamiento. La gestión eficaz de

ambos tipos de costos permite una mejor asignación de los recursos y una mayor capacidad para identificar oportunidades de ahorro, lo que contribuye a una operación más eficiente.

Además, esta filosofía de optimización no solo se limita a reducir gastos, sino que también busca mejorar la calidad del producto y la satisfacción del cliente. Esto se logra a través de prácticas como la mejora continua, la adopción de tecnologías de vanguardia, la reingeniería de procesos, y la implementación de sistemas de control más rigurosos. Estas medidas permiten a las empresas no solo ser competitivas en términos de costos, sino también ofrecer productos que satisfagan las expectativas de calidad del mercado.

A largo plazo, una correcta gestión de costos ayuda a asegurar la rentabilidad de la empresa. Al reducir los costos innecesarios, incrementar la eficiencia en cada etapa de producción y optimizar los recursos disponibles, las empresas pueden mantener márgenes de ganancia saludables, lo que les permite reinvertir en su crecimiento, innovar, y fortalecer su posición en el mercado. Por lo tanto, este enfoque estratégico no solo tiene implicaciones operativas, sino también estratégicas, ya que permite a las empresas ser más ágiles y adaptarse mejor a los cambios del entorno competitivo.

A continuación se detallan algunos de los principios clave que componen esta filosofía:

### **1. Enfoque en la Eficiencia Operativa:**

La filosofía de los costos se centra en la eliminación de desperdicios y en la optimización del uso de los recursos a lo largo de todo el proceso productivo.

Este enfoque no solo busca reducir los costos asociados a la materia prima, la mano de obra, la energía y otros recursos, sino también garantizar que cada uno de estos elementos se utilice de la manera más eficiente posible. A través de un análisis detallado de cada etapa del proceso, se identifican áreas en las que los recursos pueden ser mejor aprovechados, lo que resulta en una reducción de costos operativos.

La eficiencia en la producción tiene un impacto doble: no solo disminuye los gastos operativos, sino que también mejora la calidad del producto final. Al reducir los desperdicios y mejorar los procesos, las empresas pueden ofrecer productos de mayor calidad a un costo más bajo, lo que fortalece su competitividad en el mercado. Además, esta eficiencia contribuye a una mayor sostenibilidad, al hacer un uso más responsable de los recursos y minimizar el impacto ambiental.

## **2. Control de Costos en Todas las Etapas:**

Es importante llevar a cabo un monitoreo constante de los costos desde la etapa de producción hasta la comercialización del producto. En la producción, los costos principales abarcan los gastos asociados con las materias primas, la mano de obra directa, así como los costos indirectos relacionados con la gestión, mantenimiento de equipos y otros gastos operativos necesarios para garantizar el funcionamiento eficiente del proceso productivo. Estos costos deben ser controlados y gestionados adecuadamente para asegurar una producción rentable.

En cuanto a la comercialización, los costos incluyen no solo los relacionados con la distribución, sino también aquellos destinados a la publicidad, promoción y ventas del producto. Estos gastos son esenciales para atraer a los consumidores y posicionar el producto en el mercado, permitiendo que la empresa logre sus objetivos comerciales. Ambos tipos de costos, los de producción y comercialización, deben ser analizados y gestionados en conjunto para optimizar los recursos de la empresa, mejorar la rentabilidad y asegurar la sostenibilidad de las operaciones.

### **3. Costos de Producción como Base para la Toma de Decisiones:**

La información detallada sobre los costos de producción es clave para que la gerencia pueda tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos concretos. Esta información permite determinar los precios adecuados para los productos, elaborar estrategias de marketing más efectivas, realizar inversiones en nuevas tecnologías y evaluar oportunidades de expansión. Además, tener un conocimiento preciso del costo total de los productos y servicios es esencial para analizar la rentabilidad de la empresa, explorar nuevas líneas de productos y maximizar los márgenes de ganancia. Así, la gestión de costos se convierte en una herramienta estratégica fundamental para optimizar los recursos y asegurar el crecimiento y la competitividad del negocio.

### **4. Visión a Largo Plazo:**

La gestión de costos debe ir más allá de una simple reducción de gastos a corto plazo, enfocándose también en un análisis estratégico de los costos a largo plazo. Esto implica evaluar y realizar inversiones en áreas clave como la innovación, la mejora continua de los procesos productivos y la capacitación

del personal. Al hacerlo, las empresas pueden asegurar no solo la optimización de sus recursos en el presente, sino también sentar las bases para un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva a futuro. Este enfoque integral permite que la organización se adapte a los cambios del mercado y evolucione conforme a las demandas del entorno empresarial.

#### **5. Orientación al Cliente y Valor Agregado:**

En la comercialización, es crucial gestionar los costos de manera que no comprometan la propuesta de valor ofrecida al cliente. La filosofía de los costos sostiene que, aunque el precio del producto debe ser competitivo, también debe reflejar el valor agregado que este brinda al consumidor. Esto implica que los costos asociados no solo se gestionen para mantener precios accesibles, sino que también se invierta en aspectos que mejoren la calidad del producto, el servicio al cliente y la experiencia de compra. Al hacerlo, las empresas logran equilibrar la rentabilidad con la satisfacción del cliente, fortaleciendo así su posicionamiento en el mercado.

#### **6. Costo como Herramienta de Planificación Estratégica:**

Los costos de producción y comercialización son elementos clave en la planificación estratégica de una empresa. Al comprender los costos involucrados, la empresa puede establecer objetivos financieros precisos, realizar proyecciones de crecimiento y ajustar sus estrategias de marketing y ventas para maximizar la eficiencia y la rentabilidad. Esta información no solo ayuda a tomar decisiones informadas, sino que también facilita la identificación de áreas de mejora, permitiendo a la empresa ser más competitiva en el mercado y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

## **7. Cumplimiento de Normativas Fiscales:**

Una parte fundamental de esta filosofía es la gestión efectiva de los costos fiscales, con un énfasis particular en la correcta aplicación del Impuesto a la Renta de Tercera Categoría. En este sentido, las empresas deben garantizar que todos sus costos sean debidamente registrados, clasificados y gestionados, lo que no solo ayuda a obtener una imagen precisa de su situación financiera, sino también a cumplir con las obligaciones fiscales que les corresponden. Un manejo adecuado de los costos fiscales evita incurrir en sanciones, intereses o problemas legales, lo que podría afectar gravemente su reputación y estabilidad económica.

El enfoque de gestión de costos va más allá de la simple reducción de gastos. Implica un análisis profundo y estratégico de cada aspecto del proceso productivo y comercial, con el objetivo de optimizar los recursos disponibles y mejorar la rentabilidad a largo plazo. Las empresas no solo buscan minimizar los gastos, sino también maximizar el valor generado por cada inversión, mediante decisiones fundamentadas que tengan en cuenta tanto los costos directos como indirectos. Esta optimización contribuye a mantener la competitividad de la empresa, lo que es clave en mercados cada vez más globalizados y cambiantes.

Además, una correcta gestión de costos permite a las empresas ser más ágiles y flexibles frente a las fluctuaciones del mercado. Al reducir costos innecesarios y reorientar los recursos hacia áreas clave de crecimiento, las empresas pueden adaptarse mejor a las nuevas demandas del consumidor, a la

innovación tecnológica y a los cambios regulatorios. También, la correcta administración de los costos fiscales y operativos facilita la planificación financiera, ya que permite proyectar con mayor certeza los flujos de caja, las necesidades de inversión y las posibles áreas de expansión.

### **2.3.2 La filosofía de la gestión gerencial**

Este enfoque integral se centra en guiar las decisiones, estrategias y prácticas dentro de una organización con el fin de alcanzar sus metas, maximizando la eficiencia y efectividad de los recursos disponibles. Parte de la premisa de que una gestión exitosa no solo consiste en controlar, sino también en liderar, innovar y adaptarse a los cambios, todo ello en un marco ético y estratégico que valore tanto el bienestar organizacional como el personal. La filosofía detrás de este enfoque pone énfasis en principios clave como la planificación, organización, dirección y control de los recursos de la empresa, buscando siempre el cumplimiento de los objetivos predefinidos. Al implementar esta visión, las organizaciones no solo buscan optimizar sus operaciones, sino también fomentar un entorno de trabajo dinámico y adaptado a las necesidades del mercado y las expectativas de los empleados, promoviendo un crecimiento sostenible y estratégico.

Principales principios y componentes de la filosofía de la gestión gerencial:

#### **1. Enfoque Estratégico:**

La gestión gerencial se fundamenta en la habilidad para anticipar, planificar y ejecutar estrategias que aseguren el cumplimiento de los objetivos empresariales a corto, medio y largo plazo. Los gerentes deben tener la capacidad de identificar tanto oportunidades como amenazas en el entorno

competitivo y tomar decisiones fundamentadas que orienten a la organización hacia el éxito. Para lograr esto, es esencial realizar un análisis constante del entorno empresarial, manteniendo siempre una alineación entre las metas organizacionales y las acciones implementadas. Este enfoque requiere de una visión estratégica que permita adaptar la organización de manera proactiva a los cambios del mercado, optimizando recursos y manteniendo un equilibrio entre los intereses de los diferentes actores involucrados, tanto internos como externos a la empresa.

## **2. Liderazgo y Toma de Decisiones:**

Los gerentes, como líderes, tienen la responsabilidad de tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos, conocimientos y experiencia, orientadas a guiar a la organización hacia sus metas. Su rol no se limita a coordinar actividades, sino que también involucra inspirar y motivar a los equipos de trabajo, fomentando un entorno donde todos los miembros colaboren hacia el logro de los objetivos organizacionales. La toma de decisiones efectiva es esencial, ya que cada decisión tiene un impacto directo en la operativa diaria, la cultura organizacional y el rendimiento general de la empresa. Además, los gerentes deben ser capaces de manejar situaciones complejas, adaptarse a los cambios del entorno y tomar decisiones que favorezcan el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la organización.

## **3. Gestión de Recursos Humanos:**

La filosofía gerencial reconoce que las personas son el recurso más valioso de una empresa, y, por lo tanto, la gestión eficaz del capital humano se convierte en una de las principales prioridades. Esta gestión abarca no solo

la contratación y el desarrollo de talento, sino también la capacitación continua y la retención de empleados clave, creando un entorno laboral que fomente la colaboración, la innovación y el crecimiento tanto personal como profesional. Además, se busca generar una cultura organizacional que valore el bienestar de los empleados, promueva la motivación y permita el desarrollo de habilidades, lo cual contribuye a la sostenibilidad y competitividad a largo plazo de la empresa. A través de estas prácticas, las empresas pueden asegurar que su capital humano esté alineado con los objetivos organizacionales, lo que resulta en un impacto positivo en la productividad y el desempeño general de la organización.

#### **4. Ética y Responsabilidad Social:**

Una gestión gerencial efectiva debe basarse en la integridad, cumpliendo no solo con las leyes y regulaciones, sino también con un compromiso profundo hacia los valores éticos y sociales. Esto implica tomar decisiones que no solo busquen maximizar los beneficios empresariales, sino que también consideren el impacto en la sociedad y el medio ambiente. La gestión ética va más allá de la mera legalidad; se trata de promover prácticas que favorezcan el bienestar colectivo, la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. Esto incluye el respeto por los derechos humanos, la protección del medio ambiente y el impulso de iniciativas que favorezcan el progreso de la comunidad. De esta forma, las empresas no solo alcanzan el éxito económico, sino que también contribuyen positivamente a la construcción de una sociedad más justa y responsable

## **5. Orientación a Resultados y Rentabilidad:**

Un principio fundamental en la gestión gerencial es la orientación a resultados, lo que implica que los gerentes deben garantizar que todas las operaciones y actividades de la empresa estén alineadas con los objetivos establecidos, tanto financieros como operacionales. Este enfoque es crucial para asegurar la rentabilidad sostenida y el éxito a largo plazo de la organización. Los gerentes deben enfocarse en la optimización de los recursos, la gestión efectiva de los costos, y la mejora continua de la productividad. Además, deben buscar formas de optimizar los procesos internos, asegurando que los productos o servicios ofrecidos sean competitivos en el mercado y puedan satisfacer las demandas del cliente de manera eficiente. Esta orientación permite no solo alcanzar los objetivos establecidos, sino también posicionar a la empresa de manera estratégica para aprovechar oportunidades y superar desafíos del entorno empresarial.

## **6. Innovación y Adaptabilidad:**

La filosofía de la gestión gerencial pone un énfasis significativo en la innovación y la capacidad de adaptación frente a los constantes cambios en el entorno. Los gerentes deben ser visionarios, anticipándose a las tendencias y desafíos que pueden surgir, y fomentar una cultura organizacional que valore y promueva la creatividad. Esta cultura debe centrarse en la mejora continua y la flexibilidad para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y económicos. Además, la innovación debe trascender los productos y servicios, extendiéndose a los procesos internos y los modelos de negocio, lo que permite a la empresa mantener su

competitividad en un mercado en constante evolución. A través de la innovación constante, las organizaciones pueden no solo resolver problemas y mejorar su oferta, sino también descubrir nuevas oportunidades de crecimiento y asegurar su relevancia a largo plazo.

#### **7. Trabajo en Equipo y Comunicación:**

Una gestión efectiva pone un fuerte énfasis en fomentar el trabajo en equipo y mantener una comunicación abierta y fluida entre todos los niveles de la organización. Los gerentes deben asegurarse de que cada miembro del equipo esté bien informado sobre la visión, misión y objetivos de la empresa, lo que genera un sentido de pertenencia y compromiso. La comunicación clara y transparente es esencial para que todos los esfuerzos estén alineados y dirigidos hacia los mismos fines, evitando malentendidos y conflictos que puedan afectar el rendimiento. Además, una comunicación eficaz ayuda a crear un ambiente de confianza y colaboración, lo que no solo mejora el trabajo en equipo, sino también optimiza el rendimiento general de la organización, al permitir que cada empleado contribuya de manera más efectiva al éxito colectivo.

#### **8. Medición y Evaluación del Desempeño:**

La medición del desempeño es un aspecto fundamental en la gestión gerencial, ya que permite a los gerentes evaluar de manera objetiva el progreso hacia los objetivos organizacionales. Establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) claros es esencial para medir tanto el rendimiento de los empleados como los resultados financieros y operativos de la empresa. Estos indicadores proporcionan una visión detallada de cómo se están alcanzando las metas, facilitando la identificación de áreas que requieren

mejoras. Además, la medición constante permite a los gerentes hacer ajustes oportunos en las estrategias y procesos, garantizando que la organización siga en el camino hacia el éxito. La retroalimentación derivada de la medición del desempeño también es crucial para el desarrollo continuo de los empleados, motivándolos a mejorar y adaptarse a las demandas cambiantes del entorno empresarial.

#### **9. Gestión del Cambio:**

En un entorno empresarial caracterizado por constantes cambios, la habilidad para gestionar el cambio de manera efectiva se convierte en una competencia esencial para cualquier organización. La filosofía de la gestión gerencial subraya la importancia de la adaptabilidad organizacional, que permite a la empresa responder de manera ágil a las transformaciones del mercado, las nuevas demandas de los clientes o los avances tecnológicos. Además, una gestión efectiva del cambio implica guiar a la organización a través de transformaciones, ya sea en su cultura organizacional, estructuras internas, procesos operativos o la implementación de nuevas tecnologías. Esto no solo facilita la transición hacia nuevos modelos de negocio, sino que también contribuye a mantener la competitividad y sostenibilidad a largo plazo. La clave está en crear una mentalidad abierta al cambio y desarrollar estrategias para asegurar que todo el personal esté comprometido y preparado para los desafíos que pueda traer el proceso de adaptación.

#### **10. Visión a Largo Plazo:**

Por último, la gestión gerencial se fundamenta en la importancia de tener una visión estratégica a largo plazo. Los gerentes deben ser capaces de

planificar el futuro de la empresa, anticipando tendencias emergentes, y adaptándose a las nuevas realidades del mercado para asegurar la competitividad continua. La filosofía gerencial debe estar orientada no solo hacia el logro de objetivos inmediatos, sino también a la integración de principios de sostenibilidad y crecimiento a largo plazo. Esto implica tomar decisiones que no se centren únicamente en beneficios inmediatos, sino que favorezcan la estabilidad, el desarrollo y la prosperidad a futuro, promoviendo una evolución constante y responsable en todos los aspectos de la organización. Este enfoque permite que la empresa se mantenga relevante en un entorno de cambio continuo, mientras conserva sus valores y objetivos fundamentales..

## **2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES**

**Contabilidad de Costos** : es una disciplina de la contabilidad que se dedica a calcular, registrar y analizar los costos relacionados con la producción de bienes y servicios en una empresa. Su principal objetivo es proporcionar información detallada sobre la asignación de estos costos, lo que permite a los gerentes tomar decisiones informadas en áreas clave como la fijación de precios, la mejora de la eficiencia, el control de gastos y la rentabilidad del negocio.

**Costo de Desplazamiento** : Hace referencia a los gastos asociados al traslado de productos, personas o recursos de un punto a otro. Esto abarca una variedad de costos, como el transporte, la carga y descarga, y otras actividades logísticas vinculadas al movimiento físico de bienes o personas. Estos costos son esenciales en la cadena de suministro, ya que impactan directamente en la eficiencia de la logística, la distribución

de productos y, en última instancia, en la competitividad de la empresa al determinar el costo final del producto para el consumidor.

**Costo Incurrido o de Inversión** : Se refiere al costo que una empresa incurre para obtener un bien o servicio que se utilizará a largo plazo. Este tipo de gasto está destinado a la adquisición de activos que generarán beneficios futuros, como maquinaria, equipo o propiedades, y se considera una inversión estratégica. A diferencia de los costos operativos o corrientes, el costo incurrido está relacionado con el capital destinado a la producción o adquisición de recursos que contribuirán al desarrollo y crecimiento de la empresa a lo largo del tiempo.

**Costos de Distribución** : abarcan todos los gastos necesarios para llevar un producto desde su fabricación hasta el consumidor final. Estos incluyen gastos de transporte, almacenamiento, distribución, empaques, manejo, comisiones de ventas y actividades publicitarias. Una gestión eficiente de estos costos es crucial para garantizar que el precio del producto sea competitivo, sin que se vea afectada ni la calidad del mismo ni la rentabilidad de la empresa.

**Costos de Producción y Comercialización** : abarcan todos los gastos involucrados en la fabricación de un producto y su posterior comercialización. Estos se dividen en dos grandes categorías: los costos de producción, que incluyen los gastos asociados a la transformación de las materias primas en productos finales, y los costos de comercialización, que se refieren a los gastos relacionados con la distribución, publicidad, ventas y servicios postventa. El objetivo principal es maximizar la rentabilidad de la empresa, asegurando que los costos sean lo más eficientes y competitivos posible, sin comprometer la calidad del producto ni la satisfacción del cliente. Esto implica gestionar los costos de manera estratégica, optimizando los

recursos disponibles para garantizar que tanto la producción como la comercialización sean rentables y contribuyan al éxito general del negocio.

**Costos Indirectos de Producción:** son aquellos gastos que no pueden ser atribuibles de manera directa a la producción de un bien o servicio, pero que son esenciales para el funcionamiento general de la fábrica o el proceso productivo. Estos incluyen gastos generales como el consumo de electricidad, el alquiler de las instalaciones, el mantenimiento de los equipos y los salarios de los supervisores. Aunque no se asignan a un producto específico, son imprescindibles para que la producción pueda llevarse a cabo de manera eficiente y efectiva.

**Costos:** hace referencia al valor global de los recursos empleados en la fabricación de bienes y servicios. Esto abarca tanto los costos directos, como las materias primas y la mano de obra directa, como los costos indirectos, que incluyen los gastos generales y los costos administrativos. Los costos son esenciales para fijar el precio de venta, evaluar la rentabilidad de la empresa y guiar la toma de decisiones operativas dentro de la organización..

**Empresa Frutícola :** se dedica a la producción, comercialización y distribución de frutas, abarcando todas las etapas del proceso, desde el cultivo y cosecha hasta la venta y distribución al consumidor final. Este tipo de empresa puede involucrar tanto productores de frutas frescas como procesadores que elaboran productos derivados, como jugos, mermeladas, conservas y otros productos alimenticios. La gestión de costos en una empresa frutícola es crucial para asegurar la rentabilidad y la competitividad en el mercado. Esta gestión no solo abarca los costos relacionados con la producción agrícola, tales como los gastos en insumos (fertilizantes, pesticidas, mano de obra para la cosecha, etc.), sino también los costos asociados a la comercialización y distribución, que incluyen transporte, almacenamiento, empaques, publicidad y los costos indirectos

de operación (como la energía y el mantenimiento de equipos). La optimización de estos costos permite a la empresa maximizar sus márgenes de ganancia y garantizar la calidad y disponibilidad de sus productos en el mercado.

**Estados de Costos** : son informes financieros que resumen y analizan los gastos asociados con la producción de bienes y servicios durante un periodo específico. Estos informes incluyen el costo de las materias primas, la mano de obra directa, los costos indirectos de producción y otros gastos relacionados. Son herramientas fundamentales para la toma de decisiones gerenciales y la evaluación de la eficiencia en los procesos productivos. El sistema de costos, por su parte, es un conjunto de procedimientos y metodologías que una empresa utiliza para determinar, registrar y controlar los costos de producción. Los sistemas de costos pueden incluir métodos como el costeo por órdenes de trabajo, costeo por procesos o costeo estándar, entre otros. Un sistema de costos bien estructurado permite a las empresas mantener un control riguroso sobre sus finanzas, identificar áreas de mejora y optimizar el uso de sus recursos.

**Gestión Gerencial** : implica un enfoque integral que abarca la planificación, organización, dirección y control de los recursos dentro de una empresa para alcanzar sus metas y objetivos de manera eficaz y eficiente. Este proceso incluye tanto la toma de decisiones estratégicas, que guían el rumbo a largo plazo, como las decisiones operativas cotidianas, que afectan directamente el rendimiento de la empresa. Los gerentes tienen la responsabilidad de liderar la organización, asegurando que los recursos se utilicen de manera óptima y que todos los esfuerzos estén alineados para lograr los resultados esperados.

**Mano de Obra Directa** : se refiere al trabajo realizado por los empleados que están directamente involucrados en la producción de bienes o servicios. Esto incluye los salarios, sueldos y beneficios de los operarios, artesanos o trabajadores que participan

activamente en la transformación de las materias primas en productos terminados. Este tipo de costo es fundamental para calcular el costo total de producción y tiene un impacto directo en la rentabilidad de la empresa.

**Materias Primas** : son los recursos esenciales empleados en la producción de bienes. Son los componentes básicos que, a través del proceso de transformación o manufactura, se convierten en productos terminados. Estas materias pueden ser de origen natural, como minerales, madera o petróleo, o cultivadas, como los productos agrícolas. Son un componente clave en la cadena de suministro, ya que su disponibilidad y costo afectan directamente la eficiencia y competitividad de la producción en cualquier industria.

## **2.5 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

### **2.5.1 HIPÓTESIS GENERAL**

Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura.

### **2.5.2 HIPOTESIS ESPECIFICAS**

Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la planificación de sus actividades productivas y distributivas.

Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la organización de sus actividades productivas y distributivas.

Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la ejecución de sus actividades productivas y distributivas.

## **2.6 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE (VI)**

#### **LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION**

##### **CONCEPTO OPERACIONAL.**

Es el total de los gastos incurridos por las empresas frutícolas para producir y vender frutas durante un ciclo específico, que está determinado por el período vegetativo de las plantas, con el objetivo de que la gerencia pueda conocer la inversión total realizada.

##### **DIMENSIONES**

- Total de gastos
- Incurridos
- Empresas frutícolas
- Producir y vender frutas
- durante un ciclo específico,
- está determinado por el período vegetativo de las plantas,
- con el objetivo de que la gerencia pueda conocer la inversión total realizada.

##### **INDICADORES**

- Costos de producción
- Costos de comercialización
- Estado de costos de inversión

- Estados de costos de producción
- Estados de costos de ventas

### **INDICES**

- Insumos
- Mano de obra directa
- Mano de obra indirecta
- Costos indirectos
- Costo total
- Costo unitario
- Distribución de los costos indirectos

### **VARIABLE DEPENDIENTE (VD)**

### **GESTION GERENCIAL**

### **CONCEPTO OPERACIONAL**

Es la agrupación de tareas realizadas por las gerencias de las empresas frutícolas, mediante la ejecución de sus funciones gerenciales, con el fin de cumplir los objetivos y metas planificados para alcanzarlos en un plazo determinado.

### **DIMENSIONES**

- Agrupación de tareas
- realizadas por las gerencias
- empresas frutícolas,
- ejecución de sus funciones gerenciales,
- cumplir los objetivos y metas planificados
- en un plazo determinado

### **INDICADORES**

- Planificación de actividades
- Organización de actividades
- Ejecución de actividades
- Control de actividades
- Cumplimiento de sus objetivos y metas
- Obtención de resultados
- Evaluación de resultados
- Rentabilidad Operativa
- Rentabilidad Financiera
- Capacidad de endeudamiento

## **INDICES**

- Planeamiento estratégico
- Planeamiento operativo
- Recursos Humanos
- Recursos Materiales
- Recursos Financieros
- Políticas
- Programas
- Proyectos
- Estrategias
- Modelos para la toma de Decisiones con la información de los costos de producción y comercialización
- Análisis y Evaluación de los Resultados

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 DISEÑO METODOLÓGICO**

##### **3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Este estudio se clasifica como una investigación aplicada debido a la naturaleza del problema planteado y los objetivos establecidos. Ha permitido identificar la existencia de la influencia de los costos de producción, comercialización y ventas en el proceso de toma de decisiones dentro de la gestión empresarial. El estudio facilita la formulación de recomendaciones concretas para mejorar la gestión de estos costos, con el fin de optimizar el uso de la información en la toma de decisiones gerenciales. El propósito es que las gerencias utilicen estos datos de manera efectiva para maximizar la rentabilidad de la empresa, contribuyendo a una mejor toma de decisiones estratégicas que mejoren la competitividad y eficiencia operativa.

##### **3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

Este estudio se ha llevado a cabo con un enfoque explicativo, con el objetivo de demostrar cómo los costos de producción y comercialización influyen significativamente en la gestión gerencial de las empresas frutícolas ubicadas en la provincia de Huaura. A través de este análisis, se busca entender la relación directa entre los costos involucrados en la producción de frutas y su impacto en la toma de decisiones gerenciales, el manejo eficiente de los recursos y la maximización de la rentabilidad.

El estudio explora cómo una correcta gestión de los costos, tanto de producción como de comercialización, puede contribuir a una mayor competitividad en el mercado, ya que permite a los gerentes ajustar sus estrategias de acuerdo con la rentabilidad de los productos y optimizar los precios de venta. Además, aborda cómo el conocimiento detallado de estos costos es crucial para la planeación estratégica a corto, mediano y largo plazo, contribuyendo a la sostenibilidad de la empresa en un sector agrícola que enfrenta constantes desafíos como fluctuaciones de precios, demandas de los consumidores y cambios en las normativas.

Por lo tanto, este estudio no solo busca identificar la influencia de los costos en la gestión gerencial, sino también ofrecer recomendaciones prácticas sobre cómo las empresas frutícolas pueden integrar una gestión de costos efectiva en su modelo de negocio. Esto incluye aspectos como la reducción de costos innecesarios, la optimización de procesos de comercialización y el fortalecimiento de la capacidad de adaptación a los cambios del mercado. Con este enfoque, se pretende mejorar la eficiencia operativa de las empresas y fortalecer su posicionamiento dentro del competitivo mercado de frutas, contribuyendo así a su éxito y crecimiento sostenibles..

### **3.1.3 DISEÑO**

El diseño de estudio adoptado fue no experimental, lo que significa que no se llevaron a cabo manipulaciones o intervenciones sobre las variables estudiadas. En lugar de eso, se consideraron las variables tal como se presentan en su contexto natural, permitiendo una observación objetiva y directa de la relación entre ellas. Este enfoque facilita un análisis más realista

de la situación, ya que no se alteran las condiciones del entorno ni de los procesos observados. De esta manera, el estudio busca entender cómo los costos de producción y comercialización influyen en la gestión gerencial de las empresas frutícolas sin modificar el entorno o las condiciones bajo las cuales ocurren los fenómenos, cuyo diagrama fue el siguiente:

**M = o x I o y**

Dónde:

M = Muestra seleccionada.

O = Observación.

X = Los Costos de Producción y Comercialización

Y = La Gestión Gerencial

I = Grado de influencia de la Variable Independiente sobre la Variable dependiente.

### **3.1.4 ENFOQUE**

El enfoque de la investigación es cuantitativo, lo que implica que la recolección de datos se llevó a cabo en un único período de tiempo, permitiendo un análisis objetivo y medible de los fenómenos observados. Este enfoque se centra en hechos concretos y tangibles que ocurren en las empresas frutícolas de la provincia de Huaura, con el objetivo de analizar de manera precisa las relaciones entre los costos de producción y comercialización y la gestión gerencial.

El problema identificado se refiere a la falta de información precisa y relevante sobre los costos de producción y comercialización, lo cual es fundamental para que las gerencias puedan tomar decisiones informadas en diversas áreas clave de la operación. Al disponer de esta información, las empresas pueden mejorar su capacidad para cumplir con sus metas y objetivos, particularmente en aspectos críticos como la calidad de las frutas, la rentabilidad y la maximización de las utilidades. En última instancia, el estudio busca contribuir a la satisfacción de las demandas y expectativas de los clientes y propietarios, fortaleciendo así la competitividad y sostenibilidad de las empresas frutícolas en el mercado..

En el marco de este estudio, han sido considerados los siguientes métodos:

### **HISTORICO**

El estudio permitió obtener una comprensión profunda de la evolución histórica de los Costos de Producción, Comercialización y la Gestión Gerencial. En el contexto actual, disponer de información precisa y detallada sobre los costos es esencial para que las Gerencias puedan tomar decisiones informadas y estratégicas. Esto resulta especialmente relevante cuando se trata de optimizar los gastos y mejorar el rendimiento en las funciones gerenciales, garantizando así una gestión más eficiente y rentable

### **DESCRIPTIVO**

Se empleó para identificar los elementos que componen los costos de producción, cubriendo aspectos como los insumos o materias primas, la mano de obra directa y los costos indirectos, además de los componentes involucrados en los costos de comercialización. Igualmente, permitió

identificar los factores fundamentales de la Gestión Gerencial, incluyendo las funciones esenciales de planificación, organización, ejecución y control de las actividades, lo que facilita una comprensión integral del proceso y la toma de decisiones dentro de la empresa.

### **EXPLICATIVO**

Se utilizó para describir los procedimientos empleados en el registro, clasificación y análisis de los costos de producción y comercialización, así como en la Gestión Gerencial. Este enfoque permitió obtener un conocimiento detallado sobre la inversión en insumos, la mano de obra directa, los costos indirectos y otros gastos vinculados al proceso de comercialización, los cuales son fundamentales para determinar los niveles de utilidades brutas y operativas durante un periodo determinado. Esta información es crucial para tomar decisiones estratégicas que impacten la rentabilidad y eficiencia de las empresas frutícolas.

### **ANALITICO**

Se empleó para examinar los elementos que componen los Costos de Producción y Comercialización, así como los aspectos clave de la Gestión Gerencial, con el objetivo de evaluar el grado de influencia entre estas dos variables. Este análisis consideró la naturaleza de las actividades realizadas por las empresas frutícolas, que se dedican a la producción y comercialización de frutas, tanto para atender las demandas del mercado interno como para satisfacer las exigencias del mercado externo. Este enfoque permitió entender cómo la gestión de los costos impacta directamente en la eficiencia operativa y en la toma de decisiones estratégicas dentro del sector frutícola.

### 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### POBLACIÓN

Estuvo integrada por un total de 460 personas, quienes representan el universo de análisis para el estudio. Este grupo incluye a los actores clave relacionados con el ámbito de estudio, permitiendo obtener una visión integral y representativa. La selección de esta población se realizó considerando criterios específicos que garantizan la pertinencia y validez de los resultados, asegurando que los datos recopilados reflejen con precisión las características y dinámicas del entorno investigado

#### MUESTRA

La muestra de este estudio estuvo conformada por 210 personas, seleccionadas a través de un muestreo aleatorio simple. El tamaño muestral se calculó utilizando la fórmula estadística correspondiente, considerando un nivel de confianza y un margen de error adecuados para garantizar la precisión de los resultados. Este procedimiento asegura que cada individuo de la población de 460 personas tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado, lo que permite obtener datos representativos y generalizables. La selección rigurosa de la muestra contribuye a la confiabilidad del análisis y a la validez de las conclusiones, proporcionando una base sólida para interpretar la relación entre las variables estudiadas y reflejar con exactitud las dinámicas presentes:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

**Dónde:**

n= tamaño de las muestra

Z = Nivel de confianza (1.96)

N = Tamaño de la población

E = Precisión o error (0.05)

p= tasa de prevalencia del objeto de estudio (0.50)

q = (1-p) = 0.50

**Reemplazando la fórmula:**

$$n = \frac{441.7840}{1.1475 + 0.9604}$$

$$n = \frac{441.7840}{2.1079} = 209.5849$$

$$n = 210$$

### **3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.4.1 Técnicas a Emplear**

**LA ENCUESTA**, Se empleó esta técnica con el objetivo de recolectar información de primera mano de la muestra representativa de la población, compuesta por el personal que labora en distintos niveles dentro de las Empresas Frutícolas. Esta recolección de datos se centró en obtener perspectivas directas de los trabajadores, lo que permite una comprensión más profunda del problema en estudio. A través de esta técnica, se buscó analizar con mayor precisión cómo el Sistema de Costos influye en la formulación y presentación de los Estados de Costos, facilitando una visión más clara de los

procesos internos y su impacto en la gestión de costos. Además, esta metodología proporcionó un enfoque integral para evaluar cómo las decisiones relacionadas con los costos afectan las operaciones diarias de las empresas y la toma de decisiones estratégicas, permitiendo también identificar oportunidades para optimizar los procesos productivos y mejorar la rentabilidad en el contexto económico actual.

**LA ENTREVISTA,** Se utilizó esta técnica con el fin de establecer una comunicación directa con los sujetos de estudio, lo que permitió obtener respuestas verbales a las preguntas formuladas sobre el problema planteado. Este enfoque facilitó la obtención de información más detallada y precisa, promoviendo una mayor participación de los sujetos investigados. Además, permitió aclarar posibles malentendidos y garantizar la exactitud de las respuestas. Para este propósito, la encuesta fue diseñada de manera estructurada, considerando la naturaleza del problema investigado, lo que permitió orientar las preguntas de manera adecuada para obtener información relevante y directa. Este enfoque garantizó la validez de los datos recolectados, mejorando la fiabilidad de los resultados y permitiendo obtener una visión más completa del impacto de los costos en la gestión gerencial dentro de las empresas frutícolas.

**LA OBSERVACION,** Se utilizó esta técnica con el propósito de tener una presencia significativa en el ámbito geográfico donde las Empresas Frutícolas llevan a cabo sus actividades. El objetivo principal fue obtener un registro visual de lo que ocurre en un contexto real, lo cual permitió observar de

manera directa las situaciones que afectan el entorno de trabajo. Para ello, los eventos más relevantes fueron clasificados y registrados de acuerdo con un esquema previamente elaborado, considerando las características específicas del problema investigado. De este modo, se logró documentar la conducta y el desempeño de los funcionarios, empleados y obreros en las actividades diarias que desarrollan dentro de estas empresas. Este enfoque proporcionó una visión más precisa de los procesos y comportamientos que influyen en la operación cotidiana, facilitando la identificación de áreas de mejora y permitiendo una comprensión más profunda de los factores que impactan en la gestión de costos y la eficiencia operativa.

#### **3.4.2. DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS**

El instrumento más utilizado en esta investigación fue el Cuestionario, considerado una herramienta complementaria fundamental junto con la entrevista. El cuestionario se estructuró con un conjunto de preguntas directamente relacionadas con las variables del estudio, con el fin de obtener respuestas precisas de los encuestados y verificar las hipótesis planteadas. Su diseño fue formal, asegurando que los participantes comprendieran claramente los objetivos de la investigación. Las preguntas fueron cerradas en su mayoría, y con opciones múltiples de respuesta, lo que facilitó una recolección de datos ordenada y eficiente.

Asimismo, se empleó la técnica de la entrevista, utilizando como instrumento una Guía de Entrevista. Este instrumento consistió en una serie de preguntas estructuradas que el entrevistador utilizó para obtener respuestas directas del

entrevistado. El objetivo principal de esta técnica fue permitir que los participantes expresaran sus percepciones y opiniones de forma más espontánea y abierta, lo que permitió explorar con mayor profundidad aspectos cualitativos relacionados con el estudio. Este enfoque flexible brindó una visión más detallada y completa del fenómeno investigado.

Por último, se utilizó la técnica de observación, con una Guía de Observación Directa. A través de esta técnica, el investigador pudo obtener información real y directa sobre los hechos y comportamientos en el entorno de estudio. La observación permitió verificar las hipótesis de la investigación, proporcionando datos empíricos que fundamentaron el análisis del problema. La guía de observación facilitó la recolección de datos visuales y conductuales, brindando una base sólida para la validación de los supuestos planteados.

### **3.5 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

El procesamiento de la información obtenida se llevó a cabo mediante el uso de herramientas computacionales con el fin de obtener resultados precisos y facilitar un análisis detallado, que estuviera alineado con los objetivos, preguntas e hipótesis planteadas en la investigación. Este proceso utilizó técnicas estadísticas apoyadas por programas estadísticos avanzados, lo que permitió manejar grandes volúmenes de datos de manera eficiente y aplicar métodos analíticos para asegurar la validez y confiabilidad de los resultados.

El proceso de tratamiento de los datos se llevó a cabo de la siguiente manera:

Revisión y organización de la información: Una vez recolectados los datos, se procedió a revisar, corregir y organizar la información de acuerdo con las hipótesis planteadas al inicio de la investigación. Esto garantizó que los datos fueran coherentes y adecuados para su análisis posterior.

Codificación de respuestas: Las respuestas obtenidas fueron codificadas utilizando un sistema de códigos numéricos asignados a las variables, lo que facilitó la tabulación y organización de los datos.

Clasificación de variables: Las variables codificadas se agruparon en categorías, lo que permitió medir los conceptos de los grupos y facilitar su análisis posterior. Esta organización permitió comparar y contrastar de manera eficiente los resultados obtenidos.

Definición de herramientas estadísticas: Se definieron las herramientas estadísticas necesarias para procesar y analizar los datos de manera precisa, asegurando que el enfoque elegido fuera adecuado para el tipo de datos y objetivos de la investigación.

Las herramientas estadísticas utilizadas fueron las siguientes:

Medidas de tendencia central: Se calcularon indicadores como la media, mediana y moda para identificar el valor central de los datos recolectados.

Medidas de dispersión: Se utilizaron para evaluar la variabilidad de los datos, a través de medidas como la desviación estándar y el rango.

Pruebas estadísticas: Se aplicaron pruebas para realizar análisis inferenciales sobre los datos y comprobar las relaciones entre las variables estudiadas.

En cuanto al contraste de las hipótesis, se utilizó un análisis no paramétrico, específicamente la prueba estadística Chi-cuadrado. Esta prueba permitió evaluar la relación entre las variables de manera efectiva, sin asumir distribuciones paramétricas en los datos. El uso de esta prueba fue clave para validar las hipótesis planteadas y realizar un análisis significativo de los resultados obtenidos.

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada para la investigación. La encuesta constó de 10 preguntas, diseñadas específicamente en función de las variables e indicadores definidos en el marco teórico, con el objetivo de recabar datos relevantes para las hipótesis planteadas. La información recabada se ha procesado de manera detallada y organizada, permitiendo una interpretación precisa de los resultados

Una vez procesados los datos, se elaboraron cuadros estadísticos que muestran los porcentajes correspondientes a cada respuesta obtenida en la encuesta. Estos cuadros han sido acompañados de representaciones visuales, tales como gráficos de barras y gráficos de sectores, para facilitar la comprensión y observación de las tendencias y patrones emergentes en los datos. Estas representaciones gráficas permiten observar las distribuciones de las respuestas de manera más accesible y clara, mejorando la interpretación de los resultados.

Para llevar a cabo el análisis de los datos, se utilizaron procedimientos estadísticos adecuados para validar las hipótesis formuladas al inicio del estudio. Se aplicaron técnicas que permitieron identificar las relaciones entre las variables de estudio y asegurar la confiabilidad de las conclusiones. El análisis se enfocó en las correlaciones entre los costos de producción, comercialización y la gestión gerencial dentro de las empresas frutícolas, evaluando cómo cada variable influye en los resultados operativos.

Los resultados obtenidos permitieron una comprensión más clara del comportamiento y las características de la muestra investigada. A partir de estos hallazgos, se

elaboraron conclusiones sobre la influencia de los costos de producción y comercialización en la gestión gerencial. Asimismo, se identificaron áreas clave de mejora que pueden optimizar los procesos dentro de las empresas frutícolas, con el fin de mejorar su eficiencia operativa y rentabilidad.

Las conclusiones fueron la base para formular recomendaciones prácticas, las cuales están orientadas a mejorar los aspectos identificados en el estudio. Estas recomendaciones se centran en la optimización de los costos y en la toma de decisiones gerenciales estratégicas para aumentar la competitividad de las empresas frutícolas en la provincia de Huaura. Las propuestas incluyen la implementación de mejores prácticas en la gestión de costos y la evaluación constante de la eficiencia en las operaciones, con el objetivo de contribuir al éxito y sostenibilidad de las empresas en este sector, tal como se muestra en el siguiente que a continuación se muestra:

*Tabla 1 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
SIEMPRE	8	20%
MUCHAS VECES	26	58%
ALGUNAS VECES	7	15%
RARA VEZ	1	3%
NUNCA	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

**Nota: Propia autoría**

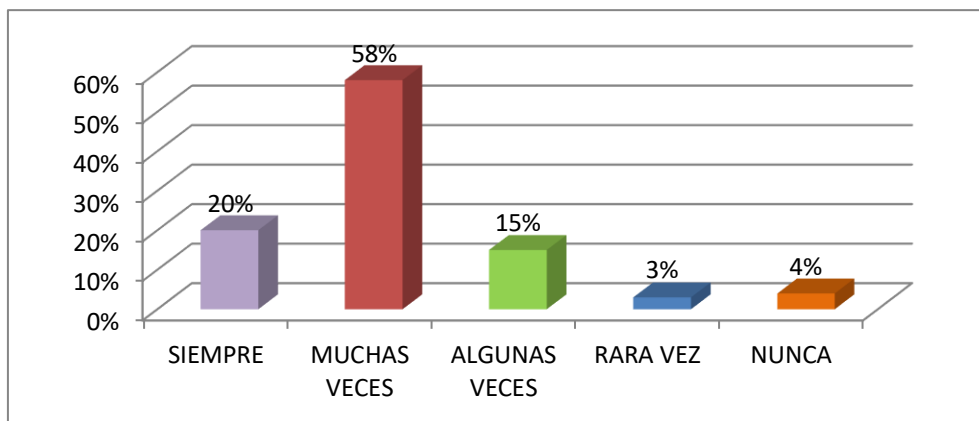


Figura 1 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial

### **Interpretación:**

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, la mayoría de los encuestados (58%) señaló que la información sobre los costos de producción y comercialización se utiliza "muchas veces", lo que sugiere que, en la mayoría de los casos, las empresas están tomando en cuenta estos costos en sus procesos de toma de decisiones. Un 20% indicó que la información se utiliza "siempre", lo que demuestra una práctica constante y sistemática de considerar los costos en la gestión empresarial. Solo un 15% de los encuestados mencionó que se utiliza "algunas veces", mientras que un 3% señaló que se usa "rara vez", y un 4% indicó que nunca se utiliza.

Esta variabilidad en la frecuencia de uso de la información sobre los costos refleja diferentes niveles de conocimiento y aplicación de los conceptos de contabilidad de costos en las empresas frutícolas. Sin embargo, lo que se resalta es que una amplia mayoría de los encuestados reconoce la importancia de estos datos para la toma de decisiones gerenciales.

La información precisa sobre los costos de producción y comercialización es fundamental para las gerencias, ya que, cuando se utiliza adecuadamente, contribuye a la planificación, organización, ejecución y control de las actividades. Facilita la toma de decisiones estratégicas, ayudando a las empresas a cumplir sus objetivos y metas.

Esto es especialmente importante en el sector de las empresas frutícolas, donde los costos variables y fijos pueden ser determinantes para la rentabilidad y la competitividad.

La contabilidad de costos desempeña un papel esencial en este proceso, ya que permite monitorear los recursos financieros de manera efectiva. Al hacer un seguimiento detallado de los costos asociados con la producción, las ventas y la administración, las empresas pueden obtener una visión clara de su estructura de costos, lo que les permite tomar decisiones informadas sobre precios, asignación de recursos y evaluación del desempeño. Además, ayuda a identificar oportunidades de ahorro y áreas de mejora operativa, lo que puede resultar en una mayor eficiencia y rentabilidad.

En conclusión, la disponibilidad y el uso adecuado de la información sobre los costos de producción y comercialización son cruciales para una gestión empresarial efectiva, ya que permite tomar decisiones fundamentadas y estratégicas. Esto contribuye significativamente al éxito y la sostenibilidad de las empresas, ayudando a optimizar sus operaciones y a alcanzar sus objetivos de manera más eficiente.

*Tabla 2 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Planificación de sus Actividades Productivas y Distributivas*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
DEFINITIVAMENTE SI	30	68%
PROBABLEMENTE SI	7	18%
DEFINITIVAMENTE NO	4	8%
PROBABLEMENTE NO	3	6%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

**Nota: Propia autoría**

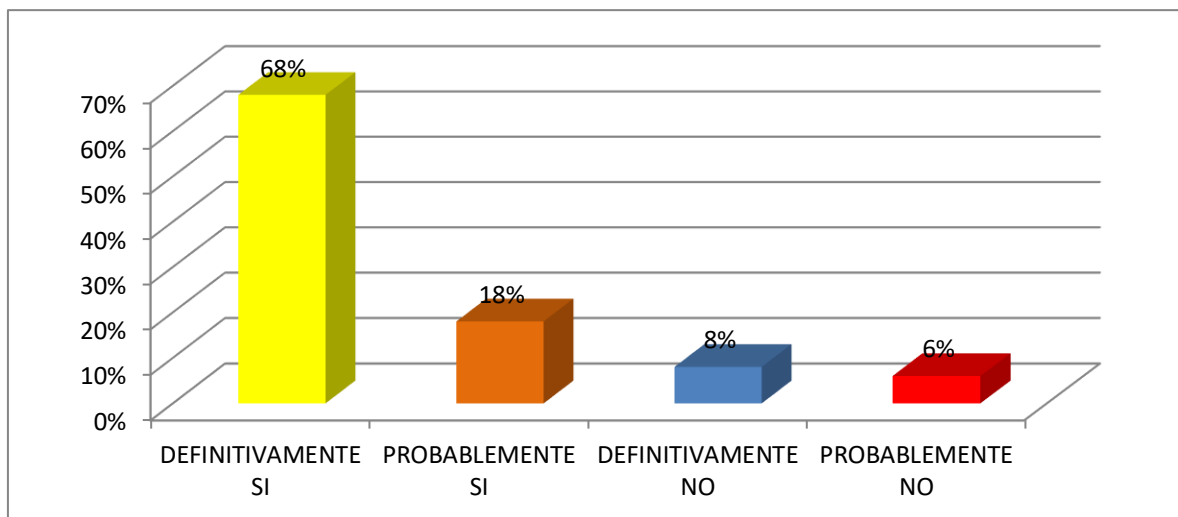


Figura 2 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Planificación de sus Actividades Productivas y Distributivas

### Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la encuesta, el 68% de los encuestados respondió "definitivamente sí", lo que indica un consenso mayoritario sobre la importancia de la información sobre los costos de producción y comercialización para la planificación de las actividades productivas y distributivas. Un 18% de los encuestados consideró que "probablemente sí", lo que refuerza aún más la idea de que esta información tiene un impacto positivo en la gestión de las empresas. Sin embargo, un 8% respondió "definitivamente no" y un 6% "probablemente no", lo que podría reflejar ciertos desacuerdos o falta de concienciación en algunas áreas de las empresas respecto a la relevancia de los costos en la planificación estratégica.

La información detallada sobre los costos es, sin duda, una herramienta clave para que las gerencias puedan planificar de manera ordenada y eficiente. Al contar con datos precisos sobre los costos de producción y comercialización, las empresas pueden desarrollar planes que establezcan claramente sus objetivos y metas para el futuro, lo cual facilita la toma de decisiones estratégicas. Esta planificación es

crucial para gestionar los recursos de manera efectiva y ajustar las estrategias frente a cambios en el mercado y en los costos asociados a la producción.

La contabilidad de costos, como instrumento vital en este proceso, permite a las empresas rastrear y analizar detalladamente los costos relacionados con la producción, ventas y administración. Esto no solo facilita la toma de decisiones informadas sobre estrategias de precios y asignación de recursos, sino que también ayuda a identificar áreas de mejora operativa y oportunidades de ahorro de costos. De este modo, la contabilidad de costos contribuye a aumentar la eficiencia y rentabilidad de las empresas.

En conclusión, disponer de información precisa y actualizada sobre los costos de producción y comercialización es fundamental para la gestión empresarial, ya que permite una toma de decisiones estratégica y fundamentada. Esto no solo facilita el cumplimiento de los objetivos empresariales, sino que también contribuye al éxito y sostenibilidad de las empresas a largo plazo..

*Tabla 3 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Organización de sus Actividades Productivas y Distributivas*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
SIEMPRE	10	22%
MUCHAS VECES	30	68%
ALGUNAS VECES	2	5%
RARA VEZ	1	3%
NUNCA	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

Nota: Autoría propia

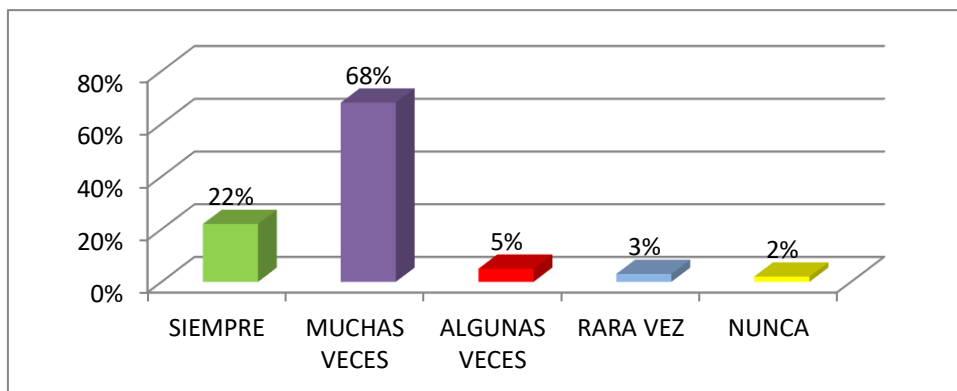


Figura 3 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Organización de sus Actividades Productivas y Distributivas

### Interpretación:

La información presentada ilustra la distribución de respuestas de una encuesta, en la cual el 68% de los interrogados eligió "muchas veces", el 22% optó por "siempre", el 5% seleccionó "algunas veces", el 3% marcó "rara vez" y el 2% indicó "nunca". Esta distribución es fundamental para identificar patrones y tendencias en los datos obtenidos. Frecuencia Absoluta: Representa el número total de respuestas en cada categoría. Por ejemplo, si 100 personas participaron en la encuesta, 68 respondieron "muchas veces". Frecuencia Relativa: Muestra la proporción de respuestas en cada categoría con respecto al total de respuestas. Así, el 68% de los 100 participantes corresponde a 68 personas.

Frecuencia Acumulada: Es la suma acumulada de las frecuencias absolutas, indicando el total acumulado hasta cada categoría. Frecuencia Relativa Acumulada: Es la suma acumulada de las frecuencias relativas, reflejando la proporción acumulada de respuestas hasta cada categoría.

Tabla 4 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Ejecución de sus Actividades Productivas y Distributivas

RESPUESTAS	Nº	%
SÍ, EN GRAN MEDIDA	33	75%
SÍ, EN FORMA PARCIAL	7	15%
SÍ, EN ESCASA MEDIDA	4	10%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Propia autoría

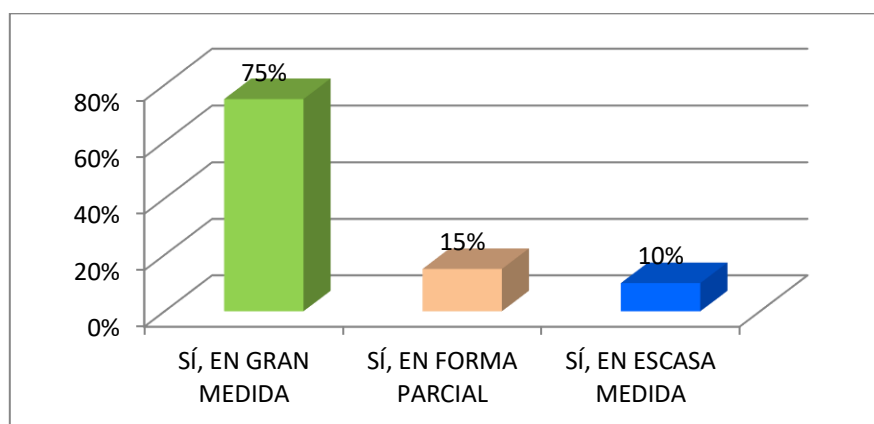


Figura 4 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Ejecución de sus Actividades Productivas y Distributivas

### **Interpretación:**

El 78% de los encuestados señaló que los costos de producción y comercialización son, en gran medida, una herramienta eficaz para la toma de decisiones dentro de las organizaciones, lo que demuestra un alto nivel de confianza en este aspecto. Por otro lado, el 15% opinó que la información es útil solo parcialmente, mientras que el 10% consideró que su utilidad es limitada. Estos resultados reflejan la percepción general sobre la importancia de los costos en la gestión empresarial.

Los costos de producción y comercialización son fundamentales para una gestión empresarial eficiente, ya que brindan datos claros y relevantes que permiten a las direcciones tomar decisiones informadas. Además de ser cruciales para la planificación y

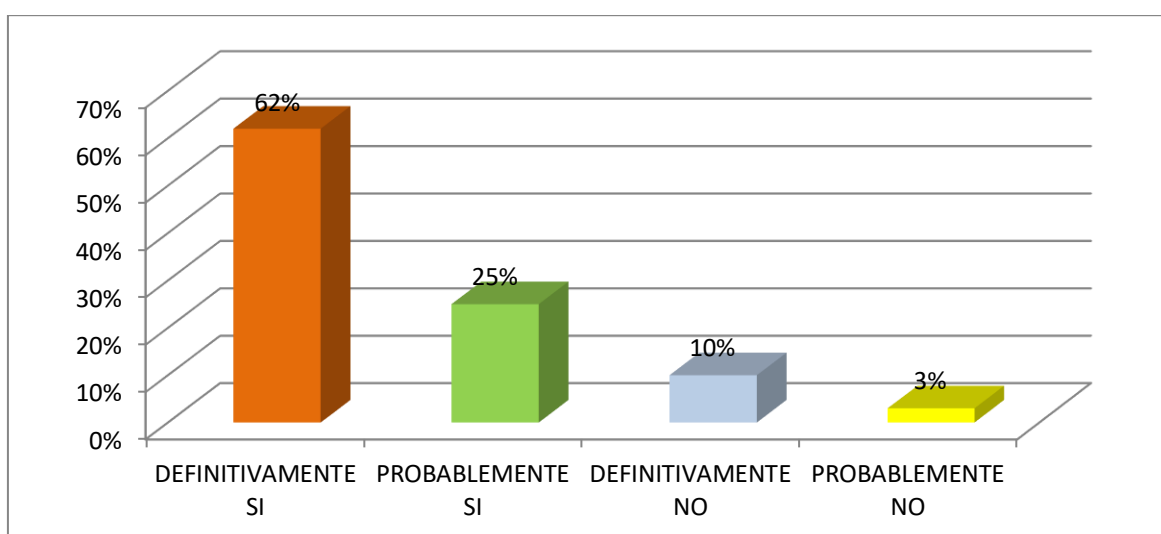
organización de las actividades productivas y de distribución, también son esenciales para su correcta ejecución. Al tener una visión precisa de los costos, las empresas pueden optimizar recursos, mejorar procesos y fortalecer su competitividad.

Para alcanzar sus objetivos y metas a largo plazo, las empresas deben implementar estrategias que les permitan gestionar de manera eficiente los costos, aumentar la eficiencia operativa y minimizar los riesgos financieros. Estas estrategias deben estar alineadas con los objetivos generales de la organización, promoviendo la mejora continua, la innovación y la adaptación a los cambios del mercado. De esta forma, las empresas no solo lograrán sus objetivos, sino que también podrán garantizar su sostenibilidad y crecimiento en un entorno competitivo.

*Tabla 5 Los Costos de Producción y Comercialización/ Gestión Gerencial / Control de sus Actividades Productivas y Distributivas*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
DEFINITIVAMENTE SI	28	62%
PROBABLEMENTE SI	11	25%
DEFINITIVAMENTE NO	4	10%
PROBABLEMENTE NO	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

**Nota:** Autoría propia



*Figura 5 Los Costos de Producción y Comercialización/ Gestión Gerencial / Control de sus Actividades Productivas y Distributivas*

**Interpretación:**

El 62% de los encuestados respondió que definitivamente sí, el 25% consideró que probablemente sí, el 10% pensó que probablemente no, y el 3% dijo que definitivamente no. Este resultado refleja una actitud positiva hacia la relevancia de la información derivada de los costos de producción y comercialización en la toma de decisiones empresariales.

Cuando se maneja correctamente, la información sobre los costos de producción y comercialización permite a la gerencia no solo planificar y organizar las actividades, sino también supervisar su desempeño. Esta capacidad de control es esencial para una gestión efectiva, ya que permite a las organizaciones comparar las actividades previstas con las realizadas, detectando cualquier diferencia o variación. Esta comparación ayuda a identificar desviaciones respecto a los objetivos establecidos y tomar las medidas correctivas necesarias para asegurar que las operaciones se ajusten a los planes.

Las acciones correctivas no solo optimizan la eficiencia operativa, sino que también permiten mejorar la utilización de recursos, reducir costos innecesarios y establecer un proceso de mejora continua, lo que contribuye al cumplimiento de metas y al éxito a largo plazo de la organización..

*Tabla 6 Los Costos de Producción y Comercialización/ Gestión Gerencial / Toma de Decisiones*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
DEFINITIVAMENTE SI	29	65%
PROBABLEMENTE SI	10	23%
DEFINITIVAMENTE NO	3	7%
PROBABLEMENTE NO	2	5%
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Propia autoría

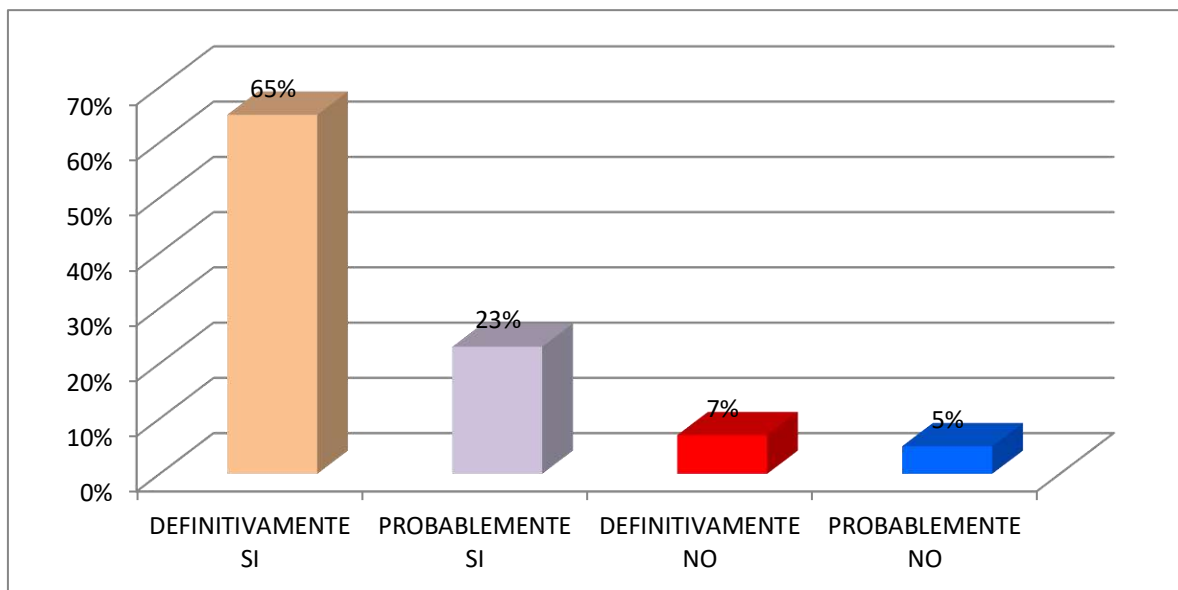


Figura 6 Los Costos de Producción y Comercialización/ Gestion Gerencial / Toma de Decisiones

### Interpretación:

El 65% de los encuestados indicó que definitivamente sí, el 23% consideró que probablemente sí, el 7% opinó que probablemente no, y el 5% afirmó que definitivamente no. Estos resultados muestran que una mayoría significativa valora la importancia de la información sobre los costos de producción y comercialización en la toma de decisiones empresariales.

Debido a la naturaleza particular de las actividades de estas empresas, especialmente en el ámbito de la producción y comercialización de frutas, la información sobre los costos se convierte en un elemento crucial para una gestión empresarial eficiente. Las gerencias deben emplear esta información de manera constante y sistemática para tomar decisiones estratégicas que les permitan resolver los problemas que puedan surgir durante los procesos de producción y comercialización. Además, esta información es vital para asegurar que las actividades estén alineadas con los objetivos de la empresa, como la producción de frutas de alta calidad, una de las principales demandas de los consumidores.

La calidad de las frutas no solo impacta en la satisfacción de los clientes, sino también en la reputación de la empresa, la fidelidad del consumidor y su competitividad en el mercado. Por lo tanto, gestionar adecuadamente los costos en este contexto no solo optimiza los recursos, sino que también asegura que se cumplan las expectativas de calidad, esenciales para el éxito en este sector. De esta forma, una adecuada gestión de la información sobre los costos contribuye al cumplimiento de los objetivos y metas de las empresas, permitiéndoles mantenerse competitivas y garantizar la satisfacción del cliente a largo plazo.

Tabla 7 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones Programadas

RESPUESTAS	Nº	%
SIEMPRE	27	63%
MUCHAS VECES	8	18%
ALGUNAS VECES	6	13%
RARA VEZ	2	4%
NUNCA	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

**Nota:** Propia autoría

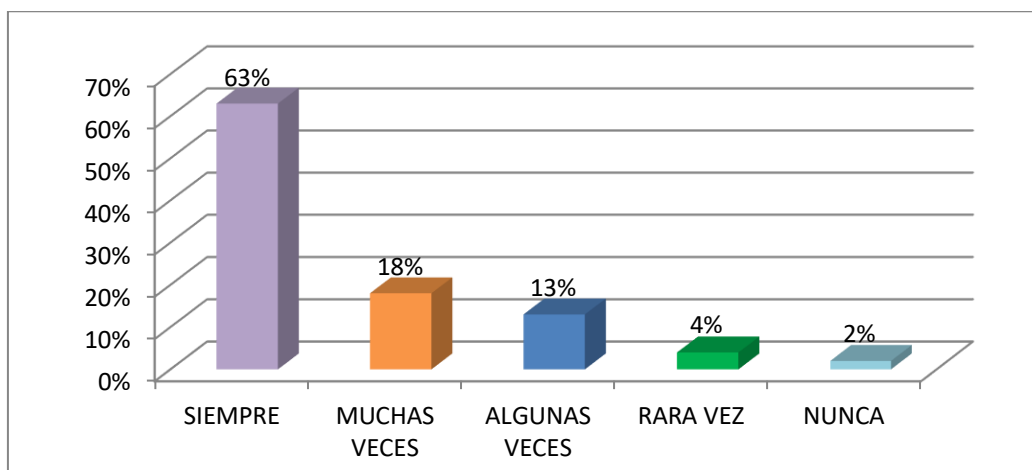


Figura 7 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones Programadas

### **Interpretación:**

El 63% de los encuestados indicó que siempre, el 18% que muchas veces, el 13% algunas veces, el 4% rara vez y el 2% nunca. Estos resultados reflejan que una

amplia mayoría considera que los planes bien diseñados son esenciales para aprovechar de manera efectiva la información sobre los costos de producción y comercialización.

Cuando los planes son elaborados de manera adecuada, con objetivos y metas claramente definidos, la información sobre los costos se convierte en una herramienta valiosa para la toma de decisiones en la empresa. Esta información permite a las gerencias utilizarla estratégicamente para llevar a cabo las decisiones programadas, facilitando el logro de los principales objetivos y metas establecidos.

Además, la correcta implementación de los planes y el uso de los costos como herramienta de gestión no solo aseguran que las actividades se desarrollen según lo planeado, sino que también ayudan a optimizar los recursos disponibles, mejorar la eficiencia y reducir los riesgos financieros. Al garantizar que la información sobre los costos se utilice adecuadamente, las empresas pueden aumentar las posibilidades de alcanzar sus metas tanto a corto como a largo plazo, mientras mejoran su estabilidad y competitividad en el mercado.

*Tabla 8 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones no Programadas*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Si, en gran medida	29	66%
Parcialmente	11	24%
Si, en escasa medida	4	10%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

**Nota:** Autoría propia

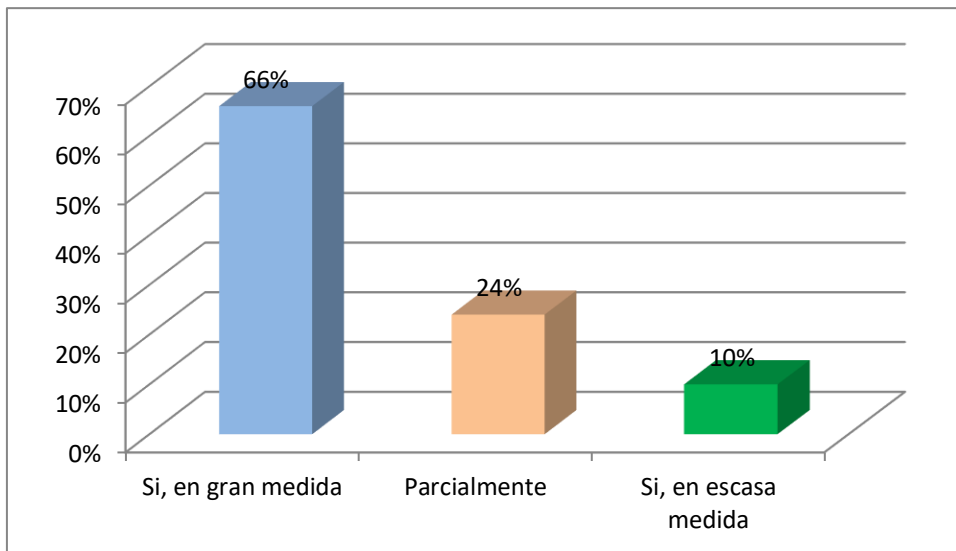


Figura 8 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones no Programadas

**Interpretación:**

El 66% de los encuestados respondió que sí, en gran medida, el 24% señaló que parcialmente y el 10% indicó que sí, pero en pequeña medida. Estos resultados reflejan una visión positiva sobre la utilidad de la información proveniente de los costos de producción y comercialización, aunque con ciertas variaciones en cuanto a su aplicabilidad. A pesar de que los costos brindan información valiosa, en ocasiones pueden surgir problemas internos que afecten la operatividad de la empresa. En tales situaciones, las gerencias deben aprovechar esta información para tomar decisiones no planificadas, implementando estrategias que minimicen el impacto de esos problemas en el cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales. En estos casos, la clave radica en la creación de planes contingentes, que permiten anticiparse y manejar posibles eventualidades de manera efectiva. Estos planes actúan como una medida preventiva, ayudando a la empresa a adaptarse a situaciones inesperadas, manteniendo la estabilidad operativa incluso en momentos difíciles. De esta manera, el uso adecuado de la información sobre costos, junto con planes bien diseñados para enfrentar

imprevistos, fortalece la capacidad de la empresa para superar obstáculos y cumplir sus metas, a pesar de las dificultades.

Tabla 9 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones Con Riesgo Empresarial

RESPUESTAS	Nº	%
DEFINITIVAMENTE SI	30	69%
PROBABLEMENTE SI	9	21%
DEFINITIVAMENTE NO	3	6%
PROBABLEMENTE NO	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**Nota:** Propia autoría

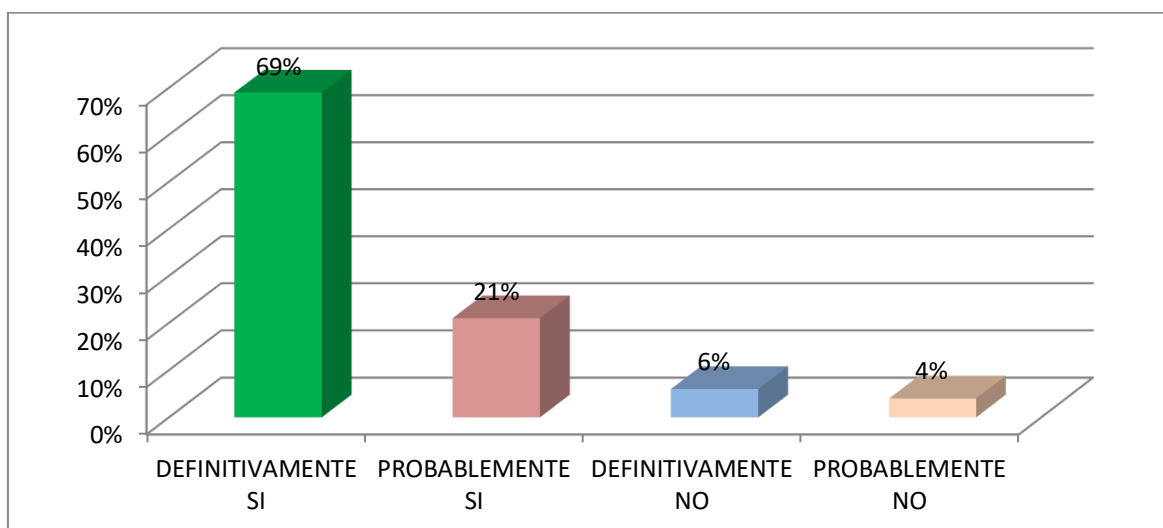


Figura 9 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Decisiones Con Riesgo Empresarial

### Interpretación:

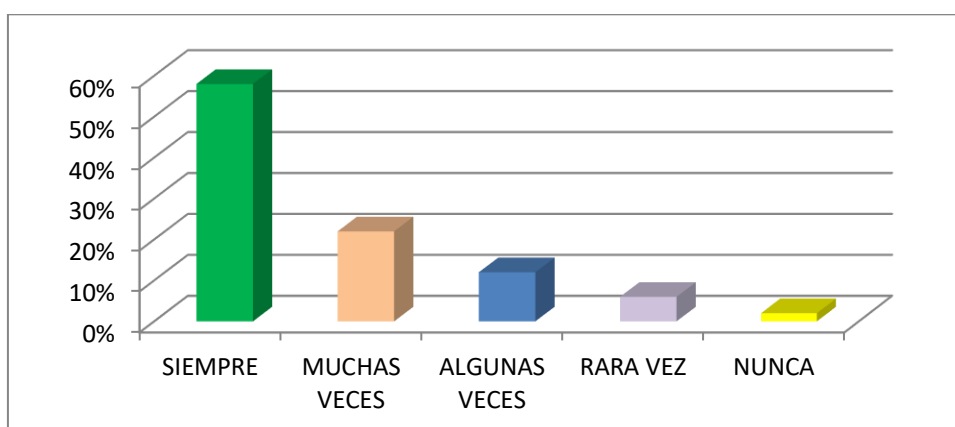
El 66% de los encuestados afirmó que sí, en gran medida, el 24% indicó que parcialmente, y el 10% expresó que sí, pero en menor medida. Estos resultados sugieren una actitud favorable hacia la utilidad de la información sobre los costos de producción y comercialización, aunque con algunas variaciones respecto a su aplicabilidad. Aunque la información de los costos es muy valiosa, en ocasiones pueden presentarse problemas internos que afecten la operatividad de la empresa. En estos casos, las gerencias deben utilizar esa información para tomar decisiones imprevistas, implementando estrategias que mitiguen el impacto de dichos

problemas en el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización. La clave aquí es el desarrollo de planes contingentes, que permiten anticiparse y gestionar adecuadamente las posibles eventualidades. Estos planes actúan como un recurso preventivo, facilitando la adaptación de la empresa ante situaciones inesperadas, lo que ayuda a mantener la estabilidad operativa incluso en tiempos difíciles. De esta manera, la correcta utilización de la información sobre costos, junto con la implementación de planes bien estructurados para enfrentar imprevistos, refuerza la capacidad de la empresa para superar obstáculos y alcanzar sus metas, incluso en circunstancias complicadas.

*Tabla 10 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Evaluación de los Resultados de las Decisiones Tomadas*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
SIEMPRE	25	58%
MUCHAS VECES	10	22%
ALGUNAS VECES	5	12%
RARA VEZ	3	6%
NUNCA	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

**Nota: Propia autoría**



*Figura 10 Los Costos de Producción y Comercialización / Gestión Gerencial / Evaluación de los Resultados de las Decisiones Tomadas*

**Interpretación:**

El 58% de los encuestados afirmó que siempre, el 22% que muchas veces, el 12% que algunas veces, el 6% que rara vez y el 2% que nunca. Estos resultados revelan que una parte considerable de las empresas considera que la toma de decisiones basada en la información sobre los costos de producción y comercialización es una práctica común, aunque con algunas variaciones en su frecuencia.

Las gerencias de estas empresas deben tomar decisiones constantemente, tanto las programadas como las no programadas, así como aquellas que implican riesgos. Esta toma de decisiones no solo se limita a ejecutar planes y estrategias, sino que también incluye el análisis de los resultados al final de cada período. La información sobre los costos de producción y comercialización es crucial para evaluar el impacto de las decisiones tomadas, ya que permite identificar qué objetivos y metas no se han logrado.

Una vez identificadas las metas no alcanzadas, las empresas pueden hacer los ajustes necesarios para mejorar sus procesos y estrategias en los próximos períodos. Esta evaluación continua y los ajustes posteriores son esenciales para optimizar la toma de decisiones y aumentar la eficiencia organizacional. Además, permiten a las empresas adaptarse a los cambios del mercado, corregir desviaciones y seguir avanzando hacia el cumplimiento de sus objetivos a largo plazo..

## **4.2 CONTRASTACION DE LAS HIPOTESIS**

### **HIPÓTESIS PRINCIPAL**

**He: Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial en las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura.**

**Ho: Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial en las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura.**

**FRECUENCIAS OBSERVADAS**

LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION	GESTION GERENCIAL					TOTAL
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Rara vez	Nunca	
Siempre	3	3	2	0	0	<b>8</b>
Muchas Veces	4	19	3	0	0	<b>26</b>
Algunas veces	1	4	2	0	0	<b>7</b>
Rara vez	0	0	0	0	1	<b>1</b>
Nunca	0	0	0	1	1	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>26</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>44</b>

**FRECUENCIAS ESPERADAS**

LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION	GESTION GERENCIAL					TOTAL
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Rara vez	Nunca	
Siempre	1.45	4.73	1.27	0.18	0.37	<b>8.00</b>
Muchas veces	4.73	15.36	4.14	0.59	1.18	<b>26.00</b>
Algunas veces	1.27	4.14	1.11	0.16	0.32	<b>7.00</b>
Rara vez	0.18	0.59	0.16	0.02	0.05	<b>1.00</b>
Nunca	0.37	1.18	0.32	0.05	0.08	<b>2.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8.00</b>	<b>26.00</b>	<b>7.00</b>	<b>1.00</b>	<b>2.00</b>	<b>44.00</b>

Dado que la muestra utilizada es una muestra aleatoria simple, la estadística de prueba para este análisis se calcula utilizando la fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

Se aprecia que E, representa los valores esperados y O son los valores observados. Esta fórmula permite evaluar si hay una discrepancia significativa entre los datos observados y los datos esperados bajo la hipótesis nula.

Cuando la hipótesis nula ( $H_0$ ) es verdadera, la estadística  $X^2$  continua una distribución chi-cuadrada aproximada, y el número de grados de libertad se calcula como  $(5-1)=16$ . Este cálculo se obtiene a partir de la diferencia entre el número de categorías menos uno (en este caso 5 categorías) multiplicado por sí mismo, lo cual da como resultado 16 grados de libertad. El nivel de significación utilizado en este análisis es 0.05, lo cual indica que se acepta un riesgo del 5% de cometer un error tipo I (rechazar una hipótesis nula verdadera).

La regla de decisión basada en esta distribución chi-cuadrada es la siguiente: se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) si el valor calculado de  $X^2$  es igual o superior al valor crítico de 26.30, que se obtiene de las tablas de distribución chi-cuadrada para 16 grados de libertad y un nivel de significación del 5%. Este valor crítico se considera como el umbral para determinar si las diferencias observadas entre los datos y los datos esperados son lo suficientemente grandes como para no ser explicadas solo por el azar.  $X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E} = 56.87$

El valor calculado de  $X^2$  es 56.87, que es claramente superior al valor crítico de 26.30. Esto significa que la discrepancia entre los datos observados y los esperados es lo suficientemente significativa como para rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, la decisión estadística es rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar la hipótesis alternativa, lo que implica que los datos proporcionados no se ajustan adecuadamente a los valores esperados bajo la hipótesis nula, sugiriendo que existen diferencias estadísticamente significativas en el fenómeno estudiado.

Este resultado tiene implicaciones en la interpretación de los datos, ya que refuerza la necesidad de considerar factores adicionales o diferentes explicaciones para los resultados observados, más allá de las predicciones realizadas bajo la hipótesis nula

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1**

**He: Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial en las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la planificación de sus actividades productivas y distributivas.**

**Ho: Los Costos de Producción y Comercialización en la Gestión Gerencial en las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la planificación de sus actividades productivas y distributivas.**

### **FRECUENCIAS OBSERVADAS**

<b>LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION</b>	<b>GESTION GERENCIAL / PLANIFICACION DE SUS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y DISTRIBUTIVAS</b>				<b>TOTAL</b>
	<b>Definitiv. Si</b>	<b>Probabl. Si</b>	<b>Definitiv. No</b>	<b>Probabl. No</b>	
Definitivamente si	23	6	0	1	<b>30</b>
Probablemente si	5	1	1	0	<b>7</b>
Definitivamente no	2	0	1	1	<b>4</b>
Probablemente no	0	0	2	1	<b>3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>44</b>

## FRECUENCIAS ESPERADAS

LOS COSTOS DE GESTION GERENCIAL/ PLANIFICACION DE SUS ACTIVIDADES					TOTAL
PRODUCCION Y PRODUCTIVAS Y DISTRIBUTIVAS					
COMERCIALIZACION	Definitiv. Si	Probabl. si	Definitiv. no	Probabl. No	
Definitivamente si	20.45	4.77	2.73	2.05	<b>30.00</b>
Probablemente si	4.77	1.11	0.64	0.48	<b>7.00</b>
Definitivamente no	2.73	0.64	0.36	0.27	<b>4.00</b>
Probablemente no	2.05	0.48	0.27	0.20	<b>3.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>30.00</b>	<b>7.00</b>	<b>4.00</b>	<b>3.00</b>	<b>44.00</b>

Considerando que se ha utilizado una muestra aleatoria simple, la estadística de prueba que se emplea es la siguiente:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

En esta fórmula, E representa los valores esperados y O los valores observados. El propósito de esta fórmula es medir la diferencia entre lo observado y lo esperado para determinar si dicha diferencia es estadísticamente significativa.

Cuando la hipótesis nula ( $H_0$ ) es verdadera, la estadística  $X^2$  sigue una distribución chi-cuadrada aproximada. En este caso, con 4 categorías en el estudio, el número de grados de libertad se calcula como  $(4-1)(4-1)=9$ . Este número de grados de libertad se utiliza para determinar el valor crítico de la distribución chi-cuadrada. Dado un nivel de significación de 0.05, el valor crítico correspondiente para 9 grados de libertad es 16.92.

La regla de decisión es la siguiente: si el valor calculado de  $X^2$  es igual o superior a 16.92, se rechaza la hipótesis nula. En cambio, si el valor calculado es menor que 16.92, no se rechaza la hipótesis nula.

En este análisis, al calcular la estadística de prueba, obtenemos:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E} = 24.97$$

Este valor calculado de  $X^2$  (24.97) es claramente mayor que el valor crítico de 16.92. Esto indica que la diferencia entre los datos observados y los datos esperados es lo suficientemente significativa como para rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ). Por lo tanto, se concluye que existe evidencia suficiente para aceptar la hipótesis alternativa, lo que implica que los resultados observados no se ajustan a lo que se esperaba bajo la hipótesis nula.

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2**

**He: Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura SAC respecto a la organización de sus actividades productivas y distributivas.**

**Ho: Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la organización de sus actividades productivas y distributivas.**

### **FRECUENCIAS OBSERVADAS**

LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION	GESTION GERENCIAL/ ORGANIZACIÓN DE SUS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y DISTRIBUTIVAS					TOTAL
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Rara vez	Nunca	
Siempre	4	6	0	0	0	<b>10</b>
Muchas veces	6	24	0	0	0	<b>30</b>
Algunas veces	0	0	1	1	0	<b>2</b>
Rara vez	0	0	1	0	0	<b>1</b>
Nunca	0	0	0	0	1	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>44</b>

## FRECUENCIAS ESPERADAS

LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION	GESTION GERENCIAL / ORGANIZACIÓN DE SUS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y DISTRIBUTIVAS					TOTAL
	Siempre	Muchas veces	Algunas veces	Rara vez	Nunca	
	Siempre	2.27	6.82	0.45	0.23	
Muchas veces	6.82	20.45	1.36	0.68	0.69	<b>30.00</b>
Algunas veces	0.45	1.36	0.09	0.05	0.05	<b>2.00</b>
Rara vez	0.23	0.68	0.05	0.02	0.02	<b>1.00</b>
Nunca	0.23	0.69	0.05	0.02	0.01	<b>1.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10.00</b>	<b>30.00</b>	<b>2.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>44.00</b>

Considerando que se ha utilizado una muestra aleatoria simple, la estadística de prueba empleada en este análisis es la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

En esta fórmula, O representa los valores observados y E los valores esperados. El objetivo principal de esta fórmula es evaluar la discrepancia entre los datos observados y los esperados, permitiendo así determinar si las diferencias entre ambos son lo suficientemente significativas desde el punto de vista estadístico.

Cuando la hipótesis nula (Ho) es verdadera, la estadística  $X^2$  sigue una distribución chi-cuadrada aproximada. En este caso específico, con 5 categorías en el análisis, el número de grados de libertad se calcula como:

$$(5-1)=4(\text{numero de categorias menos uno})(5 - 1) = 4$$

El nivel de significación para este análisis es 0.05, lo que significa que existe un 5% de probabilidad de cometer un error tipo I (rechazar incorrectamente la hipótesis nula cuando

es verdadera). Con estos grados de libertad y el nivel de significación establecido, se determina el valor crítico de la distribución chi-cuadrada para este caso. El valor crítico es 26.30, lo que establece el umbral a partir del cual se tomaría la decisión de rechazar la hipótesis nula.

La regla de decisión para este análisis es la siguiente: si el valor calculado de  $X^2$  es mayor o igual al valor crítico de 26.30, se rechaza la hipótesis nula. De lo contrario, si el valor calculado es menor que el valor crítico, no se rechaza la hipótesis nula.

Al calcular la estadística de prueba, obtenemos:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E} = 151.98$$

Este valor calculado de  $X^2$ , que es 151.98, es claramente mucho mayor que el valor crítico de 26.30. Esto indica que la diferencia entre los datos observados y los datos esperados es mucho más grande de lo que se podría atribuir al azar o a la variabilidad normal. Como resultado, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa.

Este resultado tiene implicaciones importantes en el análisis, ya que sugiere que los datos observados son significativamente diferentes de los valores esperados bajo la hipótesis nula. Rechazar la hipótesis nula implica que los supuestos o condiciones bajo los cuales se estableció esa hipótesis no son adecuados para explicar los datos observados, y por lo tanto,

es necesario considerar otras explicaciones o hipótesis alternativas que puedan ajustarse mejor a los resultados obtenidos. Este procedimiento es fundamental para la toma de decisiones informadas en investigaciones estadísticas, donde la veracidad de la hipótesis nula es puesta a prueba frente a la evidencia empírica.

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3**

**He: Los Costos de Producción y Comercialización influyen en la Gestión Gerencial de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la ejecución de sus actividades productivas y distributivas.**

**Ho: Los Costos de Producción y Comercialización no influyen en la Gestión Gerencial en las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura respecto a la ejecución de sus actividades productivas y distributivas.**

### **FRECUENCIAS OBSERVADAS**

LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION	GESTION GERENCIAL / EJECUCION DE SUS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y DISTRIBUTIVAS			TOTAL
	Si, en gran medida	Si, en forma parcial	Si, en escasa medida	
	Si, en gran medida	27	6	
Si, en forma parcial	5	1	1	7
Si, en escasa medida	1	0	3	4
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>44</b>

## FRECUENCIAS ESPERADAS

LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION	GESTION GERENCIAL / Si, en gran medida	EJECUCION DE SUS Si, en forma parcial	TOTAL Si, en escasa medida	TOTAL
Si, en gran medida	24.75	5.25	3.00	<b>33.00</b>
Si, en forma parcial	5.25	1.11	0.64	<b>7.00</b>
Si, en escasa medida	3.00	0.64	0.36	<b>4.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33.00</b>	<b>7.00</b>	<b>4.00</b>	<b>44.00</b>

Dado que se ha utilizado una muestra aleatoria simple, la estadística de prueba correspondiente es la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

En esta fórmula, O representa los valores observados y E los valores esperados. Esta fórmula permite comparar la diferencia entre los datos observados y los valores esperados para determinar si las diferencias son estadísticamente significativas.

Cuando la hipótesis nula (Ho) es verdadera, la estadística  $X^2$  sigue una distribución chi-cuadrada aproximada. En este caso, con 3 categorías en el análisis, el número de grados de libertad se calcula como  $(3-1)=2$ , y el valor de chi-cuadrada es ajustado en función de estos grados de libertad. Con un nivel de significación de 0.05, el valor crítico correspondiente para 2 grados de libertad es 5.99.

La regla de decisión es la siguiente: si el valor calculado de  $X^2$  es igual o mayor que 9.49, se rechaza la hipótesis nula. En cambio, si el valor calculado es menor que 9.49, no se rechaza la hipótesis nula.

Al calcular la estadística de prueba, obtenemos:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E} = 23.96$$

Este valor de  $X^2$  es significativamente mayor que el valor crítico de 9.49, lo que nos indica que las diferencias observadas entre los datos observados y los esperados son lo suficientemente grandes como para rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se concluye que existe suficiente evidencia para aceptar la hipótesis alternativa.

En resumen, como el valor calculado de  $X^2$  (23.96) es mayor que el valor crítico de 9.49, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa. Esto sugiere que los resultados observados no se ajustan a lo esperado bajo la hipótesis nula, y es necesario considerar nuevas explicaciones o hipótesis alternativas que puedan explicar mejor los datos obtenidos.

## **CAPITULO V**

### **DISCUSIÓN**

#### **5.1 DISCUSIÓN**

Basado en los resultados obtenidos y la comprobación de las hipótesis, es esencial que las Direcciones de las Empresas Frutícolas de la Provincia de Huaura empleen la información referente a los costos de producción y comercialización no solo para evaluar su impacto en la rentabilidad, sino también para gestionar de manera eficaz todas las actividades productivas y de distribución. Además, deben utilizar esta información para tomar decisiones, tanto previstas como imprevistas, y para reducir los riesgos empresariales. Estas decisiones deben estar orientadas al cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa, especialmente en lo relativo a la optimización de los costos de producción y comercialización.

En relación con la hipótesis principal y considerando los antecedentes presentados en la investigación, estoy de acuerdo con Carhuancota (2014), quien sostiene que el conocimiento de las normativas fiscales es esencial para realizar una evaluación tributaria adecuada de los gastos, incluidas las provisiones, con el fin de determinar su deducción y asegurarse de que se incluyan correctamente en el proceso de determinación del Impuesto a la Renta de Tercera Categoría correspondiente a un período fiscal específico.

Respecto a la primera hipótesis específica, coincido con Elías (2018), quien señala que, cuando existen estrategias para preservar la fuente de ingreso y se registran provisiones, especialmente en el caso de cuentas por cobrar incobrables, es necesario llevar a cabo un análisis contable y fiscal minucioso para determinar su deducción e

incorporarlas adecuadamente en el proceso de determinación del Impuesto a la Renta de Tercera Categoría.

En cuanto a la segunda hipótesis específica, concuerdo con Navarro (2017), quien destaca la relevancia del tratamiento contable y fiscal de los gastos, incluidas las provisiones para la depreciación de inventarios. Este tratamiento es esencial para establecer la deducción de estos gastos y, por ende, incorporarlos en la determinación del Impuesto a la Renta de las empresas durante el período fiscal correspondiente.

Finalmente, en relación con la tercera hipótesis específica, coincido con Villanueva (2014), quien argumenta que el análisis contable y fiscal de los gastos, incluidas las provisiones como la depreciación de los activos depreciables, debe basarse en un conocimiento adecuado de las normativas fiscales para incluirlas de manera correcta en el proceso de determinación del Impuesto a la Renta de Tercera Categoría.

En resumen, la gestión apropiada de los costos de producción y comercialización, acompañada de un análisis contable y fiscal riguroso, es clave para garantizar la deducción de los gastos y optimizar el proceso de determinación del Impuesto a la Renta en las empresas frutícolas, lo que, a su vez, contribuirá a mejorar su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos y la validación de la hipótesis principal, donde el valor práctico de la Chi Cuadrado fue mayor que el valor teórico, se ha demostrado que los costos de producción y comercialización tienen un efecto significativo en la gestión gerencial. Esto se debe a que la información proporcionada por estos costos permite a las gerencias utilizarlos para planificar, organizar, ejecutar y controlar sus actividades productivas y de distribución, integrándolos dentro de su gestión general. Además, facilita la toma de decisiones que posibilitan alcanzar los objetivos y metas establecidas en sus planes.

En relación con la validación de la hipótesis específica 1, donde también el valor práctico de la Chi Cuadrado superó el valor teórico, se concluye que los costos de producción y comercialización impactan directamente la gestión gerencial. Esto ocurre porque la información que proporcionan permite a las gerencias organizar y sistematizar sus actividades productivas y distributivas, basándose en los objetivos y metas previamente establecidos en sus planes para un periodo determinado.

En cuanto a la hipótesis específica 2, se observó que el valor práctico de la Chi Cuadrado fue superior al valor teórico, confirmando que los costos de producción y comercialización afectan la gestión gerencial. Esta influencia se manifiesta en que las gerencias pueden utilizar esta información de manera confiable no solo para planificar sus actividades productivas y distributivas, sino también para organizar dichas

actividades tomando en cuenta la disponibilidad de recursos humanos, materiales y financieros, lo cual es esencial para mejorar la gestión y lograr los resultados esperados.

Por último, en la validación de la hipótesis específica 3, donde nuevamente el valor práctico de la Chi Cuadrado superó el valor teórico, se ha demostrado que los costos de producción y comercialización continúan influyendo de manera significativa en la gestión gerencial. Esto se debe a que, además de permitir la planificación y organización de las actividades productivas y distributivas, la información proporcionada facilita la ejecución de las mismas. Es crucial que las gerencias implementen estrategias adecuadas para cumplir con los objetivos y metas establecidos en sus planes, lo cual contribuirá al éxito y la sostenibilidad de la empresa.

En conclusión, los costos de producción y comercialización son fundamentales en la gestión gerencial, ya que ofrecen información crucial para la toma de decisiones a lo largo de todas las etapas del proceso productivo y comercial. Esta información permite una planificación efectiva, una organización eficiente, una ejecución adecuada y un control exhaustivo, lo que favorece el cumplimiento de los propósitos institucionales..

## **6.2 RECOMENDACIONES**

Se sugiere a las Gerencias dar la debida relevancia a la información proveniente de los costos de producción y comercialización, empleándola de manera eficiente para planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades productivas y distributivas. Además, esta información debe ser fundamental para la toma de decisiones acertadas, tanto planificadas como no planificadas, así como aquellas que impliquen riesgos empresariales, con el propósito de garantizar el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos en los planes estratégicos de la empresa.

Es esencial que las Gerencias aseguren el acceso a esta información, utilizándola para llevar a cabo una planificación ordenada y sistemática de las actividades productivas y distributivas. Esta planificación debe estar alineada con los objetivos y metas previamente definidos en los planes de acción para los períodos futuros, con el fin de garantizar que las actividades de la empresa se coordinen eficientemente con sus metas estratégicas.

Aparte de la planificación, es fundamental que las Gerencias hagan uso de esta información de manera confiable y relevante para organizar las actividades de la empresa. Para ello, deben tener en cuenta la disponibilidad de recursos humanos, materiales y financieros, y garantizar una asignación adecuada de los mismos para lograr los objetivos propuestos. Una organización eficiente de los recursos es esencial para optimizar los procesos productivos y distributivos.

Finalmente, se recomienda que las Gerencias empleen la información sobre costos de producción y comercialización de forma estructurada y sistemática, no solo para la planificación y organización de las actividades, sino también para su ejecución eficiente. En este contexto, es necesario que las Gerencias implementen estrategias adecuadas que permitan llevar a cabo las actividades de manera coherente con los objetivos y metas de la empresa, garantizando que los resultados esperados se logren durante los períodos futuros. La ejecución efectiva, respaldada por decisiones estratégicas informadas, es crucial para el éxito y sostenibilidad de la empresa.

## CAPITULO VI

### FUENTES DE INFORMACIÓN

#### 7.1 Bibliografía

- Alvarado, E. (2016). *Costos de Distribución*. . Ediciones Contables Administrativas. México.
- BARRERA, J. (2016). *Contabilidad de Costos*. . Editorial el Bosque Bogotá. Colombia.
- Calderón, M. y. (2017). *El Sistema de Costos por Procesos y la Gestión Gerencial en las Empresas de Producción Continua de la Provincia de Huaura*”, .
- Cama. (2020). *El Sistema de Costos y la Gestión Gerencial en las Empresas Agroindustriales de la Provincia de Barranca*.
- Carlos, G. (2016). *El Análisis de los Costos de Producción y la Toma de Decisiones en las Pequeñas y Medianas Empresas Industriales de la Provincia de Huaura*”, .
- CARRASCO, L. (2016). *Costos de Distribución*. Ediciones Contables ,Administrativas. México.
- Díaz, M. y. (2021). *Metodología de costos para productos agrícolas basados en los procesos agrícolas específicos*. Ciudad: Bogotá: Editorial: Revista de Agronegocios .
- ESPINOZA, C. (2016). *Costos de Distribución*. . Ediciones Contables Administrativas. México.
- FLORES, J. (2017). *Costos*. . Ediciones de contabilidad y finanzas. Lima. .
- GAMARRA, L. (2017). *Costos de Distribución*. Ediciones Contables Administrativas. México.
- GARCIA, E. (2017). *Contabilidad de Costos*. Editorial el Universo S.A.C. Lima.
- Martínez, A. P. (2024). *La importancia del control de costos en la agroexportación*. Buenos Aires, Argentina: Revista Economía.

- Melgarejo, d. I. (2015). *Los Costos de Producción en el Proceso de la Toma de Decisiones en las Empresas Agroindustriales de la Provincia de Barranca*.
- PAREDES, C. (2017). *Los Costos de Producción en las Empresas Productivas*. . Ediciones Contables Administrativas. México.
- Romero, M. y. (2017). *La Contabilidad de Costos y la Gestión Gerencial en las Pequeñas y Medianas Empresas Agrícolas de la Provincia de Huaral*.
- Thompson, R. y. (2023). *Introducción al costo de producción y sus usos*. Ciudad: East Lansing, USA : Editorial: Michigan State University Extension .
- VERA, E. (2017). *Costos de Distribución*. . Editorial el Bosque. Bogotá. Colombia.

# **ANEXOS**

## ANEXOS 1

1. ¿Con qué frecuencia considera que los costos de producción y comercialización afectan la gestión gerencial en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
  - a. Siempre
  - b. Con frecuencia
  - c. A veces
  - d. Rara vez
  - e. Nunca
  
2. ¿En qué medida considera que los costos de producción y comercialización impactan la planificación de las actividades productivas y distributivas en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
  - a. De manera significativa
  - b. En gran medida
  - c. En poca medida
  - d. No impacta
  
3. ¿Con qué frecuencia cree que los costos de producción y comercialización influyen en la organización de las actividades productivas y distributivas en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
  - a. Siempre
  - b. Con frecuencia
  - c. A veces
  - d. Rara vez

- e. Nunca
4. ¿En qué medida considera que los costos de producción y comercialización impactan la ejecución de las actividades productivas y distributivas en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
- a. En gran medida
  - b. De manera parcial
  - c. De manera mínima
  - d. No impacta
5. ¿Los costos de producción y comercialización afectan el control de las actividades productivas y distributivas en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
- a. Sí, de manera significativa
  - b. Sí, en gran medida
  - c. No, en poca medida
  - d. No, en absoluto
6. ¿Considera que los costos de producción y comercialización influyen en la toma de decisiones gerenciales en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
- a. Definitivamente sí
  - b. Probablemente sí
  - c. Probablemente no
  - d. Definitivamente no

7. ¿Con qué frecuencia los costos de producción y comercialización influyen en las decisiones programadas dentro de las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
- a. Siempre
  - b. Con frecuencia
  - c. A veces
  - d. Rara vez
  - e. Nunca
8. ¿En qué medida los costos de producción y comercialización impactan la toma de decisiones no programadas en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
- a. En gran medida
  - b. De manera parcial
  - c. De manera mínima
  - d. No impacta
9. ¿Los costos de producción y comercialización influyen en las decisiones gerenciales relacionadas con el riesgo empresarial en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?
- a. Definitivamente sí
  - b. Probablemente sí
  - c. Probablemente no
  - d. Definitivamente no

10. ¿Con qué frecuencia los costos de producción afectan la evaluación de los resultados de las decisiones tomadas en las empresas frutícolas de la Provincia de Huaura?

- a. Siempre
- b. Con frecuencia
- c. A veces
- d. Rara vez
- e. Nunca