



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**“Costos de Producción y Comercialización de la Quinua Orgánica en
la "Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi- AGROPURA"
Ayacucho 2020”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público**

AUTORA:

Sulca Mendoza, Enma (ORCID: 0000-0002-3448-7190)

ASESOR:

Dr. Sandoval Nizama, Genaro Edwin (ORCID: 0000-0002-0001-4567)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por darme la vida, a mis adorados padres: Julio Sulca y Odilia Mendoza, por el apoyo incondicional que me brindaron y a mis hermanos.

Agradecimiento

Doy gracias Dios por darme vida y sabiduría, a la universidad César Vallejo por darme la oportunidad de pertenecer a su gran familia; agradezco a mis padres por su apoyo incondicional que me brindaron y mis hermanos(as).

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	II
Agradecimiento	III
Índice de contenidos	IV
Índice de tablas	V
Índice de figuras	VI
Resumen.....	VII
Abstract.....	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.1.1. Tipo de investigación	14
3.1.2. Nivel de estudio.....	14
3.1.3. Diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos.....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN.....	32
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS	44

Índice de tablas

Tabla 1	Técnicas e instrumentos de la investigación	18
Tabla 2	Costos de producción y comercialización	23
Tabla 3	Costos por materiales directos (1 Ha).....	25
Tabla 4	Costos por mano de obra directa (1 Ha)	26
Tabla 5	Costos indirectos y variables (1 Ha).....	27
Tabla 6	Costos de producción total.....	28
Tabla 7	Comercialización por canales de distribución	29
Tabla 8	Efectividad de comercialización	29
Tabla 9	Ganancias por temporada.....	30
Tabla 10	Ganancias por canal de distribución	31

Índice de figuras

Figura 1	Organigrama de la empresa.....	22
Figura 2	Costos y comercialización	24
Figura 3	Porcentaje de ganancias por canal de distribución	31

Resumen

La investigación titulada: “Costos de producción y comercialización de la Quinoa orgánica en la “Asociación agroecológica Puyas de Raymondi- Agropura” Ayacucho 2020”, tuvo como objetivo general: Determinar los costos de producción y comercialización de la quinua orgánica en la mencionada empresa. El estudio fue cuantitativo, descriptivo y no experimental. La muestra estuvo constituida por la documentación relativa a los costos de producción y comercialización (venta) de la quinua orgánica en la ya nombrada empresa; mientras que los instrumentos aplicados fueron una ficha de análisis documental y una guía de entrevista. Los resultados evidenciaron que los costos de producción, entre directos e indirectos, por cada hectárea de quinua orgánica sumaron un total de S/. 5,450.00 soles. Asimismo, sobre su comercialización, la distribución equivalió a un total de S/. 372,500.00; estando destinada a mayoristas, intermediarios y minoristas. En ese punto, se precisó añadir que, pese a que se registraron ganancias, estas no alcanzaron las expectativas al ser inferiores en 66.7%; tal ineficacia para lograr rentabilidad en la entidad responder a la falta de uso de una metodología estandarizada para la evaluación de costos, la carencia de una evaluación profunda de los clientes que aspiran a adquirir la quinua bajo crédito, esto último deriva en consecuencias como la insuficiente liquidez para abrirse un camino en el mercado exportador. Se concluye, por tanto, que se necesita de un protocolo metodológico para los costos de producción y reducir la cantidad de clientes que acceden a crédito.

Palabras clave: Costos de producción, comercialización, quinua orgánica, Ayacucho.

Abstract

The research entitled: "Costs of production and marketing of organic Quinoa in the "Agroecological Association Puyas de Raymondi- Agropura" Ayacucho 2020", had as its general objective: Determine the costs of production and marketing of organic quinoa in the aforementioned company. The study was quantitative, descriptive and non-experimental. The sample consisted of the documentation related to the costs of production and marketing (sale) of organic quinoa in the aforementioned company; while the instruments applied were a documentary analysis sheet and an interview guide. The results showed that the production costs, between direct and indirect, for each hectare of organic quinoa added up to a total of S/. 5,450.00 soles. Likewise, on its commercialization, the distribution was equivalent to a total of S/. 372,500.00; being intended for wholesalers, intermediaries and retailers. At that point, it was necessary to add that, despite the fact that profits were recorded, they did not meet expectations as they were lower by 66.7%; Such inefficiency to achieve profitability in the entity responds to the lack of use of a standardized methodology for the evaluation of costs, the lack of an in-depth evaluation of the clients who aspire to acquire quinoa under credit, the latter derives in consequences such as the insufficient liquidity to open a path in the export market. It is concluded, therefore, that a methodological protocol is needed for production costs and reduce the number of clients who access credit.

Keywords: Production costs, marketing, organic quinoa, Ayacucho.

I. INTRODUCCIÓN

La quinua es un cultivo con un rápido regreso económico, con una elevada valoración nutritiva y deseada de forma comercial, despierta la atención de los productores, no obstante, aún se carece de datos referente al coste de producción y sus ganancias en mercados nacionales, impidiéndose el esparcimiento de dicho cultivo (Guerrero, et al., 2018). La quinua se cultiva en diversos países del mundo, para el consumo interno, porque han descubierto la importancia de la misma como alimento, siendo los países que la exportan, Bolivia, Países Bajos, España y Estados Unidos. Además de países como Argentina, Canadá, Suecia, Dinamarca, que presentan una participación sólo de entre 5% y 8% de participación en las exportaciones de quinua (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020).

En Perú, la quinua posee catalogación a manera de un alimento único, por medio de Instituciones Internacionales tales como la OMS y la FAO, debido a su elevado contenido nutricional. El elevado contenido de nutrientes y proteínas, responde a las solicitudes de una dieta balanceada para un individuo adulto. De igual manera, se ha visto el aumento a partir de hace varios años por la demanda de quinua en territorio extranjero, en especial la orgánica. Los datos relacionados con el desempeño promedio nacional señalan que se ubica en 1.160 kg. ha⁻¹. Sin embargo, la producción o desempeño promedio mensual de este producto por medio de regiones es heterogénea y en una gran cantidad de ocasiones no cuantificada. (XXVIII Congreso Nacional de Microbiología, 2021).

En el caso de la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” la quinua ha despertado el interés en los últimos años logrando posicionarse en forma del segundo cultivo de más producción después de la papa. La región posee tanto el clima como el suelo correcto para los cultivos de las diversas tipologías de quinua tal como la Blanca Junín, Roja Pasankalla, Negra Ccollana entre otras principales. El departamento de Ayacucho, concentra instituciones gubernamentales como la Dirección Regional Agraria Ayacucho que ha sido un elemento que juega un rol relevante en la tracción de producir mencionado cultivo contribuyendo con recursos, asistencia y capacitaciones para la mejora del proceso de siembra, cosecha y pos cosecha de la quinua orgánica a los agricultores de la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura”. Así

mismo obtener mejoras en la comercialización de los agricultores y lograr el cumplimiento de las pautas de calidad de este producto quinua además de ser competitivo en el mercado tanto en el país como de forma internacional.

En la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi - Agropura, producir la quinua orgánica es reducido por los elevados costos para adquirir o alquilar las maquinarias, que necesitan los agricultores para la siembra y cosecha de la quinua, los insumos en el rubro de la agricultura como son los fertilizantes, abonos, la mano de obra la cual se necesita durante el proceso de producción, los costos de alquiler de los terrenos se encuentran en aumento constante y otras expensas indirectas en las cuales se incurren; además, se percibe que el costo pagado por cada kg de quinua orgánica es estrechamente bajo, porque los agricultores venden su producto a los minoristas. La realidad que se observa es preocupante para los socios los cuales se ocupan en el proceso productivo de la quinua orgánica, porque hace que producir este cultivo orgánico no cubre la totalidad de los costes incididos durante el proceso de siembra, cosecha y la mercantilización. En esta investigación, la dificultad que se ha observado en los socios es que actualmente determinan sus costos de producción empíricamente de acuerdo a lo que observan en el proceso de producción; no tienen fijados cuales son los costes directos e indirectos como en materia prima, mano de obra y diversos gastos necesitados durante el proceso productivo. La comercialización (venta) es a los compradores minoristas o intermediarios locales, las decisiones que toman los socios en fijar sus precios y comercializar (vender) su producto, es de manera inadecuada y no acertada, afectando el resultado en las ganancias; esto se debe a que la asociación no analizan vender sus productos a los mayoristas o buscar la oportunidad de exportar; por consiguiente los productores no saben cuánto es la inversión real que se ha incurrido en la producción de la quinua y de qué forma se puede comercializar el producto para generar mayores ganancias. Por esa razón, varios de los asociados se hallan dando marcha atrás a la producción de la quinua orgánica puesto que no origina ingresos únicamente consumos; ello se corresponde a que los agricultores no utilizan algún tipo de manejo de coste de manufactura y no tienen definido cómo comercializar la quinua orgánica.

Por tanto, la investigación deberá de responder la siguiente problemática general: ¿Cómo se determinan los costos de producción y la comercialización de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?; y los problemas específicos : ¿Cuáles son los costos de producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?; ¿Cómo es la comercialización de la quinua orgánica la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?; ¿Cuáles son las ganancias de la producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?

Presenta justificación teórica, busca la aplicación de la contabilidad de costos mediante teorías y conceptos básicos a la actividad agrícola, con el objetivo de extender saberes básicos relacionados con el control de coste de elaboración y las formas de comercialización para fijar los precios y determinar las ganancias para los agricultores actuales y futuros. La justificación metodológica se basó en realizar entrevistas, y guía de cuestionarios, etc. Para poner en práctica los objetivos establecidos de la investigación, que nos ayudará a obtener conocimientos sobre los costes en producción, las formas de mercadeo y la ganancia.

En la justificación práctica, la actividad económica como la agricultura en la cual se produce y se comercia el producto quinua orgánica, es importante el control sobre las expensas en manufactura y las opciones para la mercantilización; porque llevar un manejo adecuado de los costos que se incurren, concedió información acertada y adecuada; lo cual ayudará tomar de decisiones más certero para la determinar el precio de venta y las formas de comercialización para mejorar las ganancias de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho.

Dado ello, el objetivo principal de la investigación fue: “Determinar los costos de producción y comercialización de la Quinua Orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020. Los objetivos específicos que tuvo la investigación fueron: Establecer los costos de producción

de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020; Identificar las formas de comercialización de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020; Determinar las ganancias de la producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Habiendo revisado los antecedentes, se presentan las investigaciones relacionadas con el presente estudio, expuestas de forma ordenada como nivel internacional y nacional.

Según Rodríguez (2019) en su tesis: “Oportunidad en mercados internacionales para la comercialización de quinua orgánica, desde el Cantón Bolívar de la provincia del Carchi-Ecuador” de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi - Tulcán, el cual tuvo como finalidad determinar la oportunidad de comercialización de la quinua en mercados internacionales. Metodológicamente sus aspectos fueron cuantitativos, diseño exploratorio – no experimental, donde tuvo una muestra conformada por 246 colaboradores a quienes se les administró una encuesta. Sus resultados indicaron que los precios por una libra de quinua fluctúan entre los 15.5 dólares estadounidenses o 23 dólares canadienses, donde la empresa solamente puede producir 8000 libras de quinua, donde su costo de producción es de \$ 3844 dólares estadounidenses. Finalmente, se concluyó que los mercados con mayor capacidad para poder tener una mejor comercialización en relación a las ventas, son Canadá, Alemania y Estados Unidos (p.20; p.26; p.165; p.196).

El autor Calderón (2018) en su artículo: “Estudio de la producción y comercialización de quinua (*Chenopodium quinoa* Willd) en la provincia de Carchi” de la Revista de la Universidad Técnica del Norte - Ibarra, que tuvo como objetivo analizar la comercialización, rendimiento y costos de producción de la variedad de quinua *Chenopodium quinoa* Willd. La investigación es de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, cuya recolección de dato se hizo mediante encuestas y entrevistas. Los resultados indicaron que los pequeños, medianos y grandes productores tienen un costo de producción de 1840,78 USD, 2281,52 USD y 2184,08 USD, respectivamente. Además, la mayor superficie de cultivo se realiza en el cantón de Tulcán, con una superficie de 182646 hectáreas. Por último, el 72% de los productores emplea un sistema de cultivo que combina lo manual con lo mecanizado (p.5; p.6; p.7; p.13).

Por otra parte, Saltos et al. (2018) en su artículo: “El comercio justo de la quinua orgánica en el cantón Guamote de la provincia de Chimborazo - Ecuador”, de la

Revista Mikarimin – Chimborazo, que tuvo como objetivo determinar si la quinua orgánica es fuente para el desarrollo de cadenas de comercio equilibrado y de asignación de un precio de producción justo. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, utilizó a manera de técnica de encuestas para la recopilación de datos. Entre sus principales derivaciones se encontró que el 67.97% del total de cultivos tiene de 1.51 a más hectáreas sembradas de quinua, donde el 93.69% de los agricultores emplea semillas seleccionadas, con un precio de venta entre 111 y 120 USD por quintal (74.76%), y una apreciación negativa sobre el precio justo de 69.42% (p.83; p.83; p.85; p.90).

El artículo de Chipana & Trigo (2017) titulada “Las asociaciones de agricultores en la producción, transformación y comercialización de quinua (*Chenopodium quinoa* Willd)”, de la Revista de Investigación e Innovación Agropecuaria y de Recursos Naturales – La Paz, que tuvo como objetivo analizar y caracterizar la situación actual de los pequeños productores que procesan y comercializan la quinua. El estudio es de enfoque mixto y nivel descriptivo, cuya recopilación de datos se realizó por medio de entrevistas. Los resultados demostraron que las principales variedades cultivadas son la quinua Samaja, Pasankalla y Chucapaca, con una producción de 6900, 13800 y 18400 Kg/año. La comercialización presenta variación por intermediarios del 57.5% si es a través de FEPAMPA y 0% en otros casos. En todos los casos se demostró suficiencia en cuanto a recursos a manera de agua, tierras y mano de obra para regadío (p.82; p.83; p.84; p.90).

Según Ricaurte (2015) con el estudio: “Modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guacamote de la provincia de Chimborazo” de la Universidad Nacional de Chimborazo - Riobamba, el cual presento a manera de finalidad elaborar un modelo comercial para pequeños productores del cultivo. La metodología que utilizó fue de un enfoque mixto, diseño no experimental – descriptivo, para ello contó con su muestra compuesta de 206 colaboradores, a quienes se les administró una encuesta. Los primordiales resultados demostraron que el precio de la Quinua orgánica puede valer entre \$140 y \$160 en el mercado internacional, mientras que en la nacional cotiza entre \$90 y \$120, a comparación de los precios de la quinua química que cuesta entre \$60 y \$70 a nivel nacional y \$90 a nivel internacional, estos precios

están por quintales. Por otro lado, los costos de producción por quintales de 35kg son de \$1466 y se vende a \$2400, teniendo ganancias de \$934. Concluyendo, con la demostración de que un modelo de comercio, puede ayudar en los beneficios comerciales de estos productores (p.3; p.37; p.68; p.88).

A nivel nacional, Mercado & Luján (2020) en su artículo: “Canales de comercio alternativo en pequeños productores de quinua del departamento de Junín - Perú” - Junín, de la Revista Natur@economía, que tuvo como objetivo evaluar la viabilidad productiva, tecnológica y económica de los canales comerciales alternativos para el comercio de quinua que fueron promovidos por los pequeños agricultores de Junín. La investigación se ubicó como un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y utilizó a manera de técnica las encuestas. Los resultados indicaron que en la producción de quinua abastece el 31.40% del mercado en Lima, el 3.80% se destina a exportaciones y el 64.40% abastece el mercado regional. La rentabilidad para el caso de los pequeños productores estaría entre el 8% y 20%, pero puede variar en función del coste sobre el alquiler de tierra y otros costes indirectamente (p.55; p.55; p.57; p.68).

La tesis de Regaño & Valencia (2018) titulada “Costo de producción de la quinua orgánica – caso cooperativo de productores de granos andinos orgánicos – Huanoquite – Paruro. Periodo 2016”, de la Universidad Andina del Cusco - Cusco, que tuvo como objetivo establecer y analizar el costo de producción de la quinua orgánica en Huanoquite. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo junto con un nivel descriptivo. Entre sus resultados estos indicaron que los productores de Huanoquite no llevan un adecuado manejo sobre sus costos en producción. La determinación de estas expensas de la quinua se realizó en función del propio criterio del productor y su experiencia, pero no en términos de su rendimiento y costos indirectos, lo cual expone las ineficiencias en la determinación del precio final (p.3; p.58; p.61; p.89).

Según Chávez et al. (2017) en la investigación: “Análisis de la cadena productiva de la quinua en San Román-Puno para usos prospectivos” de la Pontificia Universidad Católica del Perú – Lima, donde se contó con la finalidad estudiar la cadena de producción de los productores de quinua. Los aspectos metodológicos utilizados fué el enfoque mixto seguido de un diseño no

experimental – descriptivo, donde tuvo una muestra integrada por 17 productores a quienes se les fue aplicada la entrevista. Los resultados demostraron que en los mercados minoristas los precios por kilo de quinua durante el 2016 fluctuaron entre S/.8.00, mientras que para el mercado mayorista fueron entre S/.5.28 y el acopiador fue S/.3.53, por otro lado, los precios que establecieron los productores fue S/. 3.35 y para exportación llegó a S/.24.00. Finalmente, se pudo verificar que los problemas de los pequeños productores, es que debido a la poca cantidad que se maneja de producción, pierden poder de negociación, y solamente venden acopiadores, lo cual le genera menos beneficios económicos (p.5; p.37; p.88; p.127).

La investigación de Vilca (2017) que tiene por título “Determinación de los costos de producción de la quinua y su rentabilidad en el distrito de taraco en la campaña agrícola 2014-2015”, de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, que tuvo como objetivo determinar el rendimiento del costo de producción y rentabilidad generada por la comercialización de la quinua variedad Kancolla en la Comunidad de Ramis. El estudio fue de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, utilizando los datos en las hojas de costo y producción. Los resultados indicaron que, para el periodo 2014-2015, presentando la renta promedio sobre la producción de este cultivo alcanzó un índice de 160.10%, lo cual se entiende como una actividad rentable gracia a que arroja un VAN positivo (p.8; p.27; p.37; p.54).

Según Carhuallanqui & Espinoza (2017) en la investigación titulada: “Desarrollo de cadenas de valor de productores rurales: Caso Quinua y Asociación APOQUA en la provincia de Huamanga-Ayacucho” de la Pontificia Universidad Católica del Perú - Lima, el cual tuvo como finalidad la identificación y estudio de un encadenamiento de valor de productores. Los elementos metodológicos usados fueron del tipo mixto y el diseño exploratorio, donde tuvo una muestra de 51 productores y la revisión sistemática, y en ellos se empleó una guía para la entrevista y la guía referencial. Los resultados revelaron que el precio del kilo de quinua para el mercado estadounidense en el 2015 fue de \$4.7 del productor con un costo de \$4.0, mientras que para el intermediario el precio fue de \$5.4 con un costo de \$4.5, el mayorista \$14.36 con un costo de \$10.5, en estados se cotiza en un precio de \$17.81 a un costo de \$12.2, donde claramente se puede verificar

las diferencias de precios y costos, hasta la comercialización internacional del producto. Se logró concluir que los elevados importes en el mercado internacional es una opción muy beneficiosa para que los pequeños productores puedan elevar su margen de ganancias, ya que, ellos durante la comercialización son los que menos ganan económicamente (p.3; p.6; p.73; p.113).

Luego de haber descrito los antecedentes, se prosigue a respaldar las variables de investigación, pero primero se conceptualizan las variables bajo estudio. En primer lugar, se debe conceptualizar qué son los costos, también conocidos como los costes o el valor que se le asigna al consumo o adquisición de elementos para la producción o elaboración de patrimonios o servicios dentro de una actividad económica (Rincón et al., 2019). Para luego definir qué son los costos de producción, donde para Novoa et al. (2017) los costos de producción son elementos importantes en la fabricación de determinado producto, debido a la priorización sobre el uso de los materiales y a la mano de obra. También es conocida porque, recoge, registra y también analiza la información que se pueda obtener al momento de presentar los bienes o brindar servicios, esto al igual incluye a la comercialización (Zans, 2016). Por otro lado, se indica que son la consecuencia sobre el examen de administración de elaboración, derivada de distintos procesos para elaborar producción, la cual se basa en las metodologías de trabajo de cada organización (Meleán & Velasco, 2017). Es una herramienta de reconocimiento de la gestión empresarial, esto a su vez dispone de la incorporación de ciertos elementos como lo son los procesos productivos y los subsistemas empresariales, como los gerentes de las áreas administrativas, financieras y de producción de cada organización (Casanova et al., 2021).

Se considera a los costos de producción importantes debido a que ayudan a que se adapten los sistemas tecnológicos de la industria, esto entendido como la manera de proporcionar una base de conocimiento moderno y virtual sobre las demandas del mercado actual, en ese sentido estos al ser aplicados hacen que se aproveche más la producción total y unitaria de los mismos (Durán & Zolano, 2019). Es necesaria puesto que ella propone un acercamiento a las prácticas de la organización frente a la utilidad de estas mismas, además que es considerada una estrategia capaz de influenciar dentro del rendimiento de las organizaciones,

de esta manera se explica de forma general y estructurada (Saavedra et al., 2020).

En cuanto a los modelos de costos de producción, se tiene el referente a los costos por órdenes de trabajo o elaboración, para Sepúlveda (2019) se da cuando se realiza un producto, elaborado por las especificaciones que brinda el cliente, otorgando un producto único y específico (p.42). De igual manera se dice que el modelo de costos por órdenes es imprescindible dentro de la organización que la aplique, ya que aporta una variedad de productos para comercializar y los costos que genera cada producto son distintos (Ordinola et al., 2020). Entre los factores correspondientes al costo resaltan los de materia prima, que es considerada un activo principal para poder producir cambios dentro de la producción en base a la fabricación de productos, luego se habla de una mano de obra que es la forma en que se gestiona la creación de un producto, esta puede ser de manera manual o mediante el uso de máquinas de la industria comercial de una organización (Calleja, 2013).

El modelo de conteo ABC, es un método de costos que se define como la identificación de aquellas acciones de una organización donde se le establece costos por cada actividad tomando en consideración ventas/consumo verídico del producto. Este modelo propone generar cambios operativos dentro de las organizaciones, volviéndose más rentables, de este modo lograr también la integración de herramientas y propuestas metodológicas, otorgando de esta manera un criterio en evaluación y proporcionando apoyo en los procesos de incorporación de nuevas estrategias dentro de la organización (Cháves et al., 2004). Siendo de este modo que el modelo ABC puede alcanzar una mejor visión de las oportunidades que tiene la organización para mejorar su proceso de actividades (Tiepermann & Porporato, 2021).

Dentro de los modelos de costos, se encuentra el costo directo o variable el cual tiene como base las categorizaciones de los precios en variables y fijos, donde estos primeros se consideran como los costos que se modifican en función de los cambios dentro de la cantidad productiva, mientras que los costos fijos son constantes (Chinniah, 2016). Por otro lado, este tipo de costos nace el enfoque de los costos directos (todos) e indirectos (variables), los cuales pueden ser

identificables de manera fácil dentro del producto, proceso o fases, donde las ganancias de este tipo de costeo dependen de las ventas que se realizan de los productos procedentes de una organización y no con la producción (Zans, 2016).

Por otro lado, la teoría o modelo del costeo por absorción también conocido como costeo total, en este se considera que para establecer los precios de producción deben estar compuestos por costes directos u operativos, como también los costes indirectos de procesos, áreas responsables y otros (Chinniah, 2016). Este método puede ser considerado como el tradicional, debido a su capacidad de aplicación en varios ámbitos, ya que, esta forma el costo productivo está conformado por tres elementos sin excluir ningún tipo de costo, que se pueda considerar como fijo o variable (Zans, 2016).

De igual manera, también se describen las dimensiones que componen como costos directos y costos indirectos, de las cuales se puede reconocer a los costos directos, que son todos los elementos que son necesarios para la producción, los cuales pueden ser identificados y cuantificados en el producto final/terminado, además, este tipo de costos ingresa a la ecuación de gastos razonables y en ese sentido también está la recursos humanos directas que interviene durante el proceso productivo en un determinado producto (Rincón et al., 2019). En cuanto a los indicadores se tienen la materia prima directa y mano de obra directa; la materia prima es definida como aquellos insumos importantes los cuales se emplean en procesos de transformación. Además, se tiene a la mano de obra directa se trata de, la fuerza laboral la cual es participante de forma directa en transformar la materia (Vallejos & Chiliquinga, 2017).

De igual manera también se cuenta con la otra dimensión los costos indirectos, que son aquellos aspectos que afectan dentro del proceso productivo del fruto de una empresa, el cual no puede realizarse una medición y establecerlo de forma directa a una de las fases productivas, sino que se asume un juicio de imputación coherente para poder identificarlo de manera precisa, además, a su vez también mantiene de forma indirecta materia prima y mano de obra indirecta al igual que las expensas de la producción (Rincón et al., 2019). Respecto a los indicadores de los costos indirectos se tiene a la materia prima indirecta que no son parte del producto terminado y son de difícil cuantificación, mano de obra

indirecta, que no es parte de manera en la evolución de bienes y costos indirectos en producción, que se definen como egresos hechos para beneficiar la producción en general (Vallejos & Chiliquina, 2017).

En cuanto a la comercialización, es referida a modo del grupo de funciones las cuales se desenvuelven partiendo de la salida de un producto de una determinada entidad hasta logre llegar a la clientela (IICA, 2018). De igual manera se explica que la comercialización está constituida por el mercadeo, las ventas, la distribución y los servicios que puedan brindar para el alcance de venta de un determinado producto (Cordero & Bermeo, 2018). Por otro lado, se indica que para elaborar adecuadamente la comercialización y su gestión se debe cumplir con los principios de responsabilidad que tiene que tener cada organización, basándose en las normas que debe cumplir (Ponce, 2017). El suceso de comercializar hace probable la movilización y transporte de bienes o servicios de un espacio a otro, posibilitando la distribución y venta de tales productos (Meleán & Velasco, 2017).

En cuanto a los modelos de comercialización, se tienen las ventas al menudeo, en dicho proceso se involucran los temas de venta o servicios ofrecidos al consumidor para su uso individual, es realizada por los vendedores minoristas, expresa que genera grandes ganancias a nivel anual, en ese sentido se explica el concepto de marketing de venta, en la cual se utilizan promociones y publicidades (Armstrong & Kotler, 2013). Venta al mayoreo, en ese modelo se explica aquellas labores las cuales interceden en la comercialización de bienes y los servicios de los que desean la compra de un determinado producto y sus principales accionistas son los mayoristas, quienes los que compra en grandes cantidades sus productos y luego venden a los minoristas, en ese sentido se explique que aquellos mayoristas son ampliamente desconocidos por sus consumidores finales (Armstrong & Kotler, 2013).

Para medir la comercialización Agricultura (IICA) (2018) se tienen las dimensiones, distribución y efectividad de comercialización. Donde la distribución es definida como el proceso que se realiza desde el local de venta hacia distintos lugares de promoción de los productos. Dentro de la misma hay indicadores como minoristas, se refiere a los mercados que tienen la ventaja de

causar un contacto más cercano y personal con los consumidores, en cuanto a intermediarios, son los que acopian la materia prima y organizan el transporte y los mayoristas, son aquellos que transportan mercadería de gran volumen es decir ventas al por mayor. Para la dimensión efectividad de comercialización, se refiere a ventas realizadas que son la cantidad de producción o productos que ha se ha logrado vender durante un periodo o tiempo específico, mientras que las metas de ventas, es la representación de toda la planeación trazada en cuento a la cantidad de ventas las cuales se desea alcanzar por medio de corto, mediano o largo plazo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

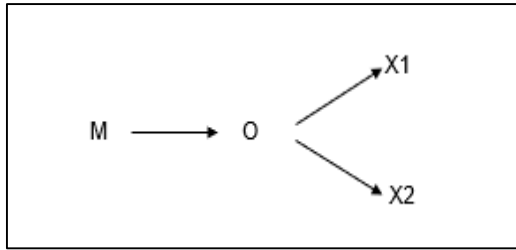
El actual estudio fue del tipo aplicada, la cual aprovecha los resultados de investigaciones básicas y tiene como fin la aplicación de teorías existentes en diferentes realidades (Valderrama, 2015). De esta forma, el presente trabajo buscó generar conocimientos a través de una aplicación directa del fenómeno investigado, el cual se encuentra relacionado con los costos de producción y comercialización.

3.1.2. Nivel de estudio

La actual investigación fue descriptiva, pues se indaga comprender las particularidades del fenómeno que se está investigando (Hernández et al., 2014, p.92). Así se buscó entender la particularidad de costos en producción y comercialización de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” ubicada en el departamento de Ayacucho.

3.1.3. Diseño de investigación

En aras de desempeñar con la finalidad del estudio, el diseño fue no experimental, el cual no implica una manipulación de las variables y su medición se desarrolla en una sola ocasión (Hernández & Mendoza, 2018). En esa misma línea, las variables abordadas fueron analizadas en su contexto natural sin alteración de su realidad. En adición a ello, el corte fue transversal, ya que las variables fueron estudiadas en un periodo específico del tiempo (Ñaupas et al., 2018). Finalmente, el diseño planteado en la investigación fue el descriptivo. Respecto a ello, Ñaupas et al. (2018), identifica el siguiente diagrama simbólico:



Dónde:

M: Muestra

X1: Costos de producción

X2: Comercialización

O: Observación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Costos de producción.

Se definen como el valor monetario empleado por una empresa para poder adquirir un bien. Se tratan de aquellos costos los cuales inciden en el proceso de transformación de un producto clasificándose de acuerdo con la determinación de un producto en costos directos y costos indirectos (Zans, 2016).

Dimensiones

- Costos directos.
- Costos indirectos.

Indicadores

- Materia prima directa.
- Mano de obra directa.
- Materia prima indirecta
- Mano de obra indirecta.
- Costos indirectos de producción.

Variable 2: Comercialización.

Es el conglomerado de procedimientos la cual desarrolla para que un producto llegue del fabricante al consumidor en la cadena agrícola mediante, el proceso de comercialización se realiza a través de diferentes canales de distribución como ventas directas a minoristas, mayoristas e intermediarios; La selección del canal de distribución adecuado se trata de una de las decisiones de mayor relevancia que tiene que ser tomada por el productor. (Agricultura(IICA), 2018)

Dimensiones

- Distribución.
- Efectividad de comercialización

Indicadores

- Minoristas
- Intermediarios
- Mayorista
- Ventas realizadas
- Meta de ventas

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. Población

Es el total de elementos implicados dentro de un estudio, los cuales suelen compartir determinadas características (Ñaupas et al., 2018). A fin de cumplir con el objetivo planteado para la investigación presente, se seleccionó en forma de población al conjunto documentario de costos de producción y comercialización (venta) de la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura ubicada en Ayacucho

3.3.2. Muestra

Es considerada una porción de la población escogida, la cual es de suma importancia para desarrollar una investigación, ya que en la misma se desarrolla el proceso de observación y de medición de variables (Bernal, 2010). Por lo expuesto, la muestra está conformada por el documento de costos de producción y comercialización (venta) de la quinua orgánica por la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura ubicada en Ayacucho en base a un muestreo no probabilístico, el cual es una técnica de la muestra que se encuentra bajo el criterio del investigador y no existe la necesidad de desarrollar un análisis matemático (Hernández et al., 2014).

En base a ello, se llevó a cabo un muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde el investigador bajo su opinión o intención escoge una muestra y su evaluación de representatividad está sujeta a la subjetividad de este (Juárez, 2014).

3.3.3. Unidad de análisis

Representa el lugar en donde se procesa la investigación a realizar (Supo, 2018), en ese sentido la unidad de estudio de la investigación está representada por el documento de costos de producción y comercialización. Así mismo, el presidente de la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura”, Ayacucho 2020.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

La técnica es el conjunto de procedimientos que son realizados para poder cumplir con el objetivo planteado (Ñaupas et al., 2018). Para esta investigación, las técnicas utilizadas tanto para la primera variable como para la segunda fueron el análisis documental y entrevista.

Los instrumentos son las herramientas utilizadas para el procedimiento de recopilación de datos e información sobre lo que se pretende investigar

(Ñaupas et al., 2018). En esa misma línea, los instrumentos utilizados tanto para la primera variable como para la segunda fueron dos guías de análisis documental y una guía de entrevista.

Tabla 1
Técnicas e instrumentos de la investigación

TECNICA	INSTRUMENTO
<p>ANÁLISIS DOCUMENTAL: Según Bernal (2016), una guía del análisis documental necesita la información importante acerca de las variables cualitativas o cuantitativas necesaria para un estudio de investigación, la cual se interpretará para obtener resultados significativos.</p> <p>ENTREVISTA: Como lo mencionó Córdova (2018) una entrevista es una técnica que permite la obtención de información precisa y relevante sobre las variables, mediante el punto y percepción literal de los entrevistados.</p>	<p>GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL: El instrumento de guía de análisis documental nos facilitará acceder a la información obtenido relacionado a los costos de producción y comercialización de la quinua orgánica fijados por la Asociación.</p> <p>GUIA DE ENTREVISTA: El instrumento de guía de entrevista se emplea para adquirir información mediante una secuencia de preguntas relacionadas a las variables de la investigación.</p>

Con el objetivo de validar los instrumentos de investigación (la guía de entrevista y guía de análisis documental), se realiza la aplicación del juicio de expertos conocedores del tema que consta de tres personas.

Validación y confiabilidad del instrumento

Es observada la confiabilidad del instrumento cuando se obtiene respuestas con sentido y precisas; es decir, no hay un cambio significativo en la aplicación del instrumento a una misma población en diferentes tiempos (Ñaupas et al., 2018). A partir de ello, a causa de la naturaleza poseída por

los instrumentos usados en la investigación, no fue necesario llevar a cabo un proceso de confiabilidad.

El nivel de validez se manifiesta en la capacidad que puede tener el instrumento para realizar una medición auténtica y objetiva (Carrasco, 2018). Para la guía de análisis documental no se realizó el proceso de validación; sin embargo, para la guía de entrevista, su validación si fue realizado este mediante el juicio de expertos, quienes son especialistas en la materia con el fin de poder tener una mejor certeza científica para cumplir con el fin del estudio.

3.5. Procedimientos

En primer lugar, se pidió autorización al presidente de la asociación para poder realizar la aplicación de los instrumentos en el conjunto documentario sobre los costos de producción y la comercialización de la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura”

En segundo lugar, se obtuvieron las dos guías de análisis documentales y una guía de entrevista, la cual fue aplicada para la obtención de información.

En tercer lugar, se validaron los instrumentos a través de juicio de experto asociado al tema.

Por otro lado, como cuarto lugar, se aplicó los instrumentos a la muestra de estudio.

En quinto lugar, se recolectó la información en resultado de la aplicación de los instrumentos. En sexto lugar, se analizaron y se interpretaron los datos obtenidos a través de la administración de los instrumentos para poder responder a los fines establecidos.

Al final, se formularon las conclusiones de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

Dentro de esta investigación se hizo uso de un método descriptivo, que de acuerdo con Valderrama (2015) es un método que tiene como pilar la

observación, esto con la intención de realizar un análisis detallado y caracterizado de los temas en estudio, mediante la información brindada por la muestra establecida dentro de una investigación científica. Para el presente estudio, se obtuvo la data por medio de las guías de análisis de contenido y la guía de entrevista aplicada al presidente de la asociación; siendo de gran utilidad con el fin de realizar tablas de frecuencias acerca de los costos de producción y comercialización de la quinua orgánica en la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura.

3.7. Aspectos éticos

Ha sido considerado como factor fundamental dentro de la investigación la confidencialidad y privacidad acerca de los datos obtenidos de la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura teniendo en cuenta el consentimiento de los involucrados. Asimismo, desde un aspecto académico, se ha hecho un uso correcto de las normas APA y se ha citado de manera idónea a los diversos autores que se han presentado en la investigación.

Respecto a la confidencialidad, solo el investigador ha sido la persona que realizó el proceso de codificación de los datos obtenidos para evitar que otras personas puedan observar la información obtenida. En adición a ello, se garantizó que los participantes hayan realizado las preguntas correspondientes acerca de la información que se solicitó, mostrando siempre la disponibilidad de responder a las mismas en vía de dar garantía sobre una mayor nitidez y confianza posible.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

4.1.1. Ficha Técnica de la empresa

Razón Social: “Asociación agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura”.

N° RUC: 20534748613.

Fecha de inscripción: 24/09/2015.

Estado Actual: Activo.

Dirección: Jr. Dos de Mayo N° 240, Ayacucho-Huamanga- Ayacucho.

Actividad Económica: cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)

4.1.2. Reseña Histórica

La Asociación agroecológica Puyas de Raymondi - Agropura es una entidad especializada en el cultivo de productos agrícolas, en este caso específico, de la quinua; acompañando la actividad con la cría de animales (explotación mixta). La organización fue creada y fundada el 24 de setiembre del 2015 por el señor Salvatierra Bautista, Raúl Roger, valiéndose de su conocimiento y actitud emprendedora.

Desde sus inicios, dispuso del respaldo y confianza procedentes de los clientes; logrando un propicio posicionamiento en el mercado a nivel de la ciudad de Ayacucho, provincia de Huamanga y distrito de Ayacucho. En la actualidad, se encuentra empadronada en el registro Nacional de proveedores para hacer contrataciones con el estado, contando con un total de 25 socios, ampliando la capacidad productiva y brindando apoyo a los pequeños agricultores que se dedican a este rubro, con presidente actual el señor Orlando Rojas Suárez.

4.1.3. Misión

Somos una organización agrícola que sostiene un compromiso para la producción de los mejores granos de quinua y lograr una crianza de animales que se ajuste a altos estándares de calidad; otorgando seguridad a quien lo procesa y lo consume, procurando la práctica de una cultura ecológica y de responsabilidad social.

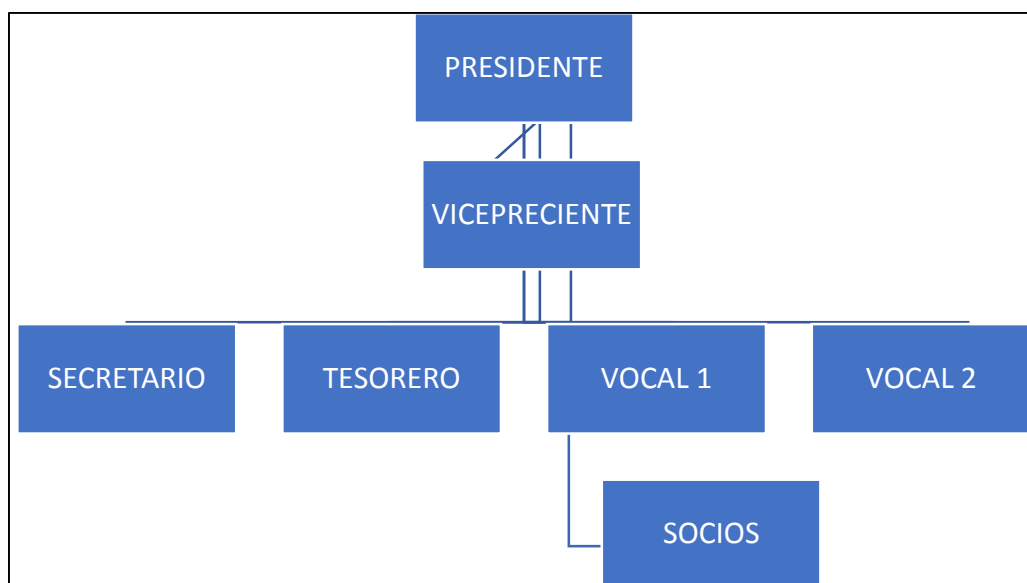
4.1.4. Visión

Ser una organización agrícola líder, alcanzando reconocimiento y mérito internacional y cuidando las relaciones entre nuestros grupos de interés mediante el trabajo supeditado por la lealtad y la confianza a fin de convertirse en el mejor de nuestra rama.

4.1.5. Organigrama

Figura 1

Organigrama de la empresa



Fuente. Asociación agroecológica Puyas de Raymondi- Agropura

4.1.6. Realidad problemática

En la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi - Agropura, producir la quinua orgánica es reducido por los costos que conlleva y el proceso del mismo, además, se percibe que el pago por cada kg de quinua orgánica es bajo, lo cual es, preocupante debido a que sus costos de producción lo realizan empíricamente de acuerdo a lo que observan en el

proceso de producción; no tienen fijados cuales son los costes directos e indirectos como en materia prima, mano de obra y diversos gastos necesitados durante el proceso productivo, lo cual también se repercute en la comercialización correcta, porque no se tiene claro cuál es el canal correcto para obtener mayores ganancias; esto se debe a que la asociación no analizan vender sus productos a los mayoristas. Es por ello, que se quiere determinar sus costos de producción y la comercialización efectuada en dicha asociación.

4.2. Determinación del Objetivo General y Específicos

4.2.1. Determinación de Objetivo General

“Determinar los costos de producción y comercialización de la Quinoa Orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020”.

A efectos de concretar el objetivo propuesto, se estudió la información relativa a los costos de producción y de comercialización de la quinoa orgánica de la empresa durante el periodo, y se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 2

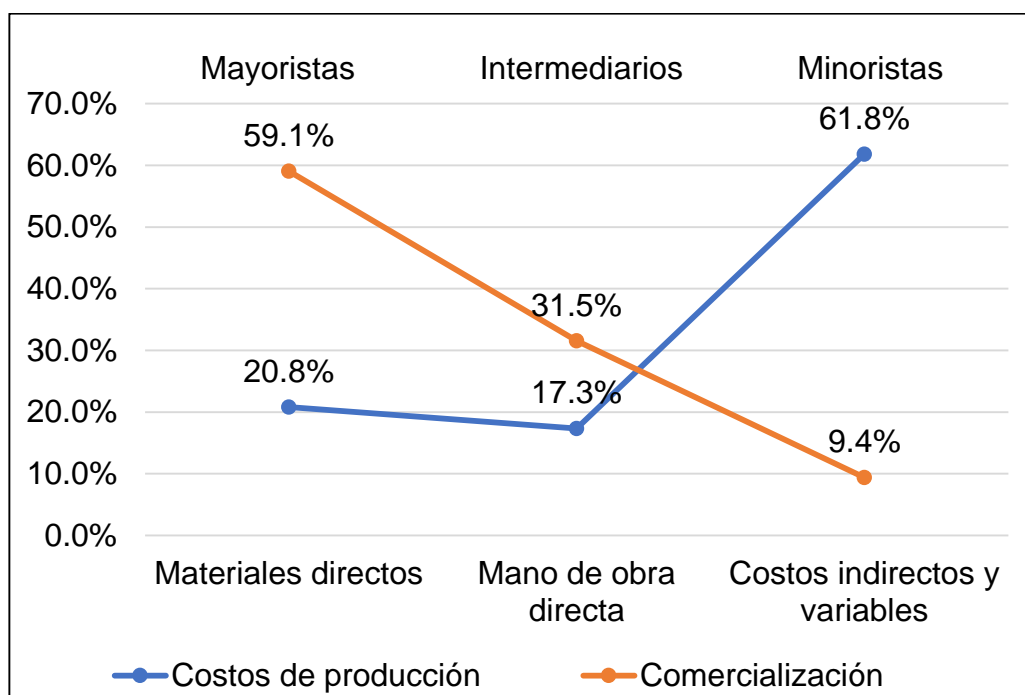
Costos de producción y comercialización

Costos de producción		
Descripción	S/.	%
Materiales directos	S/ 28,375.00	20.8%
Mano de obra directa	S/ 23,625.00	17.3%
Costos indirectos y variables	S/ 84,250.00	61.8%
Total, temporada (25 Ha)	S/ 136,250.00	100.0%
Comercialización		
Descripción	S/.	%
Mayoristas	S/ 220,000.00	59.1%
Intermediarios	S/ 117,500.00	31.5%
Minoristas	S/ 35,000.00	9.4%
Total, temporada (25 Ha)	S/ 372,500.00	100.0%

Fuente. Guía de análisis documental

Figura 2

Costos y comercialización



Fuente. Análisis en base a la guía de análisis documental

Los costos de producción de la quinua orgánica incluyeron costos de naturaleza tanto directa como indirecta. En ese sentido, los costos directos abarcan materia prima directa y mano de obra directa; mientras que los costos indirectos, materia prima indirecta y costos indirectos. Sumando el valor de todas las categorías, se obtiene un costo de producción de una temporada (25 Ha) de S/ 136,250.00, siendo los costos indirectos los que tienen mayor peso, representando un 61.8%, seguido de los materiales directos (20.8%) y finalmente la mano de obra directa (17.3%). En cuanto a la comercialización, se puede observar que durante la temporada el 59.1% del total de ventas se vendió a los mayoristas, confirmando el canal más utilizado por la asociación para vender por este canal, seguido de los intermediarios con un 31.5% que no es poca representación a comparación del 9.4% de ingresos que representan los minoristas.

En ese marco comercial, en la entrevista realizada al representante de la asociación agroecológica, se afirma las insatisfactorias ganancias obedecen a los costos elevados de producción, los bajos precios de venta

y a los factores climáticos; no obstante, postulan que aumentar el precio de la venta a los mayoristas en aras de una recuperación financiera; significa una desventaja puesto que el producto es adquirido por los compradores a crédito y el periodo de pago es extenso, repercutiendo en el cumplimiento de sus obligaciones de pago. Por otro lado, referente a tener una proyección exportadora, se adujo en respaldo de la negativa que la decisión encara tres obstáculos: Demandaría de un incremento en la capacidad productiva, acceder a un capital propio y disponer de asesoramiento.

4.2.2. Determinación de los objetivos específicos

Objetivo específico N° 01:

“Establecer los costos de producción de la quinua orgánica en la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi - Agropura, Ayacucho 2020”.

A propósito de consumir el objetivo descrito, se revisaron a profundidad los datos organizados en la ficha de análisis documental y en la guía de entrevista para la sección de costos productivos; teniéndose lo sucesivo:

Tabla 3

Costos por materiales directos (1 Ha)

Materiales directos				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Semilla(quinua)	kg	50	S/. 5.00	S/. 250.00
Abono foliar	kg	3	S/. 15.00	S/. 45.00
Fertilizante Urea	kg	300	S/. 1.50	S/. 450.00
Fosfato Di Amónico	kg	200	S/. 1.00	S/. 200.00
Cloruro de Potasio	kg	100	S/. 1.90	S/. 190.00
			TOTAL	S/. 1,135.00

Fuente. Guía de análisis documental

En relación a los costos de los materiales directos, se puede verificar que la más relevancia (costoso) fue el fertilizante con S/450.00 por Ha, seguido de la propia semilla (S/.250.00) y del fosfato (S/.200.00) y siendo el menor el abono foliar con solo S/.45.00 por Ha, todo esto ascendiendo a una

cantidad total de S/. 1,135.00, solamente en materia prima directa.

También tomar en consideración, lo indicado en la entrevista por el presidente de la asociación, donde hace mención que los costos de materia prima consideramos la compra de la semilla (quinua) los fertilizantes y abonos que necesitamos para la siembra. Hacemos la suma de cuánto nos cuesta la semilla que es en kilos y los fertilizantes en sacos.

Tabla 4

Costos por mano de obra directa (1 Ha)

Descripción	Mano de obra directa				Costo Unitario	Costo total
	Unidad de medida	Cant.	Peones			
Preparación del terreno	Hora	S/. 4.38	2	S/. 35.00	S/. 70.00	
Siembra	Hora	S/. 4.38	4	S/. 35.00	S/. 140.00	
Resiembra a mano	Hora	S/. 4.38	1	S/. 35.00	S/. 35.00	
Aplicación de fertilizantes, abonos, otros	Hora	S/. 4.38	2	S/. 35.00	S/. 70.00	
Deshierbe y Lampeo	Hora	S/. 4.38	5	S/. 35.00	S/. 175.00	
Cosecha o siega de la planta	Hora	S/. 4.38	5	S/. 35.00	S/. 175.00	
Carguío a la era para el secado	Hora	S/. 4.38	2	S/. 35.00	S/. 70.00	
Trilla, aventado y ensacado	Hora	S/. 4.38	6	S/. 35.00	S/. 210.00	
				TOTAL	S/. 945.00	

Fuente. Guía de análisis documental

Se puede verificar que existe una gran cantidad de mano de obra directa para la producción de quinua, siendo lo más relevante dentro del mismo, la trilla, aventado y ensacado durante la cosecha con un costo de S/. 210.00 por Ha, seguido por S/.175.00 por el deshierbe y la cosecha ciega, este costo es para cada uno y uno de los costos más baratos se tiene la resiembra a mano con unos S/. 35.00 por Ha; y demás costos, los cuales tuvieron una totalidad de S/.945.00 soles.

Después del análisis, es necesario considerar lo que indicó el presidente de la asociación quien dijo que se consideran que los costos que se pagan a la mano de obra para producir la quinua están en constante aumento, teniendo en cuenta los escasos de trabajadores y es aquí que se invierte más.

Tabla 5

Costos indirectos y variables (1 Ha)

Costos indirectos y variables				
	Unidad de medida	Cant.	Costo Unitario	Costo total
Costales	Unidades	30	S/. 1.50	S/. 45.00
Asistencia técnica	Hora	5	S/. 50.00	S/. 250.00
Alquiler de terreno	Servicio	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Maquinaria aradura	Hora	4	S/. 80.00	S/. 320.00
Maquinaria rastra	Hora	1	S/. 100.00	S/. 100.00
Maquinaria surcadura	Hora	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Maquinaria trilladora	Hora	5	S/. 60.00	S/. 300.00
Lampas	Unidades	5	S/. 15.00	S/. 75.00
Hoz o segadera	Unidades	5	S/. 10.00	S/. 50.00
Mochilas fumigadoras	Unidades	2	S/. 250.00	S/. 500.00
Flete- traslado de insumos	Servicio	1	S/. 50.00	S/. 50.00
Flete- traslado del producto	kg	3000	S/. 0.20	S/. 600.00
			TOTAL	S/. 3,370.00

Fuente. Guía de análisis documental

En los costos indirectos, se puede observar que lo más costoso es el alquiler del terreno, que es de S/.1000.00 por Ha, seguido del flete y de las mochilas fumigadoras, con costo de S/. 600.00 y S/. 500.00 respectivamente, además, de otros como el alquiler de maquinarias de aradura y trilladora, con costo de S/.320.00 y S/. 300.00. Finalmente, la acumulación de todos estos costos fue de S/. 3,370.00.

También, lo anterior puede ser corroborado por el presidente de dicha institución donde hizo mención que se consideran a estos costos aquellos gastos que necesitamos y estos no intervienen directamente en el proceso productivo; y de la misma forma, la mano de obra indirecta es aquella labor que realiza un trabajador sin estar involucrado en el proceso productivo,

es aquella que no trabaja directamente en la siembra, deshierbe y aporque y cosecha de la quinua.

Tabla 6

Costos de producción total

Estructura de costos	S/. (Costos)
Materiales directos	S/. 1,135.00
Mano de obra directa	S/. 945.00
Costos indirectos y variables	S/. 3,370.00
Total, costo (1 Ha)	S/. 5,450.00
Total, costo 1 Temporada (25 Ha)	S/. 136,250.00

Fuente. Guía de análisis documental

Durante el análisis de toda la temporada, se pudo conocer cuáles son los costos más relevantes en la producción de quinua, siendo los costos indirectos y variables los más elevados, siendo un total de S/. 3,370.00; seguido de los materiales directos con S/. 1,135.00 y, por último, los costos por mano de obra directa con S/. 945.00, estos ascendieron a un total de S/. 5,450.00 por Ha; y en una temporada (25 Ha) los costos totales fueron de S/. 136,250.00.

Esto a pesar de que las propias palabras del presidente manifiestan que no existe ningún modelo de determinación de costos de acuerdo a la contabilidad, pero nosotros manejamos un formato el cual nos ayuda a saber cuánto hemos gastado, por lo que, no tener, ningún sistema que pueda facilitar determinar los costos de producción de la quinua solo utilizamos formatos y apuntes simples de los gastos que hemos incurrido. Con este mecanismo se pudieron encontrar todos los costos presentados.

Objetivo específico N° 02:

“Identificar las formas de comercialización de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020”.

Con la finalidad de concluir efectivamente con el segundo objetivo específico, se examinaron con actitud crítica los datos derivados del análisis documental y de la entrevista; pudiendo exponerse lo siguiente:

Tabla 7*Comercialización por canales de distribución*

Distribución	Volumen toneladas	Volumen	Precio unitario	Total
Mayoristas	40 ton.	40,000 kg	S/. 5.50	S/. 220,000.00
Intermediarios	25 ton.	25,000 kg	S/. 4.70	S/. 117,500.00
Minoristas	10 ton.	10,000 kg	S/. 3.50	S/. 35,000.00
Total, de ventas por distribución				S/. 372,500.00

Fuente. Guía de análisis documental

Como se visualiza en la tabla 7, las modalidades de comercialización comprometen las actividades de distribución a mayoristas, intermediarios y minoristas; donde la correspondiente a la venta al por mayor, figura con el valor más elevado: 220,000 soles y, la venta al por menor, con la cifra más baja: 35,000 soles; y los intermediarios fueron de un total de S/. 117,500.00.

Tales resultados obtienen coherencia dado que, como comentó el representante de la asociación en la entrevista, la empresa se inclina por reforzar la venta mayorista ya que, si la venta se concentra en los intermediarios o minoristas, estos optan por revender el producto a los mayoristas.

Tabla 8*Efectividad de comercialización*

Efectividad de comercialización	Ton	Volumen	Precio unitario	Total	%
Ventas realizadas	75	75,000 kg	S/. 4.97	S/. 372,500.00	-32.3%
Meta de ventas	100	100,000 kg	S/. 5.50	S/. 550,000.00	100.00%
Total, de efectividad de comercialización					67.7%

Fuente. Guía de análisis documental

Al analizar la efectividad de comercialización, mediante la meta planeada de ventas, con las efectuadas en la temporada, se puede verificar que en

esta temporada solamente se pudo efectuar el 67.7% de lo planificado, teniendo un margen de 32.3%, el cual puede considerarse como muy alto, debido a un margen de déficit notorio, lo que afectó en gran medida a las ganancias proyectadas por la asociación.

Esto tiene relación, con lo mencionado por el presidente de dicha organización, ya que, mencionó que en todo este tiempo que nos dedicamos a la producción de la quinua no hemos llegado a la meta debido a los diferentes factores climáticos como granizadas, heladas y plagas que atacan a la planta que nos perjudican llegar a la meta.

Objetivo específico N° 03:

“Determinar las ganancias de la producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020”.

Con la finalidad de lograr el objetivo específico planteado, se atendió especialmente a los datos que apuntaron a las ganancias conseguidas mediante la producción de quinua orgánica tras discernir sobre lo recabado por el análisis documental y la entrevista. En ese sentido, se hace extensivo lo siguiente:

Tabla 9

Ganancias por temporada

Ganancias por temporada	25 hectáreas (75000kg)
Precio total de venta	372,500.00
Costo total de producción	136,250.00
Ganancia total (Temporada)	236,250.00

Fuente. Análisis de los datos de la guía de análisis documental

Como se muestra en la tabla 8, el precio total es de 372,500.00 soles; esto incluye la producción total de los 25 socios que asciende a 75,000 kilos de quinua orgánica y el costo total de producción asciende a 136,250.00 soles; quedando como ganancia total de 236,250.00 soles, distribuyendo a 9,180.00 soles por cada socio, lo cual para una temporada es muy bajo, ya que, genera ganancias menores si se demuestra de forma mensual.

Esto es demostrado e indicado por el propio presidente de la asociación, quien manifestó que no se obtienen buenas ganancias; debido a los elevados costos que se necesitan para la producción y los bajos precios que pagan por kilogramo de quinua por ende solo logramos recuperar lo invertido. Por otro lado, esto también demuestra que la poca efectividad en el cumplimiento de ventas proyectadas, hace que sus ganancias sean muy pocas para la asociación.

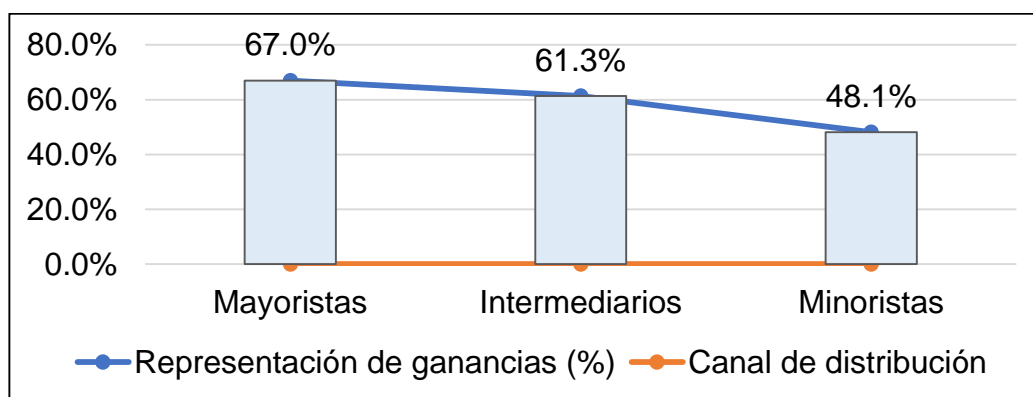
Tabla 10

Ganancias por canal de distribución

Canal de distribución	Cant (kg)	Ventas	Costo	Ganancias	(%)
Mayoristas	40000	S/. 220,000	S/. 72,666.67	S/. 147,333.33	67.0%
Intermediarios	25000	S/. 117,500	S/. 45,416.67	S/. 72,083.33	61.3%
Minoristas	10000	S/. 35,000	S/. 18,166.67	S/. 16,833.33	48.1%

Figura 3

Porcentaje de ganancias por canal de distribución



Fuente. Análisis de los datos de la guía de análisis documental

Se puede verificar que la venta a mayoristas generó el 67% de ganancias en relación a la cantidad de ventas, seguido de los intermediarios fue un 61.3% del total de sus ventas y en los minoristas fue del 48.1%. Esto es confirmado por el propio presidente: Si, cuando nosotros vendemos nuestro producto quinua a los mayoristas nos pagan un poco más que otros canales y las ganancias es razonable, nosotros buscamos fidelización de cliente y ser proveedores de los mayoristas o transformadores de materia prima.

V. DISCUSIÓN

De conformidad con el objetivo general propuesto: “Determinar los costos de producción y comercialización de la Quinua Orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020”, a fin de consumir dicho propósito, se prosiguió con la recolección de datos mediante la administración de la guía de análisis documental y de la guía de entrevista. Posteriormente, los datos fueron organizados a efectos de facilitar su interpretación.

Ahora bien, en aras de responder al objetivo general, se alcanzó que los costos de producción, entre directos e indirectos, por cada 3,000 kg de quinua orgánica en una hectárea sumaron un total de S/. 5,450.00 soles y de 75,000 kg de 25 hectáreas un total de S/ 136,250.00 soles. Además, en lo que respecta a su comercialización, la distribución equivale a un total de S/. 372,500.00; estando destinada a mayoristas, intermediarios y minoristas. Si bien, se identifica que existieron ganancias, estas no alcanzaron las expectativas de la organización; constituyendo uno de los motivos, el impedimento para una inserción en el mercado exportador ya que no cuentan con un capital propio que les viabilice la tenencia suficiente de liquidez para continuar en operación. En ese sentido, en la investigación de Carhuallanqui & Espinoza (2017), se concluyó que una empresa agrícola huancaína destinada a la producción de quinua, se dedica a la venta del producto al mercado estadounidense; lo cual se ha traducido en un alto margen de ganancias debido a los precios y a la demanda exportadora.

En lo que atañe al primer objetivo específico: “Establecer los costos de producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020”; se observó que los costos de producción comportan el uso de bienes y servicios a fin de generar 3,000 kg de quinua orgánica; clasificándose los gastos directos e indirectos. En el aspecto, el costo de la materia prima directa suma un total de 1,135.00 soles y engloba el precio de las semillas, el abono y fertilizantes. Asimismo, el costo de la mano de obra directa, considerando un precio de 945.00 soles por 27 peones. También se menciona que, la materia primera indirecta sumó un costo de 45.00 soles, la

mano de obra indirecta, 250.00 soles por 5 horas y, finalmente, los costos indirectos de producción estuvieron estimados en 3,370.00 soles.

Resulta oportuno añadir que la empresa establece los costos de producción evitando el empleo de un modelo particular de medida ya que se recurre a apuntes y formatos simples; lo cual no sugiere una ventaja. En consonancia con lo señalado, en el estudio de Regaño & Valencia (2018), se concluyó que los productores no realizan un propicio manejo de costos en producción y es que no llevan a cabo análisis a través de protocolos estandarizados, sino que se guían por su propio criterio y experiencia, omitiendo valores como el rendimiento y costos indirectos.

Referente al segundo objetivo específico: “Identificar las formas de comercialización de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020”; se visualizó que las modalidades de comercialización implican faenas de distribución a mayoristas, intermediarios y minoristas; donde la correspondiente a la venta al por mayor tiene el valor más elevado: 220,000.00 soles y, la venta al por menor, posee la cifra más baja: 35,000.00 soles. Por esta razón, la asociación prioriza la venta mayorista puesto que, de concentrarse en los intermediarios o minoristas, estos optan por revender el producto a los mayoristas.

En contraste con el resultado previo, en el estudio de Chávez et al. (2017), se concluyó que para una empresa agrícola puneña, el precio por kilo de quinua en la venta a minoristas era superior, a diferencia del correspondiente al de la venta mayorista. La forma de los productores para delimitar sus precios les ha acarreado pérdidas, considerando la escasa cantidad de producto generado y las dificultades al momento de entablar negociaciones.

En alusión al tercer objetivo específico: “Determinar las ganancias de la producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020”, se obtuvo que, dadas las ventas que sumaron un total de 372,500.00 soles por 75,000 kg de quinua; abarcando las ventas a mayoristas, intermediarios y minoristas, divergió con la meta de venta que equivale a 550,000.00 soles, pudiendo inferirse que la venta resultó inferior a la esperada en un 67.7%. En ese panorama, el representante de la entidad

asevera que tales ganancias derivan de factores como los altos costos de producción, los bajos precios de venta y las condiciones climáticas. Al respecto, se agregó que no se incluye como solución a esta situación tener una proyección exportadora ya que demandaría de un aumento en la capacidad productiva, el acceso a un capital propio y la asesoría.

En comparación con lo detallado, en la investigación de Vilca (2017), se concluyó que la actividad productiva de la quinua, a cargo de la empresa agrícola de Puno; demostró una rentabilidad suficiente como para alcanzar los objetivos trazados mediante la disposición de precios accesibles, liquidez requerida y una administración adecuada que permite no frenar la producción.

VI. CONCLUSIONES

1. Respecto al objetivo general, los costos de producción, entre directos e indirectos, por cada 3,000 kg de quinua orgánica en una hectárea sumaron un total de S/. 5,450.00 soles y 75,000 kg es de S/. 136,250.00 soles. Asimismo, sobre su comercialización, la distribución equivale a un total de 372,500.00; estando destinada a mayoristas, intermediarios y minoristas. Si bien, se reconoce que existieron ganancias, estas no alcanzaron las expectativas de la organización al ser inferiores en 66.7%.
2. En torno al primer objetivo específico, se observó que los costos de producción comportaron el uso de bienes y servicios para generar 3,000 kg de quinua orgánica; bifurcándose en los gastos directos e indirectos. El costo de la materia prima directa sumó un total de 1,135.00 soles, el costo de la mano de obra directa, un precio de 945.00 soles por 27 peones; mientras que la materia primera indirecta sumó un costo de 45 soles, la mano de obra indirecta, 250.00 soles por 5 horas y, finalmente, los costos indirectos de producción estuvieron estimados en 3,370 soles, sumando un total de S/. 136,250.00 soles por 25 hectáreas
3. En cuanto al segundo objetivo específico, las modalidades de comercialización integran las actividades de distribución a mayoristas, intermediarios y minoristas; donde la correspondiente a la venta al por mayor, figura con el valor más elevado: 220,000.00 soles y, la venta al por menor, con la cifra más baja: 35,000.00 soles. Ello se sustenta en la predisposición de la empresa por priorizar la venta mayorista.
4. Sobre el tercer objetivo específico, las cifras de ventas que permiten contrastar las expectativas con la realidad en favor de establecer la consecución de la meta en ventas de quinua orgánica. Dado que las ventas realizadas sumaron un total de 372,500 soles por 75,000 kg de quinua orgánica por los 25 socios y dejando como ganancia de 9,160.00 soles por cada socio; englobando las ventas a mayoristas, intermediarios y minoristas, contrasta con la meta de venta de 550,000 soles por 100,000 kg de quinua con una expectativa de ganancia de 16,260.00 soles por cada socio, siendo la venta inferior a la esperada en un 67.7% y una pérdida de 7,100.00 soles

VII. RECOMENDACIONES

1. Llevar a cabo un sistema de evaluación concienzudo, a cargo de un asesor externo, que posibilite la valoración de los clientes de venta mayorista en términos de historial crediticio a efectos de determinar si están aptos para adquirir los productos bajo préstamo y, por consiguiente, prevenir circunstancias en que a la empresa se dificulte el pago de pasivos y el aumento del capital de trabajo en la empresa para que puedan aspirar al sector exportador.
2. Delimitar los costos de producción a partir de protocolos estandarizados diseñados por un especialista contratado, que permitan una visión objetiva y estratégica de acuerdo al posicionamiento actual y a la competencia en el mercado; descartando el uso de anotaciones de escaso rigor y análisis crítico.
3. Mantener una postura de atención constante y abordaje activo, por parte de la asociación hacia los clientes; conociéndose de sus inquietudes y disconformidades con la finalidad de absolver sus dudas y brindarles un trato más acorde a sus expectativas; mediante la elaboración de su perfil de necesidades e intereses comerciales.
4. Que los socios se inscriban a sesiones de capacitación respecto a la determinación de costos y a la ejecución de estudios comerciales donde se profundicen las falencias de métodos sencillos pero ineficaces que suponen una pérdida para la Asociación Agroecológica Puyas de Raimondi, impidiendo su sostenibilidad.

REFERENCIAS

- Agricultura(IICA), I. I. (2018). *El Mercado y la Comercialización*. Costa Rica. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>
- Agricultura(IICA), I. I. (2018). *El Mercado y la Comercialización*. Costa Rica.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN .
- Boada, A., & Mayorca, R. (2011). Planificación de demanda, en empresas con estilo de venta por catálogo. *Revista Lasallista de investigación*, 8(2), 124-135. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v8n2/v8n2a14.pdf>
- Calderón, C. (2018). Estudio de la producción y comercialización de quinoa (*chenopodium quinoa willd*) en la provincia del Carchi. *Revista de la Universidad Técnica del Norte*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8677/3/03%20AGN%20037%20ARTICULO.pdf>
- Calleja, F. (2013). *Costos*. Pearson.
- Carhuallanqui, G., & Espinoza, C. (2017). *Desarrollo de vadenas de valor de productores rurales: Caso !uinua y Asociación APOQUA en la provincia de Huamanga - Ayacucho*. Pontificia Universidad Católica de Lima, Lima. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8453/Carhuallanqui_Espinoza_Desarrollo%20de%20cadenas%20de%20valor.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación* (Décimo cuarta ed.). Lima: EDITORIAL SAN MARCOS.
- Casanova, C., Nuñez, R., Navarrete, C., & Proaño, E. (2021). Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas. *Revista de Ciencias Sociales*, 23(1), 302-314. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/35315/37397>
- Cháves, G., Castillo, J., Marino, N., & Solarte, W. (2004). Costeo ABC. ¿Por qué y cómo implantarlo? *Estudios Gerenciales*, 47-103. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v20n92/v20n92a03.pdf>
- Chávez, A., Trujillo, S., & Trujillo, Y. (2017). *Análisis de la cadena productiva de la quinua en San Ramón-Puno para usos prospectivos*. Pontificia Universidad Católica de Lima, Lima. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9138/Ch%c3%a1vez_Trujillo_Trujillo_An%c3%a1lisis_cadena_productiva%20%281%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Chinniah, A. (2016). An analytical study on overhead costing and absorption costing in manufacturing companies. *International Journal of Research in Management, Science and Technology*, 6(11), 74-91. Obtenido de http://www.thaavan.com/download.php?download_file=uploadfile/9.%20CLEAR%20IJRMST%20Vol-06%20Issue%20-11%20Jan-Jun%202016%20paper%2009.pdf
- Chipana, G., & Trigo, R. (2017). Las asociaciones de agricultores en la producción, transformación y comercialización de quina (*Chenopodium quinoa* Wild) en el municipio de Patacamya. *Revista de Investigación e Innovación Agropecuaria y de Recursos Naturales*, 4(1), 82-91. Obtenido de <http://riiarn.agro.umsa.bo/index.php/RIIARn/article/view/85>
- Cordero, D., & Bermeo, V. (2018). La comercialización y su incidente en la competitividad de la microempresa del sector de muebles de madera del

Cantón Cuenca en la provincia de Azuay. *Revista Ciencias Pedagógicas E Innovación*, 6(1), 1-9. doi:10.26423/rcpi.v6i1.204

Córdova, I. (2018). *Instrumentos de Investigación* (Primera ed.). Lima: San Marcos.

De la Cruz, S., & Prado, E. (2018). *Influencia de la producción de la quinua en el desarrollo económico de los agricultores en la región Ayacucho, 2012-2016*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/28316>

Durán, M., & Zolano, M. (2019). La importancia de la planeación de costo de producción y su efecto en la fijación de precios de productos. *Revista de investigación Académica sin Frontera*, 12(31), 1-28. doi:10.46589/rdiasf.v0i31.272

Guerrero, P., Hurtado, A., & Ceballos, N. (2018). Estudio técnico y económico de cuatro variedades de quinua en la región andina central colombiana. *Luna Azul*(46), 167-180. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/3217/321759619010/html/>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta*. Ciudad de México: McGRAW-HILL.

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metologia de la investigacion* (6ª Edicion ed.). Mexico D.F., Mexico: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

IICA, I. I. (2018). *El mercado y la comercialización*. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

Juárez, J. (2014). *Diseños de investigación en ciencias sociales*. Tarapoto: Biblioteca Nacional del Perú.

- Meleán, R., & Velasco, J. (2017). Proceso de comercialización de productos derivados de la ganadería bovina doble propósito. *Revista Negotium*, 13(37), 47-61.
- Mercado, W., & Luján, A. (2020). Canales de comercio alternativo en pequeños productores de quinua del Departamento de Junín-Perú. *Natur@economía*, 5(2), 52-71. Obtenido de <https://doi.org/10.21704/NE.V5I2.1607>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2020). *Análisis de mercado*. Lima. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479275/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Quinua%202015%20-%202020.pdf>
- Nauner, J. (2011). *Contabilidad de costos*. Limunsa.
- Novoa, S., Gutiérrez, E., & Bermúdez, O. (2017). Propuesta de un sistema de costos por órdenes específicas para mejorar la rentabilidad en conservas de caballas en la empresa OLDIM S.A. *Revista INGENIERÍA: Ciencia Tecnología e Innovación*, 4(2), 1-16. Obtenido de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/ING/article/view/726/631>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación: Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá : Ediciones de la U.
- Ordinola, C., Puma, S., & Amasifuén, M. (2020). Diseño de una estructura de costos por órdenes para el laboratorio clínico especializado INTESA S.A.C., Rioja, San Martín, Perú. *Balance's*, 8(11), 1-15. Obtenido de <https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/189/203>
- Ponce, J. (2017). La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las Pymes hoteleras de Manabí. *Revista ECA Sinergia*, 8(2), 54-68. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6230342.pdf>
- Regaño, J., & Valencia, J. (2018). *Costos de producción de la quinua orgánica- Caso Cooperativa de Productores de Granos Andinos Orgánicos-*

Huanoquite-Paruro-periodo 2016. [Tesis de licenciatura, Universidad Andina del Cusco]. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/1883>

Ricaurte, B. (2015). *Modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guacamote de la provincia de Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2357/1/UNACH-IPG-GEMP-2015-0018.pdf>

Rincón, C., Sánchez, X., & Cardona, L. (2019). Clasificación teórica de los costos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 87, 193-206. doi:10.21158/01208160.n87.2019.2448

Rodríguez, J. (2019). *Oportunidad en mercados internacionales para la Comercialización de Quinua orgánica, desde el Cantón Bolívar de la provincia del Carchi-Ecuador*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/850>

Saavedra, M., Demuner, M., & Choy, E. (2020). Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 284-305. doi:10.17163/ret.n20.2020.06

Salcedo, D., Salcedo, A., Ríos-Campos, C., Aquino, J., & Cabrera, A. (2021). Restricciones del subsistema comercial de la quinua peruana de exportación. *South Florida Journal of Development*, 2(1), 752-763. Obtenido de <https://doi.org/10.46932/sfjdv2n1-054>

Saltos, W., Gallegos, D., Arguello, S., Salinas, A., & Ricaurte, B. (2018). El comercio justo de quinua orgánica en el cantón Guacamote de la provincia de Chimborazo-Ecuador. *Mikarimin*, 5(1), 79-92. Obtenido de <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1379>

Sepúlveda, L. (2019). *Manual para la asignatura de costos: Empresas de producción y servicios*. Corporación Universitaria Remington. Obtenido de

https://www.uniremington.edu.co/wp-content/uploads/fondo-editorial/l-acad-cult-art/Manual_Costos_Colmayor_PDF_digital.pdf

Supo. (2018). Seminarios de Investigación Para la Producción Científica. *Bioestadístico EIRL - Sipro*. Obtenido de <https://seminariosdeinvestigacion.com/>

Tello, J., Nizama, M., Huamán, B., & Vargas, J. (2020). Impacto de los canales de comercialización online en tiempos del COVID-19. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 15-39. doi:10.33890/innova.v5.n3.1.2020.1531

Tiepermann, J., & Porporato, M. (2021). Costos Basados en las Actividades (ABC): aplicación de una herramienta para la gestión estratégica en empresas de servicios. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 17(32), 1-39. doi:10.18270/cuaderlam.v17i32.3448

Valderrama, S. (2015). *Pasos Para Elaborar Proyectos de Investigación Científica: Cuantitativa, Cualitativa y Mixta* (Segunda ed.). Lima: Editorial San Marcos.

Vallejos, H., & Chiliquinga, M. (2017). *Costos. Modalidad órdenes de producción*. UTN. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7077/1/LIBRO%20Costos.pdf>

Vilca, J. (2017). *Determinación de los costos de producción de la quinua y su rentabilidad en el distrito de Taraco en la campaña agrícola 2014-2015*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. Obtenido de <http://tesis.unap.edu.pe/handle/UNAP/3979>

XXVIII Congreso Nacional de Microbiología. (2021). *Libro de resúmenes*. Obtenido de <https://www.semicrobiologia.org/wp-content/uploads/2021/06/Libro-de-Resumenes-XXVIII-Congreso-Nacional-de-Microbiologi%CC%81a-2021-DEF.pdf>

Zans, W. (2016). *Contabilidad de Costos II*. Editorial San Marcos. Obtenido de <https://idoc.pub/download/contabilidad-de-costos-tomo-i-walter-zans-arimana-klzz10o337lg>

ANEXOS

ANEXO N° 01. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Escala de Medición
Variable 1: costos de producción	<p>Los costos se definen como el valor monetario empleado por una empresa para poder adquirir un bien.</p> <p>Los costos de producción son aquellos costos que se incurren en la transformación de un producto clasificándose de acuerdo con la determinación de un producto en costos directos y costos indirectos (Zans, 2016)</p>	<p>Esta variable se mide mediante la aplicación de una entrevista y análisis documental que permitirá tomar las características necesarias para determinar los costos de producción.</p>	Costos directos	<ul style="list-style-type: none"> - Materia prima directa - Mano de Obra directa 	Razón
			Costos indirectos	<ul style="list-style-type: none"> - Materia prima indirecta - Mano de obra indirecta - Costos indirectos de producción 	Razón

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Escala de Medición
Variable 2: la comercialización	<p>La comercialización es el conjunto de procedimientos que se desarrolla para que un producto llegue del productor al consumidor en la cadena agrícola mediante, el proceso de comercialización se realiza a través de diferentes canales de distribución como ventas directas, minoristas, mayoristas, intermediarios; La selección del canal de distribución adecuado es una de las decisiones más importantes que debe tomar el productor. (Agricultura(IICA), El Mercado y la Comercialización, 2018)</p>	<p>Esta variable se mide mediante la aplicación de la entrevista y análisis documental que permitirá tomar características para analizar la comercialización de la quinua orgánica.</p>	<p>Distribución</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Minoristas. - Intermediarios. - Mayoristas. 	<p>Razón</p>
			<p>Efectividad de comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ventas realizadas. - Meta de ventas. 	<p>Razón</p>

ANEXO N° 02. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema General	Objetivo General	Metodología	Variables 1	Población
<p>¿Cómo se determinan los costos de producción y la comercialización de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?</p>	<p>“Determinar los costos de producción y comercialización de la Quinua Orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020</p>	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Nivel: Descriptiva</p> <p>Diseño: No experimental</p>	<p>Costos de producción</p>	<p>Acervo documentario de la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos		Variable 2	Muestra
<p>¿Cuáles son los costos de producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?</p> <p>¿Cómo es la comercialización de la quinua orgánica de la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?</p> <p>¿Cuáles son las ganancias de la producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020?</p>	<p>Establecer los costos de producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020</p> <p>Identificar las formas de comercialización de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020</p> <p>Determinar las ganancias de la producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho 2020.</p>	<p>La comercialización (venta)</p>	<p>Acervo documentario de la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agropura” Ayacucho</p> <p>Muestreo:</p> <p>No probabilístico, por conveniencia.</p>	

ANEXO 03. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ANEXO N° 3.1 GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL: COSTOS DE PRODUCCIÓN
INTRUCCIONES: Para evaluar los costos de producción de la quinua orgánica en la “Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi-Agrupura” Ayacucho 2020. Utilizaremos el siguiente

1 hectárea					25 Hectáreas	
Costos de producción						
Costos directos		Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Costo total
Materia prima directa	Semilla(quinua)	Kg	50 kilos	S/ 5.00	S/ 250.00	S/ 6,250.00
	Abono foliar	kg	3 kilos	S/ 15.00	S/ 45.00	S/ 1,125.00
	Fertilizante Urea	kg	300 kilos	S/ 1.50	S/ 450.00	S/ 11,250.00
	Fosfato Di Amónico	kg	200 kilos	S/ 1.00	S/ 200.00	S/ 5,000.00
	Cloruro de Potasio	kg	100 kilos	S/ 1.90	S/ 190.00	S/ 4,750.00
	Preparación del terreno	Jornal	2 peones	S/ 35.00	S/ 70.00	S/ 1,750.00
	Siembra	Jornal	4 peones	S/ 35.00	S/ 140.00	S/ 3,500.00
Total materia prima directa					S/ 1,345.00	S/ 33,625.00
Mano de obra	Resiembra a mano	Jornal	1 peón	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 875.00
	Aplicación de fertilizantes, abonos, otros	Jornal	2 peones	S/ 35.00	S/ 70.00	S/ 1,750.00
	Deshierbe y Lampeo	Jornal	5 peones	S/ 35.00	S/ 175.00	S/ 4,375.00
	Cosecha o siega de la planta	Jornal	5 peones	S/ 35.00	S/ 175.00	S/ 4,375.00
	Carguío a la era para el secado	Jornal	2 peones	S/ 35.00	S/ 70.00	S/ 1,750.00
	Trilla, aventado y ensacado	jornal	6 peones	S/ 35.00	S/ 210.00	S/ 5,250.00
Total mano de obra directa					S/ 735.00	S/ 18,375.00
Costos indirectos		Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Costo total

Materia prima indirecta	Costales	Unidades	30 costales	S/ 1.50	S/ 45.00	S/ 1,125.00
Mano de obra indirecta	Asistencia técnica	Horas	5 horas	S/ 50.00	S/ 250.00	S/ 6,250.00
Costos indirectos de producción	Alquiler de terreno	Arriendo	1 hectárea	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 25,000.00
	Maquinaria aradura	Hr./Maq.	4 horas	S/ 80.00	S/ 320.00	S/ 8,000.00
	Maquinaria rastra	Hr.-maq	1 horas	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 2,500.00
	Maquinaria surcadura	Hr./maq	1 horas	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 2,000.00
	Maquinaria trilladora	Hr./Maq	5 horas	S/ 60.00	S/ 600.00	S/ 15,000.00
	Lampas	Unidades	5 lampas	S/ 15.00	S/ 75.00	S/ 1,875.00
	Hoz o segadera	Unidades	5 unidades	S/ 10.00	S/ 50.00	S/ 1,250.00
	Mochilas fumigadoras	Unidades	2 mochilas	S/ 250.00	S/ 500.00	S/ 12,500.00
	Flete-traslado de insumos	Nro de viajes	1 viaje	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 1,250.00
	Flete-traslado del producto	kg	3000 kg	S/ 0.20	S/ 600.00	S/ 15,000.00
Total de costos indirectos					S/ 3,670.00	S/ 91,750.00
Total de costos de producción					S/ 5,750.00	S/ 143,750.00

ANEXO N° 3.2. GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL: LA COMERCIALIZACIÓN

Comercialización		Volumen toneladas	Volumen	Precio unitario	Total
Distribución	Mayoristas	40 ton.	40,000 kg	S/ 5.50	S/ 220,000.00
	Intermediarios	25 ton.	25,000 kg	S/ 4.70	S/ 117,500.00
	Minoristas	10 ton.	10,000 kg	S/ 3.50	S/ 35,000.00
Total, de distribución					S/ 372,500.00
Efectividad de comercialización	Ventas realizadas	75 ton.	75,000 kg	Acorde al tipo de asociación	S/ 372,500.00
	Meta de ventas	100 ton.	100,000 kg	S/ 5.50	S/ 550,000.00
Total de efectividad de comercialización					S/ 177,500.00

ANEXO N° 3.3. GUÍA DE ENTREVISTA

GUIA DE ENTREVISTA PARA IDENTIFICAR LA REALIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROECOLÓGICA PUYAS DE RAYMONDI-AGROPURA 2020

Entrevistador: Enma Sulca Mendoza

Fecha de aplicación: 11/04/2022

Entrevistado: Orlando Rojas Suarez

INSTRUCCIONES: La presente guía de entrevista se realizó con la convicción de poder encontrar información y fundamentos en relación a los costos de producción y la comercialización en la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi- Agropura, para lo cual se requiere que respondan claridad las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo se realiza la identificación de los principales costos de producción de la quinua orgánica dentro de la asociación? Explique.

Nosotros lo identificamos de manera empírica de acuerdo a lo que observamos, por procesos productivos como preparación del terreno, siembra, aporque y deshierbe, cuidado de la planta y la cosecha

2. ¿Cómo se determina los costos de materia prima directa en el proceso de la producción de la quinua orgánica? Explique.

Los costos de materia prima consideramos la compra de la semilla (quinua) los fertilizantes y abonos que necesitamos para la siembra. Hacemos la suma de cuánto nos cuesta la semilla que es en kilos y los fertilizantes en sacos.

3. ¿Cómo se analiza los costos de mano de obra directa en el proceso de la producción de la quinua orgánica? Explique.

Consideramos que los costos que se pagan a la mano de obra para producir la quinua están en constante aumento, teniendo en cuenta los escasos trabajadores y es aquí que se invierte más

4. ¿Cómo se identifica los procesos en el costo indirecto de la producción de la quinua orgánica en la asociación? Explique.

Nosotros consideramos que estos costos son aquellos gastos que necesitamos y estos no intervienen directamente en el proceso productivo.

5. ¿Aplican los costos de valorización de producción del producto de la quinua orgánica? Explique.

No aplicamos ningún costo de valorización porque vendemos nuestro producto al precio que pagan los compradores

6. ¿Qué aspectos se toman en cuenta para la verificación de los costos indirectos de mano de obra en la producción de la quinua orgánica? Explique.

Consideramos que la mano de obra indirecta es aquella labor que realiza un trabajador sin estar involucrado en el proceso productivo, es aquella que no trabaja directamente en la siembra, deshierbe y aporque y cosecha de la quinua. Aquí está el ingeniero agrónomo que nos ayuda en la asistencia técnica.

7. ¿Cuál es el modelo a utilizar para los costos de producción de la quinua orgánica? Explique.

No existe ningún modelo de determinación de costos de acuerdo a la contabilidad, pero nosotros manejamos un formato el cual nos ayuda a saber cuánto hemos gastado

8. ¿Existe algún sistema para la determinación de los costos de producción en la asociación? Explique.

No tenemos ningún sistema que nos pueda facilitar determinar los costos de producción de la quinua solo utilizamos formatos y apuntes simples de los gastos que hemos incurrido

9. ¿Considera Ud. la distribución del producto a otros canales distintos a los minoristas o intermediarios?

Aquí consideramos vender toda la producción de la asociación a los mayoristas, transformadores de materia prima o sea una venta directa, porque si vendemos a los intermediarios o minoristas ellos revenden a los mayoristas.

10. ¿Considera que se pueden establecer mejores precios y más ganancias optando por otros canales de distribución del producto de la quinua orgánica? Explique.

Si, cuando nosotros vendemos nuestro producto quinua a los mayoristas nos pagan un poco más que otros canales y las ganancias es razonable, nosotros buscamos fidelización de cliente y ser proveedores de los mayoristas o transformadores de materia prima.

11. ¿Se ha planificado a futuro la exportación del producto de la quinua orgánica para ganancias? Explique.

No, porque necesitamos mayor capacidad de producción y contar con capital propio, también necesitamos asesoramiento.

12. ¿Considerar Ud. vender tanto a los mayoristas con un precio mayor al que se vende a los minoristas como intermediarios? Explique.

Sí, pero la desventaja es que los mayoristas compran el producto a crédito y el tiempo de pago es prolongado, y esto nos perjudica retrasando nuestros procesos y obligaciones de pago; debido a que la asociación no cuenta con capital propio.

13. ¿Cree que las ventas realizadas durante la última temporada, le ha permitido generar altos márgenes de ganancias? Explique.

No; debido a los elevados costos que se necesitan para la producción y los bajos precios que pagan por kilogramo de quinua por ende solo logramos recuperar lo invertido.

14. ¿Logra Ud. Llegar como objetivo a la meta proyectada de las ventas de la producción? Explique.

En todo este tiempo que nos dedicamos a la producción de la quinua no hemos llegado a la meta debido a los diferentes factores climáticos como granizadas, heladas y plagas que atacan a la planta que nos perjudican llegar a la meta.

ANEXO N° 2 NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD

(NIC 2)-INVENTARIO

OBJETIVO:

Párrafo 1. El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de los inventarios. Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese costo, así como para el subsiguiente reconocimiento como un gasto del periodo, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas del costo que se usan para atribuir costos a los inventarios.

Párrafo 6. Los términos siguientes se usan en esta Norma con los significados que a continuación se especifican:

Inventarios son activos:

- (a) poseídos para ser vendidos en el curso normal de la operación;
- (b) en proceso de producción con vistas a esa venta; o
- (c) en forma de materiales o suministros que serán consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios.

Párrafo 12. Los costos de transformación de los inventarios comprenderán aquellos costos directamente relacionados con las unidades de producción, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una distribución sistemática de los costos indirectos de producción, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados. Son costos indirectos fijos de producción los que permanecen relativamente constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la depreciación y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica y los activos por derecho de uso utilizados en el proceso de producción, así como el costo de gestión y administración de la planta. Son costos indirectos variables de producción los que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta.

Párrafo 13. El proceso de distribución de los costos indirectos fijos a los costos de transformación se basará en la capacidad normal de trabajo de los medios de producción. Capacidad normal es la producción que se espera conseguir en circunstancias normales,

considerando el promedio de varios periodos o temporadas, y teniendo en cuenta la pérdida de capacidad que resulta de las operaciones previstas de mantenimiento. Puede usarse el nivel real de producción siempre que se aproxime a la capacidad normal. El importe de costo indirecto fijo distribuido a cada unidad de producción no se incrementará como consecuencia de un nivel bajo de producción, ni por la existencia de capacidad ociosa. Los costos indirectos no distribuidos se reconocerán como gastos del periodo en que han sido incurridos. En periodos de producción anormalmente alta, el importe de costo indirecto distribuido a cada unidad de producción se disminuirá, de manera que no se valoren los inventarios por encima del costo. Los costos indirectos variables se distribuirán a cada unidad de producción sobre la base del nivel real de uso de los medios de producción.

Párrafo 20. Costo de los productos agrícolas recolectados de activos biológicos.

De acuerdo con la NIC 41 *Agricultura*, los inventarios que comprenden productos agrícolas, que la entidad haya cosechado o recolectado de sus activos biológicos, se medirán, para su reconocimiento inicial, por el valor razonable menos los costos de venta en el momento de su cosecha o recolección. Este será el costo de los inventarios en esa fecha, para la aplicación de la presente Norma.

ANEXO N° 4 NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD

(NIC 41)-AGRICULTURA

OBJETIVO: El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable, la presentación de los estados financieros y la información a revelar en relación con la actividad agrícola.

ALCANCE:

Párrafo 1. *Esta Norma debe aplicarse para la contabilización de lo siguiente, siempre que se encuentre relacionado con la actividad agrícola:*

- (a) activos biológicos;*
- (b) productos agrícolas en el punto de su cosecha o recolección; y*
- (c) subvenciones oficiales comprendidas en los párrafos 34 y 35.*

Párrafo 3. Esta Norma se aplica a los productos agrícolas, que son los productos obtenidos de los activos biológicos de la empresa, pero sólo en el punto de su cosecha o recolección. A partir de entonces será de aplicación la NIC 2, Existencias, u otras Normas Internacionales de Contabilidad relacionadas con los productos obtenidos. De acuerdo con ello, esta Norma no trata del procesamiento de los productos agrícolas tras la cosecha o recolección; por ejemplo, el que tiene lugar con las uvas para su transformación en vino por parte del viticultor que las ha cultivado. Aunque tal procesamiento pueda constituir una extensión lógica y natural de la actividad agrícola y los eventos que tienen lugar guardan alguna similitud con la transformación biológica, tales procesamientos no están incluidos en la definición de actividad agrícola empleada en esta Norma.

DEFINICIONES: Agricultura

Párrafo 5. Los siguientes términos se usan, en la presente Norma, con el significado que a continuación se especifica:

Actividad agrícola es la gestión, por parte de una empresa, de las transformaciones de carácter biológico realizadas con los activos biológicos, ya sea para destinarlos a la venta,

para dar lugar a productos agrícolas o para convertirlos en otros activos biológicos diferentes.

Producto agrícola es el producto ya recolectado, procedente de los activos biológicos de la empresa.

Un activo biológico es un animal vivo o una planta.

La transformación biológica comprende los procesos de crecimiento, degradación, producción y procreación que son la causa de los cambios cualitativos o cuantitativos en los activos biológicos.

Un grupo de activos biológicos es una agrupación de animales vivos o de plantas que sean similares.

La cosecha o recolección es la separación del producto del activo biológico del que procede o bien el cese de los procesos vitales de un activo biológico.

RECONOCIMIENTO Y VALORACIÓN

Párrafo 10. *La empresa debe proceder a reconocer un activo biológico o un producto agrícola cuando, y sólo cuando:*

(a) la empresa controla el activo como resultado de sucesos pasados;

(b) es probable que fluyan a la empresa beneficios económicos futuros asociados con el activo; y

(c) el valor razonable o el coste del activo puedan ser valorados de forma fiable.

Párrafo 13. Los productos agrícolas cosechados o recolectados de los activos biológicos de una empresa deben ser valorados, en el punto de cosecha o recolección, según su valor razonable menos los costes estimados en el punto de venta. Tal valoración es el coste en esa fecha, cuando se aplique la NIC 2 Existencias, u otra Norma Internacional de Contabilidad que sea de aplicación.

Párrafo 14. Los costes en el punto de venta incluyen las comisiones a los intermediarios y comerciantes, los cargos que correspondan a las agencias reguladoras y a las bolsas o mercados organizados de productos, así como los impuestos y gravámenes que recaen sobre las transferencias. En los costes en el punto de venta se excluyen los transportes y otros costes necesarios para llevar los activos al mercado.

Ganancias y pérdidas

Párrafo 26. Las ganancias o pérdidas surgidas por causa del reconocimiento inicial de un activo biológico según su valor razonable menos los costes estimados en el punto de venta, así como las surgidas por todos los cambios sucesivos en el valor razonable menos los costes estimados en el punto de su venta, deben incluirse en la ganancia o pérdida neta del ejercicio contable en que aparezcan.

Párrafo 27. Puede aparecer una pérdida, tras el reconocimiento inicial de un activo biológico, por ejemplo a causa de la necesidad de deducir los costes estimados en el punto de venta, al determinar el importe del valor razonable menos estos costes para el activo en cuestión. Puede aparecer una ganancia, tras el reconocimiento inicial de un activo biológico, por ejemplo, a causa del nacimiento de un becerro.

Párrafo 28. Las ganancias o pérdidas surgidas por el reconocimiento inicial de un producto agrícola, que se contabiliza según su valor razonable menos los costes estimados en el punto de venta, deben incluirse en la ganancia o pérdida neta del ejercicio en el que éstas aparezcan.

Párrafo 29. Puede aparecer una ganancia o una pérdida, tras el reconocimiento inicial del producto agrícola, por ejemplo, como consecuencia de la cosecha o recolección.

Párrafo 47. La empresa debe revelar los métodos y las hipótesis significativas aplicadas en la determinación del valor razonable de cada grupo de productos agrícolas en el punto de cosecha o recolección, así como de cada grupo de activos biológicos.

Párrafo 48. La empresa debe revelar el valor razonable menos los costes estimados en el punto de venta, de los productos agrícolas cosechados o recolectados durante el ejercicio, determinando el mismo en el punto de recolección.

Párrafo 49. La empresa debe revelar:

- (a) La existencia y el importe en libros de los activos biológicos sobre cuya titularidad tenga alguna restricción, así como el importe en libros de los activos biológicos pignorados como garantía de deudas;
- (b) La cuantía de los compromisos para desarrollar o adquirir activos biológicos; y
- (c) Las estrategias de gestión del riesgo financiero relacionado con la actividad agrícola.

ANEXO 04. SOLICITUD DE PERMISO

SOLICITO: Permiso para realizar
Trabajo de Investigación

SEÑOR: ORLANDO ROJAS SUAREZ
PRESIDENTE DE LA "ASOCIACIÓN AGROECOLOGICA PUYAS DE
RAYMONDI- AGROPURA"

Yo, ENMA SULCA MENDOZA , identificada con DNI N° 70455418, con domicilio en anexo Putacca –provincia de Vilcas Huamán . Ante Ud. respetuosamente me presento y expongo:

Que estando en la necesidad de la obtención de mi título profesional de la carrera de contabilidad en la Universidad César Vallejo Filial Callao, solicito a Ud. permiso para realizar trabajo de Investigación en su organización sobre "COSTOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA QUINUA ORGÁNICA " para optar el Título de Contador Público

POR LO EXPUESTO: Ruego a usted acceder a mi solicitud.

Ayacucho, 05 de marzo del 2022



SULCA MENDOZA ENMA
DNI N° 70455418

ANEXO 05. CARTA DE ACEPTACIÓN

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Ayacucho, 15 de marzo de 2022

Señores

Escuela de Contabilidad

Universidad César Vallejo – Campus filial Callao

A través del presente, ORLANDO RAJAS SUAREZ, identificado con DNI N° 44706676, representante de la Asociación Agroecológica Puyas de Raymondi- AGROPURA con el cargo de presidente, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que la siguiente persona:

Enma Sulca Mendoza

Está autorizada para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada costos de producción y comercialización de la quinua orgánica en la asociación

Sí No

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Sí No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,


ASOC. AGROECOLÓGICA PUYAS DE RAYMONDI
AGROPURA
Orlando Rojas Suárez
DNI. 44706676 - PRESIDENTE

Firma y Sello