



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Costo de producción y ventaja competitiva en la empresa La gran Fruta en el  
distrito de Miraflores, 2018.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR**

**PÚBLICO**

**AUTOR**

HUAMÁN HUAMÁN, Joseph Gerardo

**ASESOR**

MG. DÍAZ DÍAZ, Donato


**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

Finanzas

LIMA – PERÚ

2018 – II

PAGINAS PRELIMINARES


 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) JOSEPH GERARDO HUAMÁN HUAMÁN

Cuyo título es: "Costos de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran fruta en el distrito de Miraflores, 2018"


Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número) Dieciseis (letras).

Los Olivos, 14 Diciembre 2018

.....  


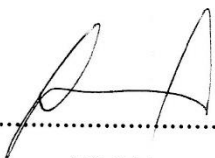
**PRESIDENTE**

*Donato Díaz Díaz*

.....  


**SECRETARIO**

*Mj. Alberto Herrera Lopez*

.....  


**VOCAL**

*Dr. Mariano Muñoz Pachón*

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

### Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres por el ejemplo de dedicación que siempre me inculcaron. De igual manera a mis compañeros de trabajo así como a los de estudio, que siempre me brindaron su apoyo. De la misma forma a los docentes de la universidad, que compartieron su experiencia y conocimientos.

### Agradecimiento

A mis padres por darme el ejemplo de superación y tenacidad necesaria y así no rendirme a lo largo de toda mi vida.

A mis hermanos, por su apoyo y generosidad, a las personas que estuvieron en las etapas más difíciles siempre con una sonrisa.

Agradezco a los todos los docentes que a lo largo de la carrera siempre buscaron lo mejor para nosotros sus alumnos

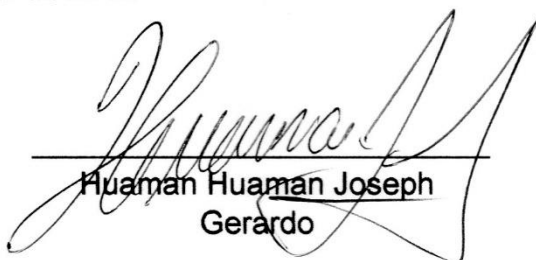
## Declaratoria de Autenticidad

Yo, Huamán Huamán Joseph Gerardo, con DNI N° 41973726, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo

Lima, 01 de Noviembre de 2018



Huamán Huamán Joseph  
Gerardo

DNI: 41973726

## Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento de las disposiciones vigentes contenidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, someto a su criterio y consideración la presente Tesis titulada: "Costo de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta Sac en el distrito de Miraflores, 2018"

Para el desarrollo de la presente investigación se ha revisado trabajos de estudio bibliográfico veraz, que facilite a ahondar el propósito del análisis y de la suma de conocimiento adquiridos durante todo el proceso de formación profesional. Se halla constituido en siete capítulos referido a continuación:

Capítulo I: Introducción: formado por la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos.

Capítulo II: Metodología: formado por el diseño de investigación, variables, cuadro operacional, población y muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de datos, validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

Capítulo III: Resultados

Capítulo IV: Discusión,

Capítulo V: Conclusiones

Capítulo VI: Recomendaciones de acuerdo a los resultados obtenidos.

Capítulo VII: Referencias Bibliográficas y los anexo.

El objetivo principal de la presente tesis es verificar si los costos de producción guardan relación con la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta Sac, Miraflores.

Huamán Huamán, Joseph Gerardo

## Resumen

El presente trabajo de investigación titulado: “Costos de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018” tiene como objeto principal determinar de qué manera los Costos de producción se relacionan con la Ventaja Competitiva.

De acuerdo con el desarrollo de la investigación, se aplica un diseño no experimental transversal, a causa de que ninguna de las variables en el presente estudio será manipulada. La presente investigación está conformada de acuerdo al estudio realizado por una población de 40 personas que laboran en las tiendas de la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Para la recopilación de datos se utilizó la técnica de la encuesta, la cual ha sido validada por jueces expertos y además se aplicó el coeficiente de Alfa de Cron Bach. Para la validación de la hipótesis se procedió a utilizar el coeficiente de correlación Rho Spearman, según la fórmula empleada se determinó que existe relación entre las variables.

Finalizando el trabajo de investigación, se concluyó que los costos de producción son parte inherente de las actividades de la empresa y que una gestión oportuna de estos genera una ventaja competitiva sobre sus competidores. Además, la baja relación con proveedores, un uso ineficiente en tecnología, una rotación de personal sin control de sus actividades y una oferta ofrecida al público consumidor que no es variada, merman significativamente el desempeño de la empresa y suman de manera negativa en su ventaja competitiva. Pero que si los puntos observados empiezan a aplicarse controles y seguimiento a las actividades diarias podría empezar a marcar una diferencia la cual sería percibida por los consumidores.

Palabra clave: Costo de Producción, Ventaja Competitiva, Liderazgo en costes, Diferenciación y Costos Indirectos.



## Abstrac

The present research work entitled "Production costs and competitive advantage in the company La Gran Fruta in the district of Miraflores, 2018" has as its main objective to determine how the production costs are related to the Competitive Advantage.

According to the development of the research, a transversal non-experimental design is applied, since none of the variables in the present study will be manipulated. The present investigation is conformed according to the study carried out by a population of 40 people who work in the stores of the company La Gran Fruta in the district of Miraflores, 2018.

The survey technique was used for the data collection, which has been validated by expert judges and the Cron Bach Alpha coefficient was also applied. For the validation of the hypothesis, the Rho Spearman correlation coefficient was used, according to the formula used it was determined that there is a relationship between the variables.

Finalizing the research work, it was concluded that the production costs are an inherent part of the company's activities and that a timely management of these generates a competitive advantage over its competitors. In addition, the low relation with suppliers, inefficient use in technology, a rotation of personnel without control of their activities and an offer offered to the consuming public that is not varied, significantly reduce the performance of the company and add negatively to its advantage. Competitive But if the observed points begin to apply controls and monitoring of daily activities could begin to make a difference which would be perceived by consumers.

Keyword: Cost of Production, Competitive Advantage, Cost Leadership, Differentiation and Indirect Costs

## INDICE

### PAGINAS PRELIMINARES

Página del jurado	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaratoria de autenticidad	V
Presentación	VI
Resumen	VII
Abstract	VIII

### CAPITULO I: INTRODUCCION

1.1 Realidad problemática .....	1
1.2 Trabajos previos .....	4
1.2.2. Trabajos previos para la variable 2: ventaja competitiva .....	5
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	6
1.3.1 Teoría científica de Costos de producción .....	6
1.3.2 Teoría científica de Ventaja competitiva .....	10
1.4 Formulación del problema.....	15
1.4.1. Problema general.....	15
1.4.2. Problemas específicos .....	15
1.5 justificación del estudio .....	15
1.5.1. Pertinencia.....	15
1.5.2. Relevancia social.....	16
1.5.3. Implicaciones prácticas.....	16
1.6 hipótesis .....	16
1.6.1. Hipótesis general .....	16
1.6.2. Hipótesis específica .....	16
1.7 objetivos .....	16
1.7.1 Objetivo general.....	16

1.7.2. Objetivo específico.....	17
---------------------------------	----

## CAPÍTULO II: METODOLOGIA

2.1 Diseño de la investigación .....	23
2.2 Variables, operacionalización.....	23
2.2.1 Definición de la variable 1 .....	23
2.2.2 Definición de la variable 2.....	24
2.3 Población y muestra .....	26
2.3.1 Población.....	26
2.3.2 Muestra .....	27
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...28	
2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
2.4.2. Validación y confiabilidad del instrumento .....	29
2.5 Método de análisis de datos .....	30
2.6 Aspectos éticos.....	31

## CAPITULO III: RESULTADOS

3.1. Análisis de los resultados.....	33
3.2. Validación de hipótesis .....	53
3.2.1. Comparación de Hipótesis General .....	54
3.2.2. Comparación de Hipótesis Específica 1:.....	55
3.2.3. Comparación de Hipótesis Específica 2:.....	56
3.2.4. Comparación de Hipótesis Específica 3:.....	57

## CAPITULO IV: DISCUSIÓN

4. Discusión de resultados.....	59
---------------------------------	----

## CAPITULO V: CONCLUSIONES

5. Conclusiones .....	63
-----------------------	----

## CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

6. Recomendaciones .....	65
--------------------------	----

## CAPITULO VII: REFERENCIAS

Referencias bibliográficas .....	67
----------------------------------	----

## ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia .....	68
Anexo 2: Cuestionario.....	71
Anexo 3: vista de variables .....	72
Anexo 4: estadística.....	73

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	33
Figura 2.....	34
Figura 3.....	35
Figura 4.....	36
Figura 5.....	37
Figura 6.....	38
Figura 7.....	39
Figura 8.....	40
Figura 9.....	41
Figura 10.....	42
Figura 11.....	43
Figura 12.....	44
Figura 13.....	45
Figura 14.....	46
Figura 15.....	47
Figura 16.....	48
Figura 17.....	49
Figura 18.....	50
Figura 19.....	51
Figura 20.....	52

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	33
Tabla 2.....	34
Tabla 3.....	35
Tabla 4.....	36
Tabla 5.....	37
Tabla 6.....	38
Tabla 7.....	39
Tabla 8.....	40
Tabla 9.....	41
Tabla 10.....	42
Tabla 11.....	43
Tabla 12.....	44
Tabla 13.....	45
Tabla 14.....	46
Tabla 15.....	47
Tabla 16.....	48
Tabla 17.....	49
Tabla 18.....	50
Tabla 19.....	51
Tabla 20.....	52

CAPITULO I  
INTRODUCCION

## I Introducción

### 1.1 Realidad problemática

Los costos están ligados directamente con toda actividad mercantil y han ido evolucionando, más aun desde la revolución industrial época en que los métodos productivos no eran tan complicados y se gestionaban de una manera empírica; con el avanzar de la industria estos métodos productivos fueron adquiriendo mayor complejidad tanto para la forma de producir; como para la forma en la que se controlaban.

Es aquí donde inicia el control de los costes, también denominado costos de producción, con la que se mide y controla todo el desarrollo del cambio de un bien, es decir el proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado. Dentro de este proceso, se incluye también los gastos por mano de obra y aquellas erogaciones de dinero que no están ligadas directamente a la transformación del bien pero que sin estos no podría generarse dicha evolución.

Este proceso que en primera instancia para las empresas no significaba más que un dato para la proyección de las actividades a realizar; fue tomando mayor importancia; debido a que se entendió que este dato sin mayor significancia era determinante para poder aumentar la rentabilidad es así como los sistemas de costos pasaron a convertirse en una herramienta clave para las empresas.

Con la apertura de los mercados entender los costos como una herramienta que se puede usar a favor de la empresa es un requisito imprescindible para competir en un mundo cada vez más globalizado, pues el impacto que tiene en los resultados; tanto en el mediano como en el largo plazo; es primordial para el crecimiento, evolución y subsistencia de las organizaciones empresariales.

La identificación de los costos de producción se convierte en un elemento de carácter cuantitativo dentro de la compañía, por ello es fundamental establecer y



definir a través de proyecciones y presupuestos basados en periodos anteriores de cuanto es lo que la empresa destinara a invertir en su producción.

Las empresas fabriles fueron las primeras que repararon en la obligación de reconocer los costos que participaban para la elaboración de cada producto, logrando así poder determinar un precio de venta que no afectara su inversión. Con el desarrollo de los métodos de producción y uso de la tecnología especializada para cada labor; se dio lugar a mejorar los sistemas de costeo de los productos logrando de esta manera poder identificar exactamente cuánto es el dinero invertido por cada pequeño proceso productivo.

Este nivel de detalle y la exactitud sobre cada parte de la cadena de producción, abrió el marco de aplicación de los costos a otro tipo de actividades que no necesariamente estén relacionados con la actividad industrial permitiendo de esta manera la posibilidad de poder emplearlos para labores no fabriles.

La ventaja competitiva introducida por Michael Porter en 1985 genero un cambio en el uso de la información y de las teorías económicas, previo a las teorías de Porter la información era considerada un factor entre otros procesos dentro del negocio. Ahora la información es tratada como parte primordial dentro de la organización y debe ser utilizada como un recurso independientemente del rubro del negocio.

Esta diferenciación o ventaja competitiva es el valor que una empresa pueda lograr para sus clientes, ya sea por una cantidad económica menor que los competidores para la obtención de beneficios semejantes o por la elaboración de productos diferenciados con valor agregado, cuyos ingresos o ganancias superen al costo que se empleó para tal bien o servicio.

El rubro gastronómico a nivel mundial ha estado desarrollándose continuamente adaptándose al país o región en la cual se desenvuelve, en el Perú esta se encuentra en constante auge y evolución ya que se pueden encontrar distintos tipos de alternativas según las preferencias de la población. Siendo una

de estas el interés por consumir productos saludables, que ayuden a llevar una alimentación más balanceada.

Estas empresas de carácter no industrial, incurren en los costos de producción por orden, en las cuales se cuenta con un estándar de producción; es decir que existe una receta o fórmula para elaborar dicho producto. Pero la preparación del bien responde también al requerimiento particular del cliente, el cual puede a solicitud aumentar o disminuir un insumo en particular.

En el caso específico de las empresas de comida saludable, el saber discriminar correctamente los costos de producción en los que incurren, le permite poder ofrecer un producto de similares características que los competidores pero con el diferencial de que invierte menos dinero para su elaboración. Este desempeño se toma como un punto clave para generar una distinción sobre sus similares y le permite generar una ventaja competitiva eficiente en un rubro en constante crecimiento.

La empresa La Gran Fruta que es una juguería, clasificada según su actividad económica por procesos productivos dentro de restaurantes, bares y cantinas con CIU 55205, que está ubicada estratégicamente en las zonas de mayor valor económico contando con cuatro locales distribuidos en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja y Jesús María. Cuya principal actividad económica es la venta de jugos los cuales son elaborados con productos naturales, frescos y saludables además de sus respectivos acompañamientos como los sandwiches de pavo, lomo o pollo.

Esta empresa de venta directa al público, maneja su ofertas en base a las temporadas estacionarias, por ende los costos de producción en los que incurre son variables dependiendo siempre de la época del año en la que se esté. Al no contar con una proyección amplia de lo que se va a producir la aplicación de los costos no se realiza una manera adecuada, incurriendo en gastos elevados por insumos, así mismo los costos por mano de obra no son empleados de manera eficiente y a su vez los costos indirectos no son evaluados de manera oportuna; aumentado de esta

manera el egreso económico necesario para crear el producto; desaprovechando de la ventaja competitiva que se podría generar con respecto a sus similares en la misma línea de negocio. Ante esto, en la investigación se plantea cómo problema de qué manera se relaciona los costos de producción y la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

## 1.2 Trabajos previos

### 1.2.1. Trabajos previos para la variable 1: costos de producción

Meza V. (2013) en su tesis titulada: La gestión estratégica de costos en la rentabilidad de las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en lima metropolitana, año 2012. Tesis para optar por el título profesional de contador público en la universidad San Martín de Porres.

El autor nos habla sobre la relevancia que tiene la ejecución estratégica de costos lo cual nos ayuda a evaluar el panorama de las organizaciones, con mayor énfasis en las empresas de servicio.

Benites D. (2011) en su tesis titulada: Implementación de un sistema de costeo ABC para la creación de una ventaja competitiva en la empresa "F & F KIDS" Sac-Trujillo periodo de Junio a Septiembre 2011. Tesis para optar por el título profesional de contador público en la universidad Privada del Norte

Se confirmó que el sistema de coste ABC ayuda a organizar de manera más eficiente la forma en la que la empresa evalúa sus procesos y los recursos que invierte en ellos

Merino V. (2016) en su tesis titulada: Sistema de costos y su efecto en la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte SAC del distrito de Santiago de Cao, Trujillo-año 2015. Tesis para optar por el título de contador público de la universidad Cesar Vallejo.

El desarrollo del presente trabajo de investigación busca establecer mediante el reconocimiento de la situación actual de la compañía en cuanto a los costos

incurridos en producción es mediante el reconocimiento de los costos, que se llega a identificar el problema en la mala reorganización de los insumos.

Acuña M., Cori Huamán S. (2016) en su tesis titulada: La cadena de valor y los efectos en los costos de operación del programa de certificación ocupacional gerencial zonal Sencico-Cusco 2015. Tesis para optar por el título de contador público de la universidad Andina del Cusco.

La investigación planteada ha dejado en poder observar que los costes en certificaciones y capacitaciones deben ser medidos correctamente para obtener una diferenciación con respecto a la competencia; ya que no el personal no tiene el mismo nivel de conocimiento.

Castillo M., Lulichac L. (2016) en su tesis titulada: Implementación de un sistema de costeo por procesos en la empresa Top Model Import SAC y su influencia en la rentabilidad creando una ventaja competitiva sin disminuir la calidad del producto- Mall Aventura Plaza en el año 2015-Trujillo. Tesis para optar por el título de contador público de la universidad Privada Antenor Orrego.

El autor concluye que el control correcto de los recursos y costes van a mejorar de manera efectiva el desembolso de capital lo cual mejora el margen de ganancia

Carrillo S., Damián K. (2016) en su tesis titulada: Diseño del sistema de costos basado en actividades para contribuir a una eficiente gestión estratégica en la empresa "North Ceramic" SAC, Chiclayo-Lambayeque 2012-2013. Tesis para optar por el título de contador público de la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

La presente investigación busca el diseño de coste para cumplir con los objetivos de la empresa; así mismo determina cuales son los procesos que deben de mejorar, implementar y descontinuar

#### 1.2.2. Trabajos previos para la variable 2: ventaja competitiva

Miranda J. (2016), en su tesis titulada Análisis de la ventaja competitiva en el sector textil peruano y los factores que influyen en ella. Tesis para optar por el título

de la carrera de administración y negocios internacionales de la universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de Lima.

Con el apoyo del artículo anteriormente mencionado, se desarrolla un modelo de tres variantes que permiten analizar una industria en concreta en su totalidad de acuerdo a la especialización, crecimiento y tamaño.

Sánchez L. (2004) en su tesis titulada Estrategias competitivas en el mercado farmacéutico peruano caso de la empresa Alfa. Tesis para optar por el título de Magister en administración de negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú Lima.

La tesis del autor concluye en la importancia de un diseño de estrategias tanto administrativas como contables, que al combinar estas áreas se obtiene el punto dulce para la empresa.

Chavez D. (2014) en su tesis titulada: la diferenciación y el liderazgo en costes: claves del éxito de IKEA, año 2014. Tesis de grado en administración y dirección de empresas de la universidad de Valladolid.

El autor nos menciona los planteamientos de M. Porter, liderazgo en costes, negociación con proveedores y fidelización de clientes.

### 1.3 Teorías relacionadas al tema

Se empezara definiendo la variable 1 (Costos de producción) para luego terminar con la descripción de la variable 2 (Ventaja competitiva).

#### 1.3.1 Teoría científica de Costos de producción

Los costos de producción se generan intrínsecamente con la actividad económica de las organizaciones. Según diversos autores no podría generarse una actividad económica sin que esté presente los costos incurridos por dicha actividad.

Para ello Laporta (2016) menciona que “es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos que se desarrollaran en los centros productivos y/o operativos para lograr

un producto terminado el cual ha de ser entregado al área de ventas” (p.65). La suma de bienes y esfuerzos da como resultado un producto terminado que será luego comercializado, siendo este el fin de toda organización; la venta del producto o servicio; ya que el objetivo siempre es la generación de riqueza

Para definir de una manera más clara, Sinesterra (2006) sostiene al respecto “visto desde una perspectiva contable, la norma precisa a los costos como egresos y los cargos asociados clara y directamente con la producción de los bienes o la prestación de los servicios. No obstante, el aumento de las técnicas de producción hizo mejorar la forma en que los costos se gestionaban y con ello la opción de emplearlos para costear el desarrollo de actividades no industriales.” (p. 37).

La definición de costos de producción está más arraigada a su aplicación en empresas dedicadas a la manufactura, pero la definición también se puede emplear hacia las empresas que prestan servicios ya que también incurren en los mismos procesos o procedimientos que las empresas fabriles pero a una menor escala. Los costos de producción aplicadas a empresas ya sean fabriles o de servicios cumplen el mismo propósito, el cual es generar información para el área administrativa y así ayudar en la planeación de futuras operaciones.

#### i) Insumos

Los insumos son todos aquellos elementos que participan en la generación del producto, para las empresas fabriles se les llama materia prima por que esta pasa por un proceso de transformación; en el caso de las empresas de servicios se mantiene con el termino insumo ya que es materia prima de consumo inmediato.

Ante esto Sinesterra (2006) acota que “las materias primas representan los materiales que, una vez sometidos a un proceso de transformación, se convierten en productos terminados” (p. 38). Lo que nos dice el autor es que al elaborar un producto se emplea una gama de materias primas que darán como resultado un producto totalmente distinto a los que participaron el dicho proceso.

Sinesterra también menciona que “La materia prima se suele clasificar en materia prima directa e indirecta. La materia prima directa se refiere a todos los

materiales que forman parte física del producto terminado o que se pueden relacionar fácilmente con él” (p. 38). Entonces podemos ver que el autor manifiesta que la materia prima sufre una transformación y el resultado es un nuevo producto que reúne todas las características de los insumos que participaron en el proceso y así obtener uno totalmente diferente. Podemos mencionar como ejemplo a la madera que luego del proceso de transformación se logra obtener una mesa.

Para las empresas de servicios se emplea el término insumo; porque estos serán consumidos en un breve periodo de tiempo y no generaran mayor gasto a la empresa por almacenamiento.

Para Laporta (2016) esto se refiere en que “Se considera como materia prima todos aquellos insumos que son identificables y cuantificables en el producto terminado” (p. 68). Es decir que se debe de considerar materia prima a todos los elementos que se puedan identificar pero no solo eso, sino también la cantidad en que participaron en dicho proceso o transformación y discriminarlo hasta lo más mínimo posible.

Se puede afirmar que todo lo que es materia prima sea directa o indirecta está relacionado intrínsecamente al producto terminado. Como refieren los autores se debe de considerar todos los elementos y materiales que conforman la elaboración y desarrollo del producto final. Es importante destacar que todos los elementos sin discriminar deben incluirse y considerarse dentro de la estructura de los costos de materia prima ya que es la base del desarrollo del bien.

#### ii) Mano de obra

La mano de obra es proporcionada por las personas que la empresa contrata de manera permanente o temporal y que brindara sus conocimientos o habilidades para que se produzca el bien que se comercializara.

El autor Sinisterra (2006) nos precisa más aún “el segundo elemento que participa en el proceso productivo es la mano de obra, que es lo que desarrollan los trabajadores sobre la materia prima para convertirla en producto terminado esto constituye el costo de la mano de obra directa.” (p. 38) dentro de ella podemos

mencionar que se encuentra los pagos o el salario que percibe el trabajador, los beneficios sociales y los pagos por gratificaciones de acuerdo a ley. Y todas aquellas retribuciones económicas que se deriven por la prestación de su servicio en la producción. Pero también es importante mencionar aquella mano de obra que no participa en el proceso productivo: la cual es llamada mano de obra indirecta. Y que también debe de considerarse dentro del proceso de producción

Según el autor la mano de obra directa es toda aquella que esta relaciona con la elaboración del producto es decir, que participa directamente en el desarrollo de este; mientras que la mano de obra indirecta es toda aquella que no forma parte del desarrollo del bien o servicio pero que se debe de considerar ya que está asociado al desarrollo de la actividad. Es importante destacar que los gastos por mano de obra pueden generar un impacto en la empresa; ya que de no controlarse adecuadamente; estos podrían representar una perdida cuantiosa de dinero. Ya sea por exceso de personal o por una mala supervisión de las actividades de los operarios.

### iii) Costos indirectos

Son costos indirectos todos aquellos que no participan de manera inmediata con el proceso de producción pero que aun así; sin incurrir en estos no se podría generar el bien económico.

Ante ello Sinisterra (2006) acota lo siguiente “Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos.” (p. 39). Dentro de los costos indirectos, podemos clasificar a todos aquellos costos que no están dentro de la primera línea de producción; estos costos indirectos son también importantes ya que sin incurrir en estos no se podrían generar los primeros. Tenemos así que en el caso de los servicios públicos y mantenimiento no se podría llevar a cabo la actividad fabril o de servicio.

A su vez Laporta (2016) nos refiere que “se conforma por todos aquellos cargos que no pueden ser imputados, ni como materia prima, ni como mano de obra.” (p. 44). Los costos indirectos son todos aquellos que no pueden clasificarse dentro del



mismo proceso productivo, pero que son necesarios y clasificados dentro de este sub grupo.

Para Rincon, Villarreal (2010) define los costos indirectos de la siguiente forma “son todos los costos de fábrica que no se pueden relacionar directamente en el costo del producto” (p. 157). Es decir todos aquellas erogaciones ajenas al proceso de producción.

En líneas generales los autores manifiestan que los costos indirectos no están relacionado con el desarrollo del bien o servicio pero que sin estos elementos no se podrían realizar o llevar a cabo el desarrollo de las actividades, se puede mencionar dentro de este grupo a los locales alquilados, el consumo de servicios públicos, el pago de los impuestos. Porque sin estos elementos no podrá realizarse el desarrollo productivo de la empresa.

### 1.3.2 Teoría científica de Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es aquella que diferencia la forma en la que las organizaciones manejan y administran sus recursos; ya sean recursos operativos o recursos productivos. Destacándose solo aquellas que logran la máxima eficiencia sobre sus competidores directos.

#### i) Liderazgo en costes

El liderazgo en costes es toda la estructura y organización para obtener el máximo beneficio de los recursos humanos como productivos; ante esto Toro (2016) nos dice que “es sencillamente, el conjunto de acciones que los gerentes emprenden, reduciendo y controlando los costos de sus productos y/o servicios.” (p. 29). El autor nos manifiesta que una de las diferencias entre los costos de una empresa fabril y otra de servicios es el esquema de actividades que realizan, ya que una es sobre una línea continua y la otra se mueve según la preferencia del consumidor. Pero además también se debe de tener en cuenta el tipo de actividad que realiza el ente económico. Es decir que para las empresas de manufactura o fabriles la forma en que se producen los costos es en un sistema continuo; mientras

que para las de servicios es por orden. Pero que de la misma manera es importante definir en ambas sus costos.

Para Rincon y Villarreal (2010) es importante destacar y acotar que “La producción debe planificarse en capacidad de mercado, distribución, producción, rentabilidad y tiempo.” (25-26). Rincon y Villarreal manifiestan que la planificación ya no se puede programar en periodos muy largos ya que el ritmo del mercado es muy fluctuante y se tiene que estar regulando y ajustando la inversión en un tiempo cada vez más reducido; esto a raíz del crecimiento rápido del mercado y la aparición de nuevos competidores. Además de ello con la constante evolución de la tecnología, los gustos y preferencias de los clientes cambian rápidamente. A ello también se suma el flujo del valor de la moneda en el mercado y a su vez las políticas de cada región; ya que todo esto puede variar drásticamente el mercado y los costos que en los que se incurrirán para la producción. Para ello se tiene que realizar estudios cada vez más precisos que ayuden y faciliten la toma de decisión más acertada

En la misma línea Palacios argumenta lo siguiente “es primordial calcular el nivel de actividad o la capacidad de producción, dependientemente de la estructura de su maquinaria e instalaciones.” (p. 88). Esto es debido a que en la producción fabril la línea de producción siempre estará marcada por la estación o equipo más lento. Por esto es necesario conocer el límite de operatividad de cada estación de trabajo que emplee una maquinaria o equipo.

El autor también refiere que el mantenimiento y la implementación oportuna de maquinaria ayudan en gran medida a reducir los costos por tecnología. Así mismo manifiesta que es importante determinar el que tanto podrá llegar a producir cada máquina en su estación de trabajo para que esta rinda de la manera más óptima.

Los autores nos refieren que es importante identificar cuáles son todos los elementos que participan económicamente en el desarrollo del producto o servicio y que estos deben de optimizarse de acuerdo al ritmo con el que se mueve el mercado buscando siempre el mayor beneficio posible: desarrollando de esta

manera un margen de beneficio sustancial y priorizando el mantener siempre gastos generales bajos. La empresa obtiene el liderazgo en costes al mantener estos por debajo al de sus competidores, ya sea para un producto o servicio equivalente o equiparable en calidad.

## ii) Diferenciación de producto

La diferenciación de producto es aquella que refleja o destaca las cualidades de los productos con respecto a sus competidores; dejando de manifiesto todas las bondades que en este producto o servicio se han adicionado y con lo cual busca destacar en el mercado.

Ante esto Baena (2010) nos menciona que “Diferenciar un producto supone distinguirlo del resto a través de la modificación de algún atributo intrínseco o extrínseco.” (p. 44). La diferenciación de producto está muy relacionada a la percepción de que tenga el consumidor, se puede afirmar que es en realidad esta característica la que genera un impacto positivo en la empresa ya que solo así los compradores destacaran el producto o servicio de la posible competencia. Esta se pueda por un atributo en específico y hasta por una tendencia. Con esto la empresa podrá fijar los precios superiores ya que la diferenciación del producto hace que el público consumidor esté dispuesto a pagar por el valor añadido

Para definir más Abdu(2013) acota lo siguiente “Los atributos del producto no se limitan solo a las características y funciones que satisfacen la necesidad del consumidor. El envase, la marca y el precio se convierten en elementos fundamentales que inciden en la compra de un producto, pero el mayor peso para la decisión de compra estará seguramente ligado a su funcionalidad, diferenciación, desarrollo tecnológico y desde luego, los valores agregados que el producto brinde a los consumidores.” (p. 121).

Abdu nos menciona que las características únicas de cada productos son los elementos fundamentales para destacar en el mercado; esta se puede dar por el uso de mejor tecnología, un mayor uso y también el valor agregado; como puede llegar a ser una mejor atención, locales mejor implementados.

Según los autores, el producto en sí mismo no lo hace competitivo sino son todos los elementos adicionales incluidos en el desarrollo del mismo que lo hacen diferenciarse de otras alternativas; ya sea mediante la calidad de los insumos utilizados en desarrollo del bien, así también en la variedad de componentes que lo llegan a conformar. Además de ello es importante fortalecer la imagen y posicionamiento de la empresa que es un plus de valor agregado para el producto final. La diferenciación de producto lo obtiene la empresa cuando su oferta tiene particularidades o cualidades que la hacen distinta a las demás opciones.

### iii) Enfoque

El enfoque desde la perspectiva de la organización, está dado al mercado o público objetivo al cual quiere llegar y ofrecer sus productos o servicios. Este parámetro es de vital importancia definirlo desde el principio de la concepción del organismo económico ya que de esto dependerá en buena parte el éxito o fracaso en el mercado.

Al especializarse y enfocar correctamente la segmentación del mercado se busca que la empresa centre todas sus recursos en las necesidades del cliente al cual hará llegar su oferta, enfocando de esta manera sus productos a los individuos de un sector determinado.

Para ello Abdu (2013) nos comenta lo siguiente “Es importante que la organización determine a qué segmentos desea ingresar, hacia dónde y cómo se van a direccionar las estrategias de mercadeo y comunicación. La segmentación de una industria consiste en su división en subunidades dirigidas a diseñar una estrategia competitiva. Esta segmentación busca identificar las diferencias entre las necesidades del cliente y su comportamiento de compra; adicionalmente, intenta enfocar al departamento de mercadeo en el diseño de productos y servicios de acuerdo con la demanda, con el fin de no desperdiciar esfuerzos en mercados donde no existe un potencial real y agrupar a los clientes según sus necesidades, creando así diferentes estrategias de mercado, según la caracterización que se tenga de éstos y del sector industrial en que se desempeñen” (p. 106).

Determinar correctamente el mercado o público objetivo al que se va a llevar el bien o servicio es determinante para los objetivos de la organización; ya que al realizar una lectura incorrecta en los potenciales clientes; la empresa podría desperdiciar recursos importantes sin poder recuperarse rápidamente. Enfocarse en un sector determinado según el nivel económico o cultural puede significar un gran acierto para los intereses de la empresa.

Así mismo cabe mencionar a Baena (2011), quien nos dice que “Etimológicamente, el término mercado viene del latín mercatus (tráfico, comercio). Una primera y extendida acepción de mercado hace referencia al lugar físico donde se realizan los intercambios de bienes y servicios.” (p.76). Todavía cabe señalar que el mercado ya no es solo un lugar físico; si no que ahora con el uso de la tecnología este se ha llevado al ámbito electrónico y virtual. Donde ya no es solo un mercado físico al que se pueda aspirar a participar sino también al mercado de las transacciones en línea, ya sea a través de una página web o de una aplicación para dispositivos móviles. Ampliando de esta manera la llegada y penetración de nuestra marca

Baena (2011) destaca lo siguiente “Las empresas invierten tiempo y dinero en llevar a cabo estrategias de segmentación de mercado” (p. 143). Con respecto a lo que comenta Baena, la elección en escoger una parte del mercado es básico para dirigir de manera efectiva los recursos de la organización. Esto se realiza para tener claramente al grupo de consumidores al cual se dirige el negocio, y así generar estrategias de marketing las cuales resaltarán las bondades de los productos comercializados.

Teniendo en cuenta el tipo de gusto o preferencia los consumidores, las necesidades de ellos y las características únicas que los definen. Elaborar esta estrategia de forma oportuna y correcta ayudara a que la empresa obtenga los mejores resultados con respecto a su inversión.

En líneas generales lo que nos manifiestan los autores es que la diferenciación consiste en saber hacia que publico objetivo dirigir nuestro producto o servicio, y

una vez identificado el sector utilizar herramientas de marketing para destacar los atributos del producto, que están enfocados en cubrir las necesidades y deseos específicos del segmento seleccionado. En el caso de la empresa La Gran Fruta Sac apunta hacia el segmento de personas que cuidan su imagen y salud a través del consumo de alimentos saludables.

## 1.4 Formulación del problema

### 1.4.1. Problema general

¿De qué manera se relacionan los costos de producción y la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?

### 1.4.2. Problemas específicos

¿De qué manera se relacionan los costos de producción y el liderazgo de costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?

¿De qué manera se relacionan los costos de producción y la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?

¿De qué manera se relacionan la ventaja competitiva y los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?

## 1.5 justificación del estudio

El presente trabajo de investigación justifica su elaboración por los siguientes puntos que se mencionan a continuación:

### 1.5.1. Pertinencia

El presente trabajo de investigación servirá para analizar la relación de los costes de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta SAC en el distrito de Miraflores

### 1.5.2. Relevancia social

El desarrollo del trabajo de investigación facilitara entender y proponer soluciones a los presentes inconvenientes sociales y económicos, los que terminan por menoscabar a las empresas comerciales de servicio en el distrito de Miraflores.

### 1.5.3. Implicaciones prácticas

La elaboración de este trabajo de investigación para que sirva como material de apoyo y consulta, con el fin de poder aplicarlos en el campo además de materia de asesoramiento a futuras investigaciones.

## 1.6 hipótesis

### 1.6.1. Hipótesis general

Los costos de producción se relacionan con la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

### 1.6.2. Hipótesis específica

Los costos de producción se relacionan con el liderazgo de costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Los costos de producción se relacionan con la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

La ventaja competitiva se relaciona con los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

## 1.7 objetivos

### 1.7.1 Objetivo general

Determinar la relación de los costos de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

### 1.7.2. Objetivo específico

Determinar la relación de los costos de producción y el liderazgo de costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Determinar la relación de los costos de producción y la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Determinar la relación de la ventaja competitiva y los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.



CAPÍTULO II  
METODOLOGIA

## 2. METODO

### 2.1 Diseño de la investigación

El tipo de estudio de la investigación es descriptivo – correlacional, en la cual se describirá a cada una de las variables puestas en estudio, en base a como son observadas y se analizara el grado de relación que existe entre la variable 1 y la variable 2, quiere decir que se estudia la correspondencia entre las dos variables.

La presente investigación es de diseño no experimental, como señala Marín, A. y Noboa, A. (2014) que menciona que “La investigación no experimental es aquella investigación que se realiza sin manipular ni controlar deliberadamente las variables.” (p.42). Según los autores podemos mencionar que la investigación de diseño no experimental es toda aquella que no manipula las variables y solo se limita a observar cómo interactúan entre ellas. Tomando nota de lo que acontece dentro de su entorno natural sin provocar intencionalmente variación alguna.

Además, la presente investigación es a su vez correlacional, como establece Marín, A. y Noboa, A (2014). Que nos comentan “este tipo de diseño busca conocer y dimensionar la relación que pueda existir entre dos o más categorías o variables.” (p. 39). Marín y Noboa nos quieren decir que los resultados serán en base a como se relacionen las variables y en qué medida se afecta una sobre otra. Para ello es necesario medirlas y contrarrestarlas.

El presente trabajo de investigación es de tipo no experimental, descriptivo-correlacional, ya que no manipula intencionalmente las variables a estudiar. Lo que se realizara con este estudio es apreciar los fenómenos tal y como se dan es su entorno actual, para después examinarlo y evaluar los resultados obtenidos.

### 2.2 Variables, operacionalización.

#### 2.2.1 Definición de la variable 1

Para la definición de la primera variable, se toma el concepto de Sinisterra, quien nos dice lo siguiente:

“Desde un punto de vista contable, las normas definen los costos como las erogaciones y los cargos asociados clara y directamente con la producción de los bienes o la prestación de los servicios (...) Para manufacturar un producto se hace uso de tres componentes conocidos como los elementos del costo de producción, a saber: materias primas, mano de obra y costos indirectos. No obstante, el desarrollo de las técnicas de producción hizo perfeccionar los métodos de costeo de los productos y con ello la posibilidad de aplicarlos para costear actividades no fabriles.” (2006, p.37).

### 2.2.2 Definición de la variable 2

Para la definición de la segunda variable, se toma el concepto de Porter, M. quien nos dice lo siguiente:

Para que exista una ventaja competitiva el valor que una firma es capaz de crear para sus consumidores debe ser mayor al costo que tenga para la firma la creación de dicho valor.(...) Las ventajas competitivas a las que puede aspirar una compañía son: liderazgo en costes, diferenciación y enfoque (1985, p. 35).

### 2.2.3. Cuadro de operacionalización

#### COSTOS DE PRODUCCION Y SU VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA LA GRAN FRUTA SAC, MIRAFLORES-2018

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
"Los costos de producción se relaciona con la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018"	Costos de producción	"Desde un punto de vista contable, las normas definen los costos como las erogaciones y los cargos asociados clara y directamente con la producción de los bienes o la prestación de los servicios (...) Para manufacturar un producto se hace uso de tres componentes conocidos como los elementos del costo de producción, a saber: materias primas, mano de obra y costos indirectos. No obstante, el desarrollo de las técnicas de producción hizo perfeccionar los métodos de costeo de los productos y con ello la posibilidad de aplicarlos para costear actividades no fabriles." (Sinisterra, G. pag.37)	Insumos	Rotación de fruta
				Rotación de verduras
				Rotación de carnes
				Desmedro
			Mano de obra	Remuneración
				Bono por producción
			Costos indirectos	Servicio de agua
	Servicios de luz			
	Servicios de gas			
	Ventaja competitiva	"Para que exista una ventaja competitiva el valor que una firma es capaz de crear para sus consumidores debe ser mayor al costo que tenga para la firma la creación de dicho valor.(...) Las ventajas competitivas a las que puede aspirar una compañía son: liderazgo en costes, diferenciación y enfoque" (Porter, M. 1985, p. 35).	Liderazgo en costes	Relación con los proveedores
				Ajustes por capacidad
				Uso de tecnología
				Rotación de actividades
			Diferenciación	Control de calidad
Variedad de productos				
Enfoque			Tiempo por orden	
	Productos fresco			
	Productos saludables			
				Productos naturales

## 2.3 Población y muestra

### 2.3.1 Población

Para definir el concepto de población nos apoyaremos en la definición de los siguientes autores.

Hurtado (2000) nos dice que “la población es formada por el grupo de entes en los cuales se realizará el estudio.” (p.152). es decir por todos los elementos que están dentro del área o sector a analizar.

Para Parra (2006) se refiere a que “una población es un conjunto integrado, por lo cual puede ser finito o infinito” (p. 11). Se infiere que es de carácter numérico el cual a su vez puede llegar a ser infinito.

Así mismo Icart, T. y Fuentelzac, G, (2006) nos mencionan que es “el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar.” (p.55). Podemos mencionar que refiere a la población como un sector de individuos que comparten las mismas experiencias las cuales son materia de estudio.

Los autores mencionados nos refieren que se denomina población a todos los individuos de una comunidad o sector que comparten características parecidas, son de carácter finito y que interacciona o interactúa con el fin del estudio que se llevara a cabo.

Ante esto la población del presente trabajo de investigación estará constituida por 40 trabajadores de la empresa La Gran Fruta. De esta manera la población a analizar es de carácter finito o limitada, porque se puede contar a todos los elementos y también son los que participan en la actividad empresarial.

LOCALES DE LA GRAN FRUTA SAC			
LOCAL	DIRECCION	TOTAL DE TRABAJADORES	SELECCIONADOS

LA GRAN FRUTA MIRAFLORES	AV REDUCTO 1350 MIRAFLORES	13	13
LA GRAN FRUTA SAN ISIDRO	CALLE LAS BEGONIAS 463	12	12
LA GRAN FRUTA SAN BORJA	CARPACCIO 241, SAN BORJA	8	8
LA GRAN FRUTA JESUS MARIA	AV GREGORIO ESCOBEDO S/N, JESUS MARIA	7	7
			40

### 2.3.2 Muestra

Para definir el concepto de muestra nos apoyaremos en la definición del siguiente autor.

Para Icart, T. y Fuentelsaz, G, (2006) se refiere a que la muestra “es un subconjunto de la población, el cual ha de ser representativa de dicha población” (p.55). Lo que nos indica el autor es la muestra que será observada y estudiada tiene que tener relación directa con el objeto de investigación. Ya que de otra manera no se podría obtener resultados válidos.

Ante esto la muestra de este estudio de investigación abarca a los 40 trabajadores de la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018. Los cuales se encuentran distribuidos en los diferentes locales de la empresa, siendo estos puntos específicos de la ciudad de Lima, ya que la población es finita se aplicara el método del censo; que abarca a recoger el estudio de todos los trabajadores.

Para definir el concepto de censo, nos apoyaremos en las definiciones de los siguientes autores.

Para Hernandez y Col, (2006) “el censo poblacional se aplica al número de participantes sobre el cual se pretende resolver los resultados.” (p.121). Es decir que participan todas las personas del grupo elegido.

En la misma línea Sabino, (2002) acota que “el censo poblacional [...] es el estudio que utiliza todos los elementos disponibles de una población definida.

(p.49). Todos los integrantes de la población estarán considerados sin excepción.

Igualmente Bavaresco (2001) menciona que “el censo es un estudio de todo y cada uno de los miembros del grupo de personas para obtener una mismo dato.” (p.16). Debido a que es de carácter general los resultados serán recogidos de manera uniforme.

Se puede mencionar que el censo se aplica a una población finita, como es el caso de la Gran fruta; además de que todos los elementos que serán censados participan directamente en el estudio ya que son ellos los que tiene la información.

## 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Dado que las dos variables en entrelazan en la formulación de la hipótesis específica de la presente investigación; deberemos de reunir todos los datos necesarios para medirlas, ante esto se requerirá aplicar o recurrir a lo siguiente:

#### a) La Técnica de la encuesta

Se empleara la utilización de la encuesta, para poder explicar cómo los costos de producción se relacionan con la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

#### b) El Análisis estadístico

Luego de la acumulación de datos mediante la técnica de la encuesta, se elaborara los procedimientos de análisis a través del uso de un programa estadístico.

#### 2.4.2. Validación y confiabilidad del instrumento

La validación y confiabilidad explica el grado de confiabilidad o precisión sobre los instrumentos que se emplearan para la obtención de resultados y su respectivo análisis. A fin de precisar con mayor claridad nos apoyaremos en los siguientes autores.

Según Ruiz (2005) nos dice que “como “primer paso [...] la versión preliminar del cuestionario fue sometida al juicio de 3 expertos” (p.56)

El proyecto de investigación en curso empleará como instrumento el cuestionario y se aplicará la técnica de validez de contenido, es decir se utilizará el criterio de jueces expertos.

Asi mismo para definir el instrumento que se empleara, tenemos las siguientes definiciones.

“Que para obtener la fiabilidad del instrumento como consistencia interna de las escalas de medidas entre más de dos elementos, se optó por calcular el coeficiente alfa de Cronbach para la escala integrada en el cuestionario” (Ruiz, 2005, p.58).

Para el proyecto de investigación en cuestión, se utilizara la siguiente formula de Alfa de Cron Bach:

$$\alpha = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

K: El número de ítems

$S_i^2$ : Sumatoria de varianza de los ítems

$S_t^2$ : Varianza de la suma de los ítems



Según Raúl Pino (2007), sugiere las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cron Bach:

Coeficiente alfa > .9 es excelente

Coeficiente alfa >.8 es bueno

Coeficiente alfa >.7 es aceptable

Coeficiente alfa >.6 es cuestionable

Coeficiente alfa >.5 es pobre

Coeficiente alfa <.5 es inaceptable

#### Estadísticos de fiabilidad Costos de Producción

Alfa de Cronbach	N de elementos
,805	10

Del programa SPSS se obtuvo un alfa de Cron Bach de 0.805, según el autor Arcos Pedro (2009), indica que “cuando el valor del Coeficiente alfa está en el intervalo del 0,8 se califica como un nivel bueno, de tal manera el instrumento utilizado es confiable y valido.”

#### Estadísticos de fiabilidad Ventaja Competitiva

Alfa de Cronbach	N de elementos
,789	10

Del programa SPSS se obtuvo un alfa de Cron Bach de 0.789, según el autor Arcos Pedro (2009), indica que “cuando el valor del Coeficiente alfa está en el intervalo del 0,7 se califica como un nivel aceptable, de tal manera el instrumento utilizado es confiable y valido.”

## 2.5 Método de análisis de datos

Los datos se obtendrán mediante la aplicación de la técnica de la encuesta y apoyándose en el instrumentos del cuestionario de escala, recurriendo a los informantes o fuentes indicados con anterioridad.

Para ello se utilizara el software estadístico SPSS versión 21, que incluye estadísticas descriptivas, de dos variables y de correlación. Lo cual nos permitirá procesar las tablas y gráficos necesarios para evaluar la relación entre las variables, también con ayuda del programa estadístico SPSS se podrá calcular el coeficiente de Alfa de Cron Bach y la prueba de hipótesis – Rho de Spearman.

Con respecto a la información obtenida y presentada como gráficos y cuadros, se procederá a formular apreciaciones objetivas relacionadas a la problemática de la empresa sujeto del presente estudio..

Las apreciaciones y conclusiones resultado del análisis, fundamentarán de manera precisa cada parte de la propuesta de posible solución al problema que dio inicio a la presente investigación, las cuales serán presentadas en forma de recomendaciones.

## 2.6 Aspectos éticos

Para realizar el trabajo de investigación se tendrá en cuenta que las personas que participen nos otorguen su consentimiento. El trabajo realizará cumpliendo el código de ética profesional del contador público peruano aplicando sus principios. Del mismo modo, cabe resaltar que toda la información recopilada para el desarrollo de la investigación, se hizo con profesionalismo, integridad y veracidad.

CAPITULO III  
RESULTADOS

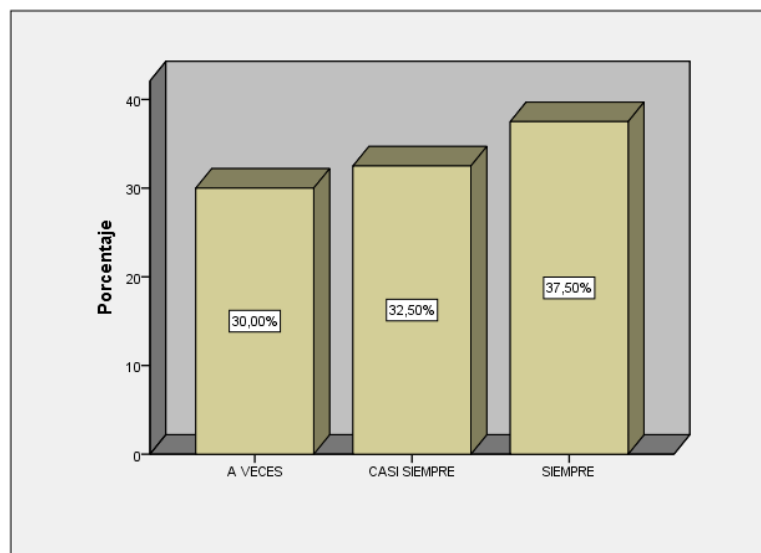
### 3. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis de los resultados

**Tabla N° 1: La rotación de frutas se realiza de acuerdo al estado de maduración en la que ésta se encuentre.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A VECES	12	30,0	30,0
	CASI SIEMPRE	13	32,5	62,5
	SIEMPRE	15	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura N° 1: La rotación de frutas se realiza de acuerdo al estado de maduración en la que ésta se encuentre.**

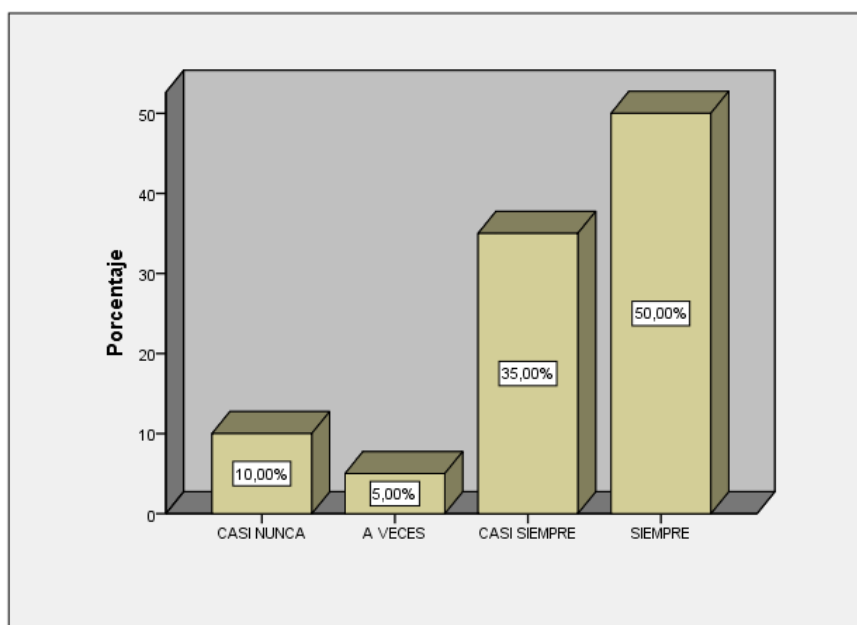


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°1, podemos observar que la población encuestada, indica que se realiza la rotación de frutas de acuerdo al estado de maduración en la que se encuentre; pero un 30% de encuestados indicó que solo se realiza a veces. Reflejando un desconocimiento de esta actividad por un sector de los colaboradores, lo cual repercute en la calidad de la fruta, ya que esta no se rota de manera eficiente perdiendo de esta manera su frescura y echando a perder parte de los insumos.

**Tabla 2: La rotación de verduras se lleva a cabo verificando la frescura de las que se encuentren almacenadas.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI NUNCA	4	10,0	10,0	10,0
A VECES	2	5,0	5,0	15,0
Válidos CASI SIEMPRE	14	35,0	35,0	50,0
SIEMPRE	20	50,0	50,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 2: La rotación de verduras se lleva a cabo verificando la frescura de las que se encuentren almacenadas.**

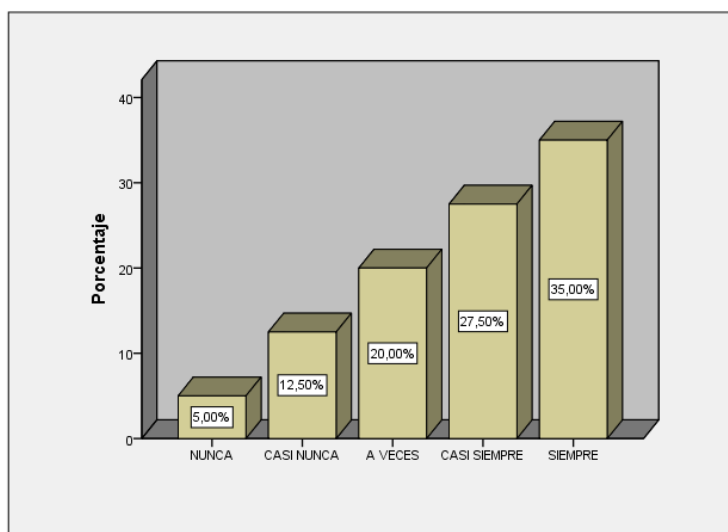


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°2, se establece que un índice considerable de los censados lleva a cabo la rotación de verduras; pero un 15% de entrevistados no realiza la rotación o no la ejecuta por desconocimiento de la misma actividad. Esto indica que se genera desmedro de verduras ocasionando un agotamiento de los insumos en el stock diario.

**Tabla 3: La rotación de carnes se efectúa observando el estado de preservación y fecha de vencimiento según el abastecimiento.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	2	5,0	5,0	5,0
CASI NUNCA	5	12,5	12,5	17,5
A VECES	8	20,0	20,0	37,5
CASI SIEMPRE	11	27,5	27,5	65,0
SIEMPRE	14	35,0	35,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 3: La rotación de carnes se efectúa observando el estado de preservación y fecha de vencimiento según el abastecimiento.**

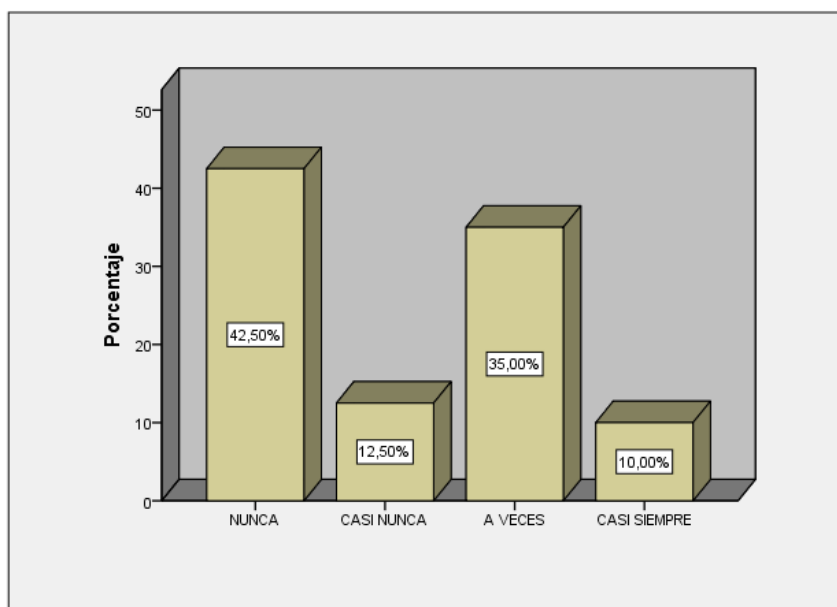


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°3 un 38% del total de los entrevistados; respondió que no realiza la rotación correspondiente de las carnes según su fecha de vencimiento para evitar pérdidas por descomposición. Evidenciando de esta manera un desconocimiento que afecta negativamente el uso adecuado de los insumos.

**Tabla 4: Se ejerce un correcto control de desmedro, minimizando la pérdida de los insumos.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	17	42,5	42,5	42,5
CASI NUNCA	5	12,5	12,5	55,0
Válidos A VECES	14	35,0	35,0	90,0
CASI SIEMPRE	4	10,0	10,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 4: Se ejerce un correcto control de desmedro, minimizando la pérdida de los insumos.**

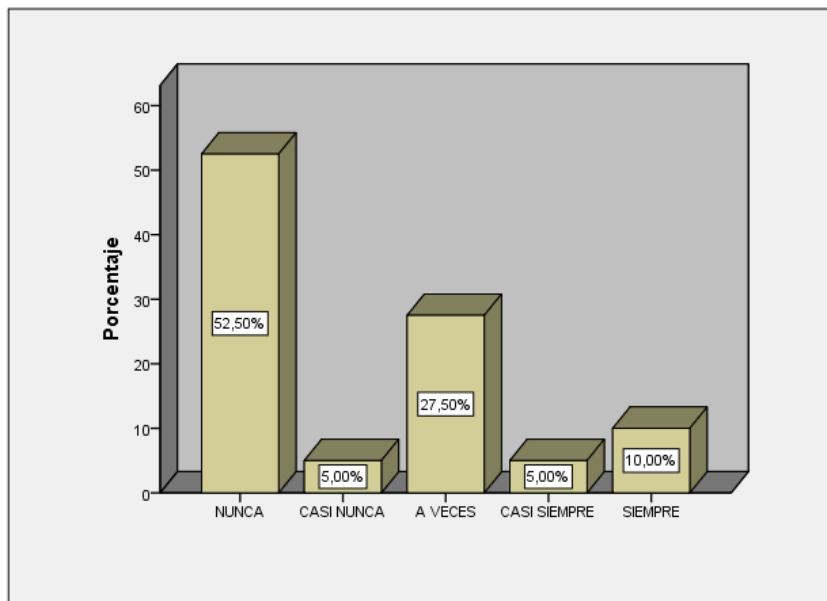


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°4 los trabajadores que participaron en la encuesta, un 55% indicaron que no se realiza un correcto control para evitar la generación de desmedro. Esto manifiesta que se genera de esta manera una pérdida de insumos constante. Los cuales afectan la economía de la empresa, ya que se incurre en costos innecesarios.

**Tabla 5: La remuneración es abonada dentro de la fecha establecida para no generar incordio en los trabajadores.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	21	52,5	52,5
	CASI NUNCA	2	5,0	57,5
	A VECES	11	27,5	85,0
	CASI SIEMPRE	2	5,0	90,0
	SIEMPRE	4	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 5: La remuneración es abonada dentro de la fecha establecida para no generar incordio en los trabajadores.**



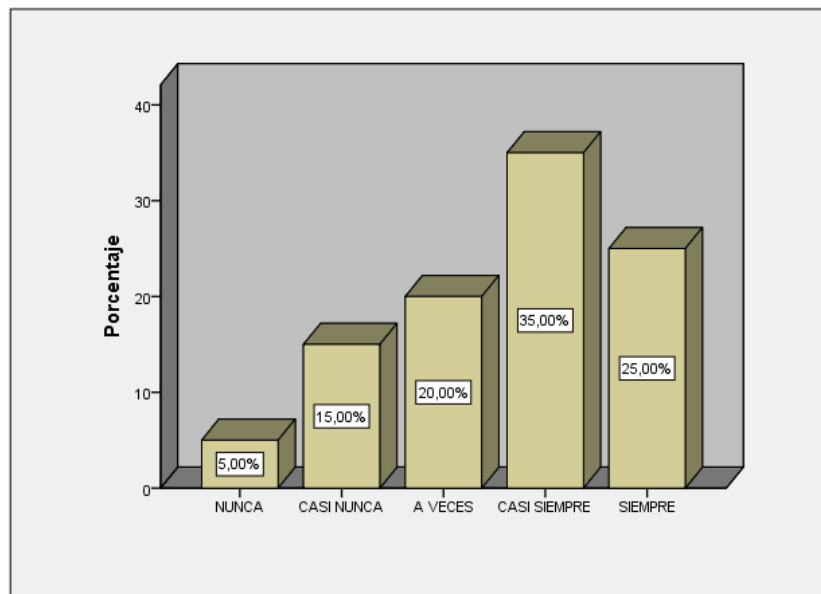
Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°5 de la encuesta aplicada a los trabajadores de la gran fruta, el 57% manifestó que la remuneración no está siendo abonada de manera oportuna. Con lo cual los colaboradores no desempeñaran sus funciones de manera responsable, bajando así el nivel de productividad. Este factor es muy negativo para que la empresa pueda lograr ejercer una ventaja competitiva con respecto a la competencia, ya que no estaría contando con colaboradores motivados.



**Tabla 6: El bono por producción otorgado incentiva para la correcta aplicación de las funciones de producción.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	2	5,0	5,0
	CASI NUNCA	6	15,0	20,0
	A VECES	8	20,0	40,0
	CASI SIEMPRE	14	35,0	75,0
	SIEMPRE	10	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 6: El bono por producción otorgado incentiva para la correcta aplicación de las funciones de producción.**

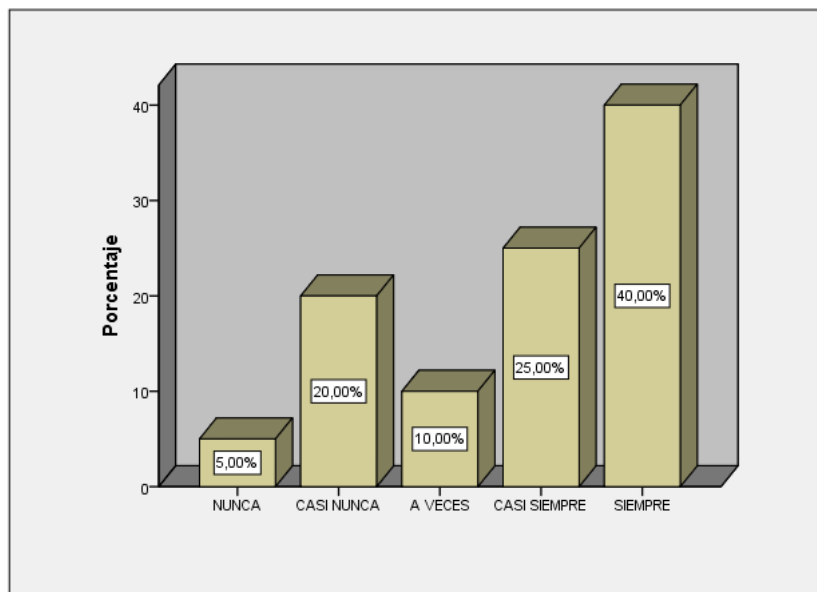


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°6 de la encuesta aplicada el 60% manifestó que el pago de un bono como incentivo ayuda a mejorar el desempeño de sus funciones, mientras que un 40% no le es significativo. Cabe mencionar que este incentivo sería otorgado por mantener un estándar en la utilización de recursos e insumos; así mismo por mejorar el desempeño general de sus actividades.

**Tabla 7: Se controla que el uso del servicio de agua sea el adecuado para cada elaboración de las órdenes en jugos.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	2	5,0	5,0
	CASI NUNCA	8	20,0	25,0
	A VECES	4	10,0	35,0
	CASI SIEMPRE	10	25,0	60,0
	SIEMPRE	16	40,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 7: Se controla que el uso del servicio de agua sea el adecuado para cada elaboración de las órdenes en jugos.**

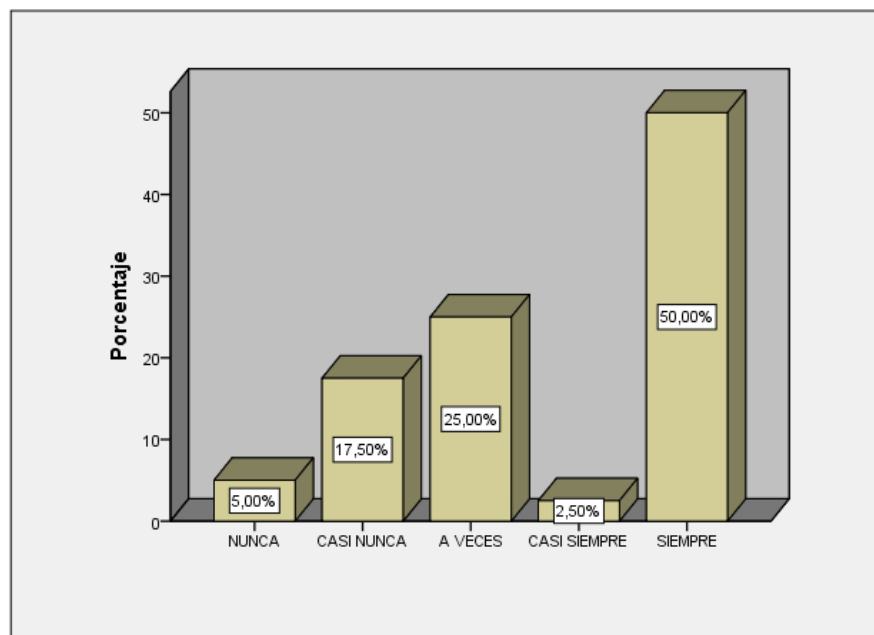


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°7 un 35% de entrevistados manifestó que el empleo del servicio de agua no está realizando de manera correcta. Lo cual es una cifra muy alta, ya que una tercera parte de los colaboradores realiza un uso inadecuado de este servicio. Aumentando significativamente los costos indirectos.

**Tabla 8: Se observa que el uso del servicio de luz este dentro de los tiempos que tarda la preparación de las órdenes de jugos y sanguches.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	2	5,0	5,0	5,0
CASI NUNCA	7	17,5	17,5	22,5
A VECES	10	25,0	25,0	47,5
CASI SIEMPRE	1	2,5	2,5	50,0
SIEMPRE	20	50,0	50,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 8: Se observa que el uso del servicio de luz este dentro de los tiempos que tarda la preparación de las órdenes de jugos y sanguches.**

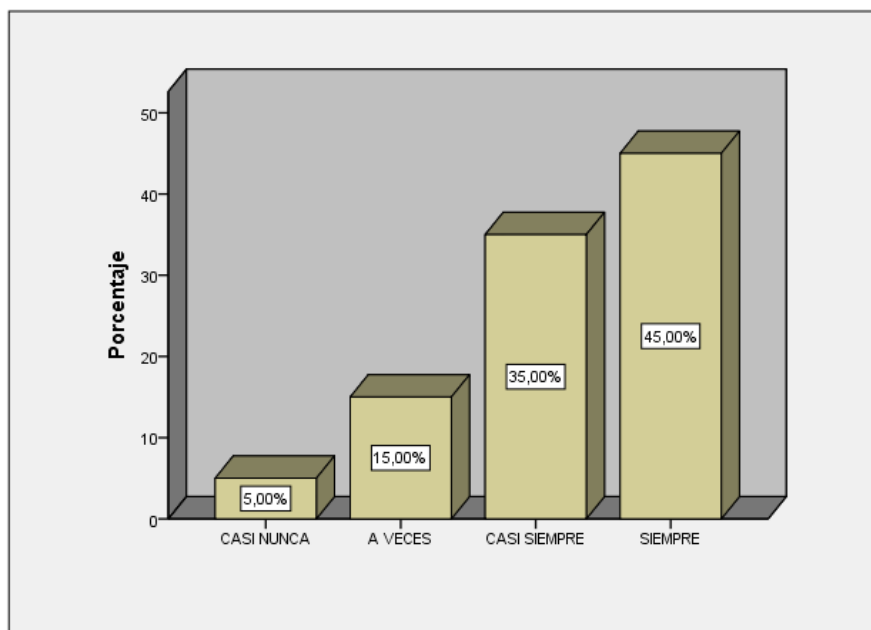


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°8 un 50% manifiesta que no se realiza un uso adecuado del servicio eléctrico, lo que deja en evidencia que la población de trabajadores de La Gran Fruta no está realizando sus labores de una manera uniforme. Generando un sobre costo en la producción y perdiendo su ventaja competitiva.

**Tabla 9: Se supervisa que el servicio de gas no presente fugas en las instalaciones de cocina.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CASI NUNCA	2	5,0	5,0	5,0
A VECES	6	15,0	15,0	20,0
Válidos CASI SIEMPRE	14	35,0	35,0	55,0
SIEMPRE	18	45,0	45,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 9: Se supervisa que el servicio de gas no presente fugas en las instalaciones de cocina.**

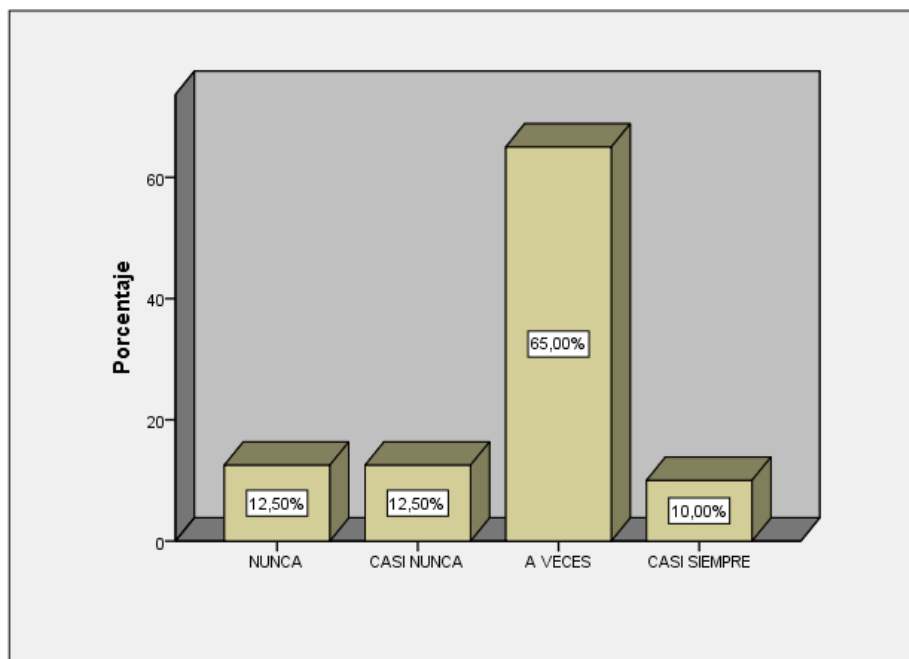


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°9 los empleados entrevistados que participaron en la encuesta que ascienden a un un 20% indicaron que no realizan revisión alguna a las conexiones de gas. Incurriendo en un aumento de los costos producción por falta de revisión en la conexiones; que así mismo se debería de realizar constantemente por seguridad en la cocina.

**Tabla 10: Los materiales de aseo son empleados de manera ordenada en función a las horas laboradas.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	5	12,5	12,5	12,5
CASI NUNCA	5	12,5	12,5	25,0
Válidos A VECES	26	65,0	65,0	90,0
CASI SIEMPRE	4	10,0	10,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 10: Los materiales de aseo son empleados de manera ordenada en función a las horas laboradas.**

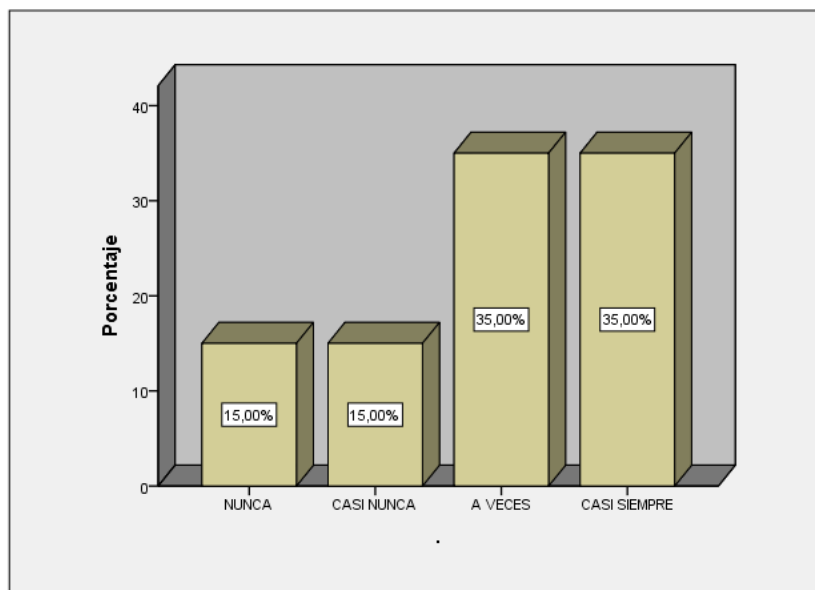


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°10 podemos observar que el 25% de los encuestados manifestó que los materiales de aseo no son empleados de manera ordenada en función a las horas que emplean sus labores.

**Tabla 11: La buena relación con proveedores genera una disminución en el costo de los insumos.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	15,0	15,0	15,0
CASI NUNCA	6	15,0	15,0	30,0
Válidos A VECES	14	35,0	35,0	65,0
CASI SIEMPRE	14	35,0	35,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 11: La buena relación con proveedores genera una disminución en el costo de los insumos.**

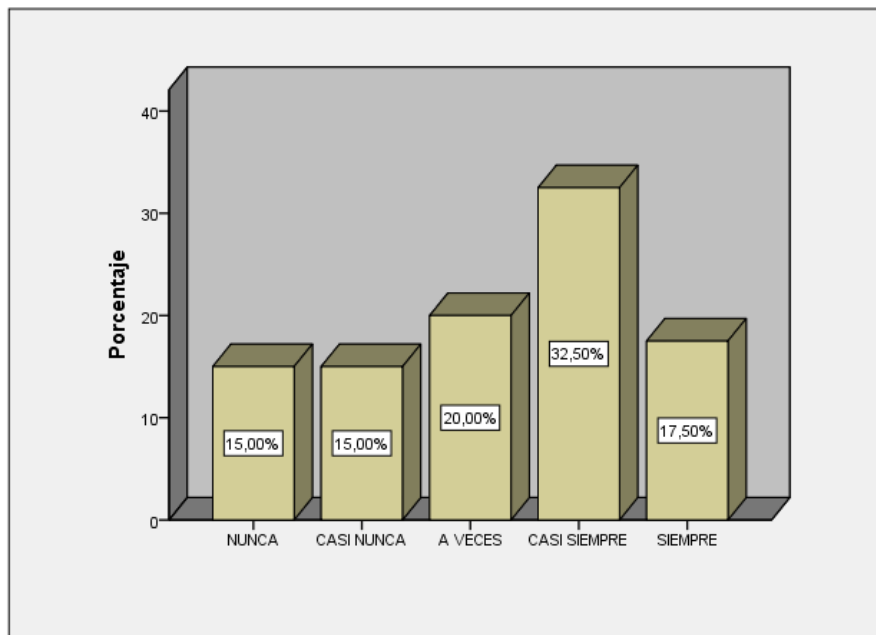


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°11 un 70% del total de la muestra, considera que mantener una buena relación con los proveedores genera una disminución en los costos de los insumos, mientras que ya que mantener buenas relaciones comerciales con los proveedores garantiza preferencia en la distribución de los insumos y mantenimiento de precios además del despacho oportuno el cual no generara que se incurra en compras de emergencia

**Tabla 12: La elaboración de los productos se ajusta a la capacidad para la obtención de los insumos.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	15,0	15,0	15,0
CASI NUNCA	6	15,0	15,0	30,0
A VECES	8	20,0	20,0	50,0
CASI SIEMPRE	13	32,5	32,5	82,5
SIEMPRE	7	17,5	17,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 12: La elaboración de los productos se ajusta a la capacidad para la obtención de los insumos.**

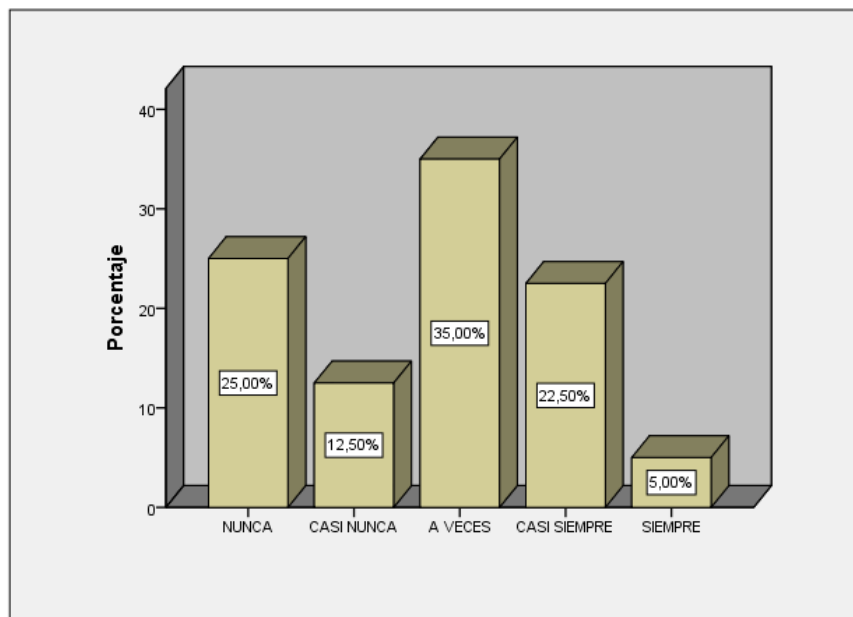


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°12, se obtiene que un indica que el abastecimiento de insumos no es el adecuado para la elaboración de los productos. Dejando en evidencia un desorden al momento de solicitar sus insumos, lo que ocasiona costos fuera de programación.

**Tabla 13: La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo por orden en la producción.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	10	25,0	25,0
	CASI NUNCA	5	12,5	37,5
	A VECES	14	35,0	72,5
	CASI SIEMPRE	9	22,5	95,0
	SIEMPRE	2	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 13: La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo por orden en la producción.**



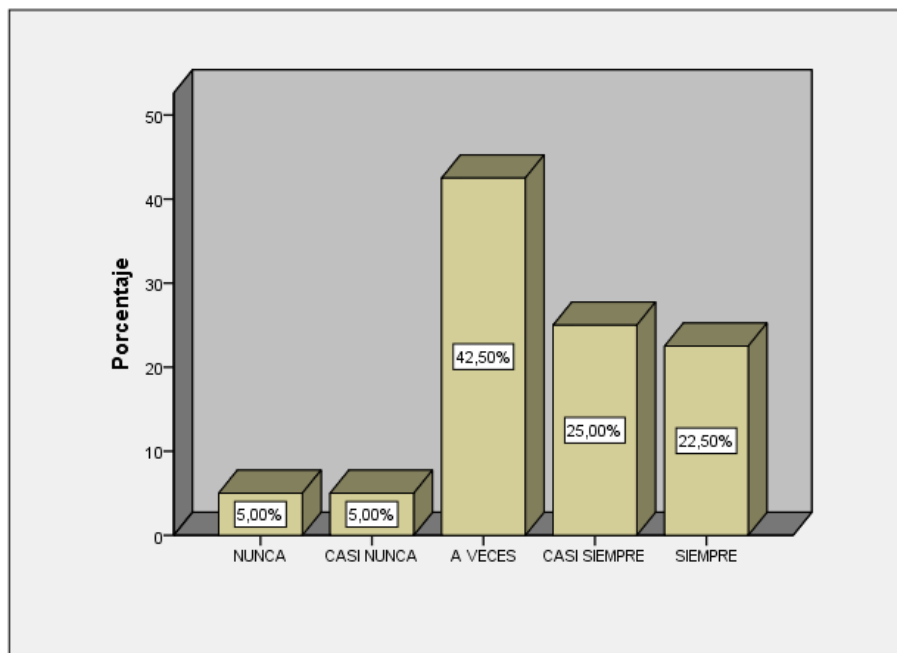
Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°13 un 72.5% manifiesta que no se emplea la tecnología en el día a día de sus labores muy importante. Lo que deja en evidencia la falta de conocimiento de los colaboradores de nuevos métodos para realizar su trabajo. Con esto se estaría perdiendo una importante oportunidad para mejorar los procesos de producción.



**Tabla 14: La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades por operario.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	2	5,0	5,0
	CASI NUNCA	2	5,0	10,0
	A VECES	17	42,5	52,5
	CASI SIEMPRE	10	25,0	77,5
	SIEMPRE	9	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 14: La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades por operario.**

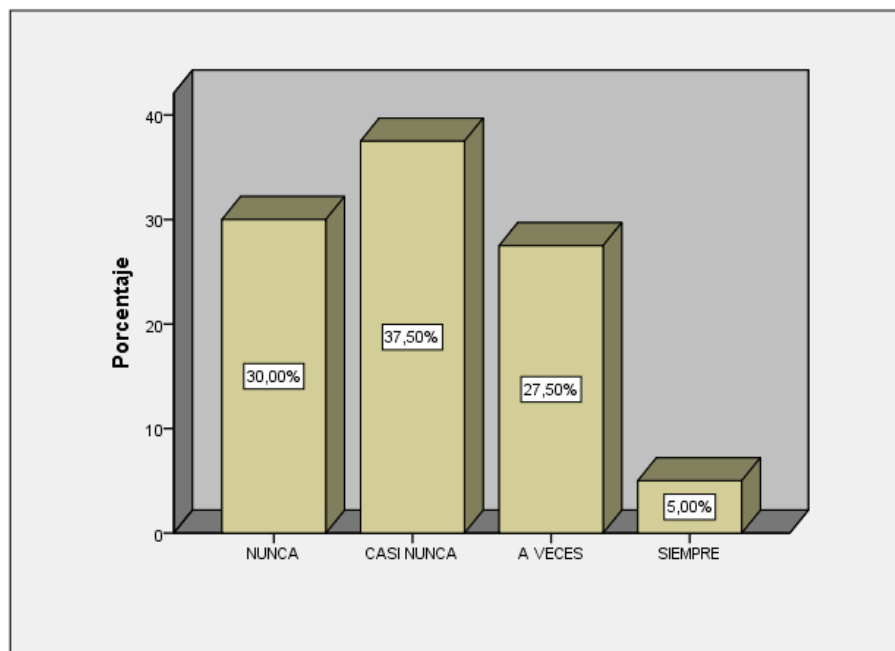


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°14 podemos observar que un 53% indica que la rotación es efectuada periódicamente y tampoco se realiza un control sobre las actividades que realizan en sus nuevos puestos. Esto deja en evidencia que la rotación por si sola carece de valor, pudiendo aprovechar esto para poder tener personal familiarizado con todas las áreas de la organización.

**Tabla 15: Se efectúa un control de calidad permanente en los insumos y los productos elaborados.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	12	30,0	30,0	30,0
CASI NUNCA	15	37,5	37,5	67,5
Válidos A VECES	11	27,5	27,5	95,0
SIEMPRE	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 15: Se efectúa un control de calidad permanente en los insumos y los productos elaborados.**

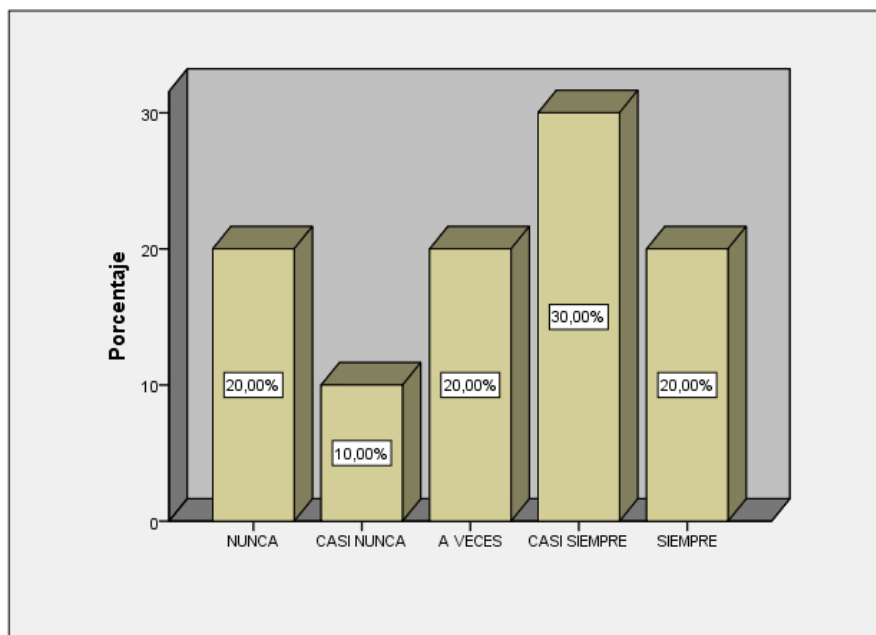


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°15 un 67% indica que no se realiza un control de calidad oportuno y con regularidad, lo cual afecta a la frescura de los insumos; además los productos que se elaboran no cuentan con una uniformidad en su preparación debido a que no se realiza un control de calidad para detectar estas irregularidades. Con lo cual se estraia perdiendo una diferenciación importante con respecto a la competencia.

**Tabla 16: Se elabora una renovación de la carta por temporada, creando variedad de productos para el consumidor.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	8	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	4	10,0	10,0	30,0
A VECES	8	20,0	20,0	50,0
CASI SIEMPRE	12	30,0	30,0	80,0
SIEMPRE	8	20,0	20,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 16: Se elabora una renovación de la carta por temporada, creando variedad de productos para el consumidor.**

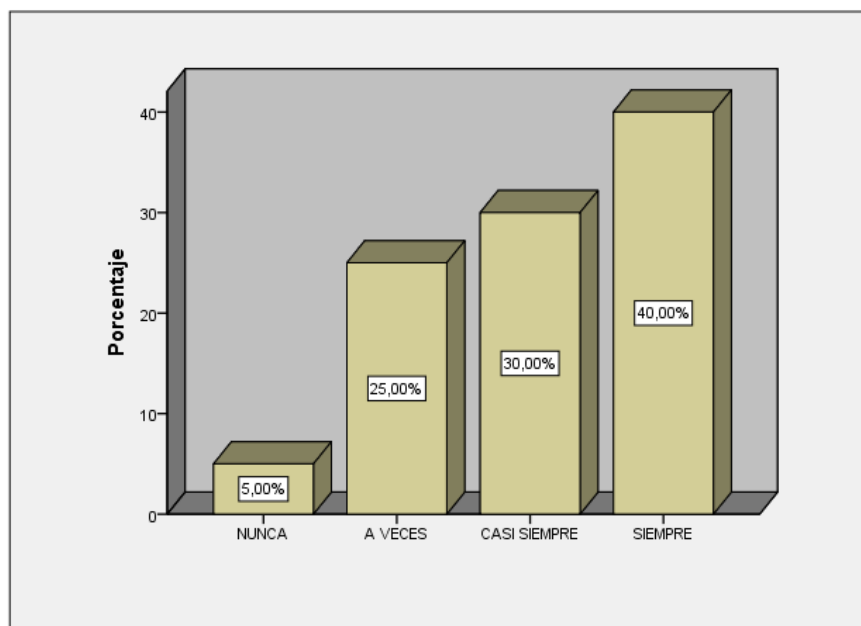


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°16 podemos observar que un 50% de las personas consultadas manifiesta que no hay una renovación oportuna de la carta, dejando de ofrecer nuevas variedades de productos a los consumidores. Perdiendo el factor de innovación y renovación que diferencia una marca con respecto a la otra, lo que indica que no se aprovecha correctamente las temporadas en las cuales algunas frutas son de mayor demanda.

**Tabla 17: El control en el uso del tiempo por orden disminuye la espera por cliente, mejorando la imagen de la empresa.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	2	5,0	5,0	5,0
A VECES	10	25,0	25,0	30,0
Válidos CASI SIEMPRE	12	30,0	30,0	60,0
SIEMPRE	16	40,0	40,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

**Figura 17: El control en el uso del tiempo por orden disminuye la espera por cliente, mejorando la imagen de la empresa.**

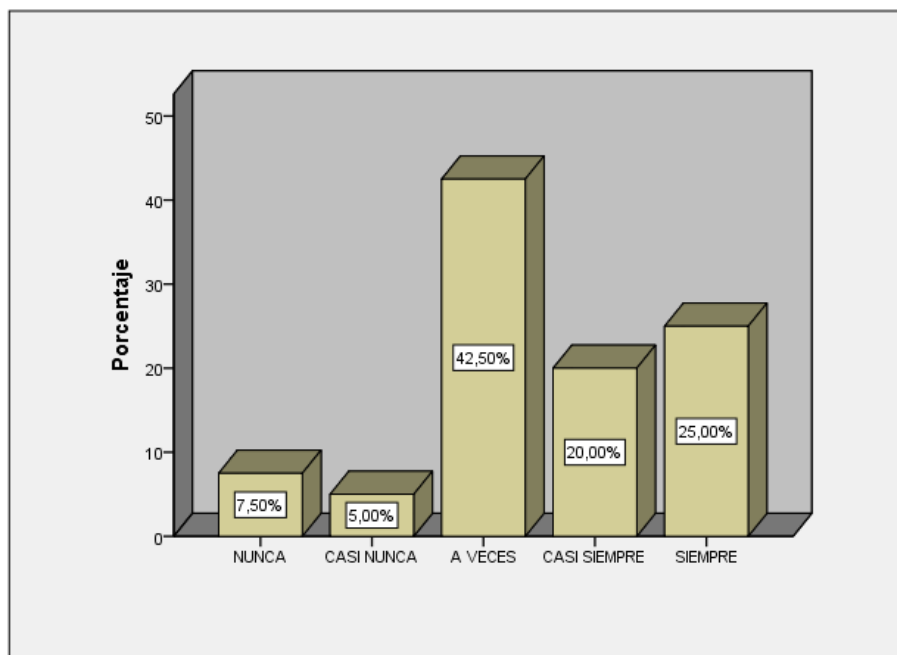


Interpretación: En los resultados mostrados en la tabla y gráfico N°17 un alto 30% no realiza de manera adecuada sus labores, con lo cual el empleo de tiempo requerido por cada orden se ve incrementado. Esto repercute de manera negativa en la imagen de la empresa ya que el tiempo que toma cada preparación de orden no es el mismo dependiendo de que colaborador lo realice, creando una mala imagen para los clientes.

**Tabla 18: Los productos frescos empleados en la elaboración de las órdenes son percibidos por los clientes.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	3	7,5	7,5
	CASI NUNCA	2	5,0	12,5
	A VECES	17	42,5	55,0
	CASI SIEMPRE	8	20,0	75,0
	SIEMPRE	10	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 18: Los productos frescos empleados en la elaboración de las órdenes son percibidos por los clientes.**

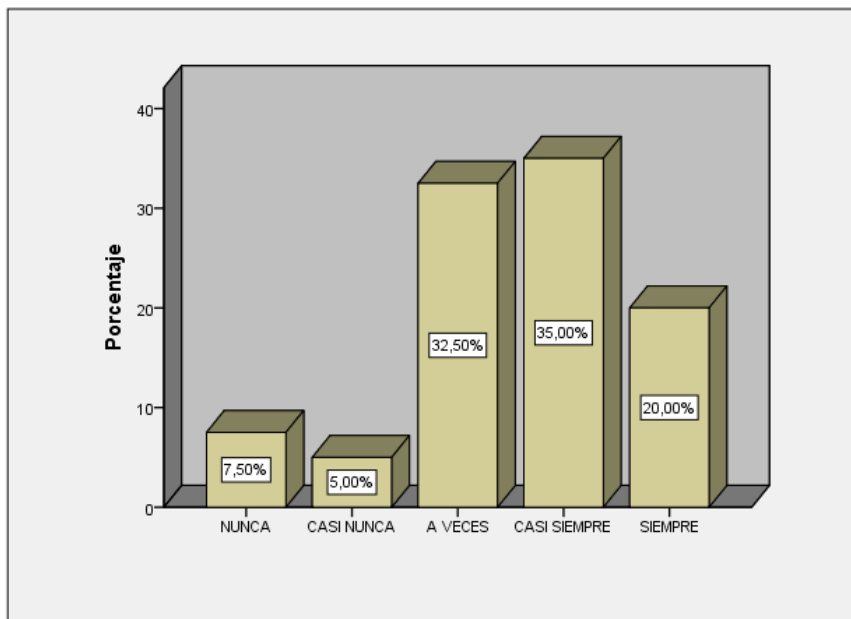


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°18 un 55% respondió que los clientes no se enteran que tan frescos están los productos que se está consumiendo. Esto manifiesta que no se está comunicando de manera efectiva el empleo de productos frescos en cada orden. Siendo esto importante para incentivar al cliente a que mejore la percepción de la marca.

**Tabla 19: Los productos saludables usados en la elaboración de las órdenes son apreciados por los clientes.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	3	7,5	7,5
	CASI NUNCA	2	5,0	12,5
	A VECES	13	32,5	45,0
	CASI SIEMPRE	14	35,0	80,0
	SIEMPRE	8	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 19: Los productos saludables usados en la elaboración de las órdenes son apreciados por los clientes.**

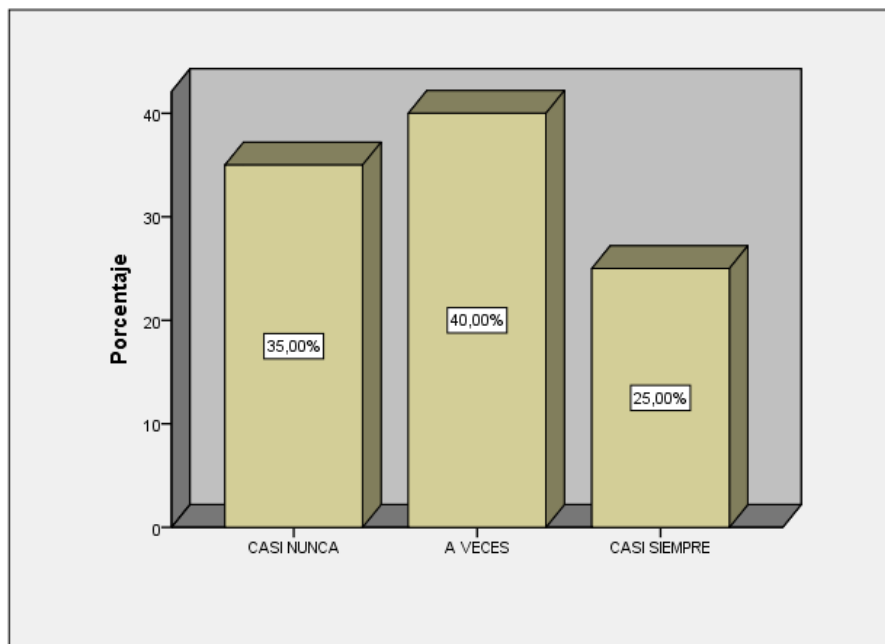


Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°19 se observa que el 45% indica que los clientes no distinguen que tan saludable son los productos que consumen, evidenciando un foco importante de clientes desinformados el cual puede ser aprovechado para generar mayores visitas a los locales ya que se está perdiendo la publicidad del boca a boca. Mejorando así la imagen la marca y su posicionamiento en el mercado

**Tabla 20: Los productos naturales incluidos en la elaboración de las órdenes son distinguidos por los clientes.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	14	35,0	35,0
	A VECES	16	40,0	75,0
	CASI SIEMPRE	10	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

**Figura 20: Los productos naturales incluidos en la elaboración de las órdenes son distinguidos por los clientes.**



Interpretación: En los resultados reflejados en la tabla y gráfico N°20 el 75% de los encuestados manifiesta que los clientes casi nunca saben si el producto que consumen es natural. Observando de esta manera que se está desaprovechando un factor importante el cual es que se emplean solo productos naturales como una de las características del producto, el cual de publicitarse de una manera más eficiente mejoraría a diferenciarlo de la competencia. Incrementado de esta manera su ventaja competitiva y fortalecimiento de la marca.

### 3.2. Validación de hipótesis

Para confirmar la hipótesis, se utilizó el coeficiente de relación de correlación de Spearman, puesto que este cálculo nos indicara la relación entre las variables de la presente investigación. Mondragón (2014) nos cuenta que, el cálculo de correlación de Spearman ( $r_s$ ) se determina mediante esta fórmula:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n D_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Siendo:

$n$  = la cantidad de sujetos que se clasifican

$x_i$  = el rango de sujetos  $i$  con respecto a una variable

$y_i$  = el rango de sujetos  $i$  con respecto a una segunda variable

$d_i = x_i - y_i$

Los rangos de Spearman deben variar entre -1.0 hasta +1.0, según Mondragón (2014), si los valores están cerca al +1.0, significa que existe una asociación fuerte entre las variables, es decir mientras el rango de una variable aumenta la otra también, y los valores cercanos a -1.0 nos indican que la asociación entre estas variables es negativa, es decir mientras el rango de una variable aumenta la otra disminuirá.

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta



### 3.2.1. Comparación de Hipótesis General

#### Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula ( $H_0$ ): Los costos de producción no se relaciona con la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Hipótesis Alterna ( $H_a$ ): Los costos de producción tiene relación con la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

#### Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Para calcular el grado de significancia, se sustrae 1 al nivel de confianza del 95%, y se tiene como producto el margen de error 0.05.

			COSTO S DE PRODUCCION	VENTAJA A COMPETITIVA
Rho de Spearman	COSTOS DE PRODUCCION	Coeficiente de correlación	1,000	,638**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		40	40
	VENTAJA COMPETITIVA	Coeficiente de correlación	,638**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		40	40	

#### Paso 3: comprobación y discusión

Siendo el valor de (Sig. = 0,000 < 0.05); se rechaza la hipótesis nula Es decir, existe relación directa; inclusive el resultado fue un valor (Rho= 0,638); lo cual indica una correlación directa considerable entre las dos variables y estadísticamente significativa; en resumen, se afirma: a mayor control en los Costos de producción

mayor es la Ventaja competitiva de la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

### 3.2.2. Comparación de Hipótesis Específica 1:

#### Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): Los costos de producción no se relacionan con el liderazgo en costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Hipótesis Alternativa (Ha): Los costos de producción tienen relación con el liderazgo en costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

#### Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Para calcular el grado de significancia, se sustrae 1 al nivel de confianza del 95%, y se tiene como producto el margen de error 0.05.

Correlaciones				COSTOS DE PRODUCCION	LIDERAZGO EN COSTES
Rho de Spearman	COSTOS DE PRODUCCION	Coefficiente de correlación	de	1,000	,619**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		40	40
Rho de Spearman	LIDERAZGO EN COSTES	Coefficiente de correlación	de	,619**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		40	40

#### Paso 3: comprobación y discusión

Siendo el valor de (Sig. = 0,000 < 0.05); se rechaza la hipótesis nula. Es decir, existe relación directa; inclusive el resultado fue un valor (Rho= 0,619); lo cual indica una correlación directa considerable entre las dos variables y estadísticamente significativa; en resumen, se afirma: a mayor control en los Costos de producción

mayor es el liderazgo en costes de la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018

### 3.2.3. Comparación de Hipótesis Específica 2:

#### Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): Los costos de producción no se relacionan con la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Hipótesis Alterna (Ha): Los costos de producción tienen relación con la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

#### Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Para calcular el grado de significancia, se sustrae 1 al nivel de confianza del 95%, y se tiene como producto el margen de error 0.05.

			COSTO S DE PRODUCCIO N	DIFERE NCIACION
Rho de Spearman	COSTOS DE PRODUCCION	Coefficiente de correlación	1,000	,549**
		Sig. (bilateral) N	,40	,40
	DIFERENCIACIO N	Coefficiente de correlación	,549**	1,000
		Sig. (bilateral) N	,40	,40

#### Paso 3: comprobación y discusión

Siendo el valor de (Sig. = 0,000 < 0.05); se rechaza la hipótesis nula Es decir, existe relación directa; inclusive el resultado fue un valor (Rho= 0,549); lo cual indica

una correlación directa considerable entre las dos variables y estadísticamente significativa; en resumen, se afirma: a mayor control en los Costos de producción mayor es la Diferenciación de Producto de la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018

### 3.2.4. Comparación de Hipótesis Específica 3:

#### Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): La ventaja competitiva no se relaciona con los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

Hipótesis Alterna (Ha): La ventaja competitiva tiene relación con los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

#### Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Para calcular el grado de significancia, se sustrae 1 al nivel de confianza del 95%, y se tiene como producto el margen de error 0.05.

Correlaciones				VENTAJA A COMPETITIVA	COSTOS INDIRECTOS
Rho de Spearman	VENTAJA COMPETITIVA	Coficiente de correlación	de	1,000	,613**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		40	40
	COSTOS INDIRECTOS	Coficiente de correlación	de	,613**	1,000
Sig. (bilateral)			,000	.	
		N		40	40

#### Paso 3: comprobación y discusión

Siendo el valor de (Sig. = 0,000 < 0.05); se rechaza la hipótesis nula Es decir, existe relación directa; inclusive el resultado fue un valor (Rho= 0,613); lo cual

indica una correlación directa considerable entre las dos variables y estadísticamente significativa; en resumen, se afirma: a mayor ventaja competitiva mejor es la gestión de los costos indirectos de la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

## CAPITULO IV

### DISCUSIÓN

#### 4. Discusión de resultados

1). En la hipótesis general, existe la relación entre los costos de producción y la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018. Al aplicarse la prueba de Rho Spearman se obtuvo como resultado 0,638. De los valores conseguidos se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Este resultado se apoya en la información de las tablas 1 al 10 para la primera variable de costos de producción y de la 11 al 20 para la segunda variable ventaja competitiva.

Los resultados obtenidos indican la forma en se gestiona los costos de producción no se están ejecutando dentro de una rango satisfactorio, lo cual afecta la ventaja competitiva que se puede llegar obtener al gestionar los costos de una manera más eficiente y eficaz. Para los encuestados, desarrollar sus actividades de manera uniforme debe de ser prioridad ya que solo así se podrá diferenciarse de la competencia.

Los resultados obtenidos en la presente investigación cumple relación con la opinión de Meza V. (2013) el cual concluye que hay que poner énfasis en la importancia que tiene la gestión estratégica de costos en la rentabilidad de la organización y las herramientas fundamentales que nos permitan medir el desempeño de las actividades de la empresa.

2) Para la hipótesis específica 1, existe relación entre los costos de producción con el liderazgo en costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018. Aplicando la prueba de Spearman arrojó como resultado 0,619, en base al resultado obtenido se muestra la relación entre ambas variables.

En las tablas 11 a la 14 se hace referencia a la importancia de mantener una buena relación con los proveedores, así como el uso de tecnología y la rotación de actividades de los trabajadores, todo ello para obtener el mejor beneficio económico.

Los resultados obtenidos en la presente investigación cumple relación con Chavez D. (2014) el cual concluye que para llegar correctamente al liderazgo en costes será necesario estar cerca de la fuente de materias primas, tener un gran

poder de negociación con clientes y proveedores, mantener los costes bajos en todas las actividades de la empresa, generar barreras a la imitación y todo esto puede lograrse creando productos innovadores o generando valor a los productos ya existentes.

La encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa arrojan como resultado un bajo aprovechamiento de la relación con los proveedores, así mismo el uso de tecnología no es el mejor perdiendo de esta manera una característica por diferenciación, el abastecimiento no llega a ser el adecuado; teniendo que recurrir a la compra en supermercados además de la rotación del personal no es regular y tampoco se supervisa sus actividades.

Manifestando un deficiente desempeño sobre el liderazgo en costes, que afecta directamente a los costos de producción.

3) Para la hipótesis específica 2, existe la relación entre los costos de producción y la diferenciación de producto en la empresa La gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018. Aplicando la prueba de Rho Spearman arrojó como resultado 0.549, en base al resultado obtenido se muestra la relación entre ambas variables.

En las tablas 15,16 y 17 se menciona sobre los elementos que pueden diferenciar a la empresa de sus competidores, como son el control de calidad, la variedad en la oferta de productos y el tiempo que se usa para cada orden despachada. Estos puntos son clave para un fortalecimiento de la marca lo cual llevaría a un posicionamiento permanente en el mercado.

Los resultados de la presente investigación guardan relación con: Castillo M., Lulichac L. (2016) los cuales concluyen que el diseñar unos costos por proceso permite efectuar un control eficiente de sus recursos, para los cuales aplicando la propuesta de implementación de un sistema de costos por proceso este mejora la gestión empresarial.



De esta manera la empresa podrá tener una mayor rentabilidad y ventaja competitiva sin disminuir la calidad del producto (...) estableciendo estrategias de posicionamiento en el mercado.

Las encuestas realizadas arrojaron como resultado que el personal no está realizando de una manera correcta la verificación del control de calidad, también se observa que la variación de oferta en la carta no es muy variada; y el tiempo empleado no es el ideal. Con ello se evidencia que no se aprovecha esta ventaja competitiva; la cual de aplicarse y controlarse mejoraría el rendimiento de las actividades y por ende el beneficio de la empresa.

4) Para la hipótesis específica 3, existe una relación entre la ventaja competitiva con los costos indirectos en la empresa La gran fruta en el distrito de Miraflores, 2018. Aplicando la prueba de Spearman arrojó como resultado 0,613, en base al resultado obtenido se muestra la relación entre ambas variables.

En las tablas 07 a la 10 se hace referencia a la importancia de controlar los costos indirectos que forman parte del proceso productivo.

Los trabajadores encuestados reflejaron que la forma en que se emplean los costos indirectos, no es la manera más óptima. Generando gastos incensarios a la empresa. Estos costos indirectos mejor utilizados favorecerán a la empresa ya que podrá bajar gasto que se ocasiona por una mala utilización de los recursos. Los resultados de la presente investigación guardan relación con la opinión de Benites D. (2011): el cual concluye que la implementación de un sistema de costeo nos permitió un control adecuado de los costos; valorizar todas las actividades que realiza la empresa de acuerdo al proceso que estas desarrollen, además concluye que un sistema de costeo contribuye a la creación de una ventaja competitiva que se consigue al implementar una reducción del costo por producto inferior a la del mercado, proporcionando así una ventaja competitiva. Esto nos dice que es evidente que una correcta ejecución sobre la gestión de los costos indirectos beneficia a la organización, la aplicación de una técnica de empleo de los costos indirectos se hace necesaria para diferenciarse de los competidores.

CAPITULO V  
CONCLUSIONES

## 5. Conclusiones

1. Se concluye que, existe relación entre los Costos de producción y la Ventaja competitiva, debido a que, al no realizar un correcto manejo de los costos de producción, dará como resultado que la ventaja competitiva obtenida sea deficiente. Lo cual perjudica a la empresa ya que solo una parte de los colaboradores cumple con el proceso correcto para la ejecución de sus funciones.

2. La investigación concluye que, existe relación entre los costos de producción y el liderazgo en costes, ya que un bajo aprovechamiento sobre la relación con los proveedores no genera precios más competitivos para la adquisición de los insumos, así mismo la tecnología implementada no está siendo empleada en su totalidad. El abastecimiento proporcionado es insuficiente y ocasiona gastos incensarios. Y por último la rotación del personal no es regular y tampoco se supervisa sus actividades, lo cual deja de manifiesto el desbalance en la forma de realizar sus labores.

3. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se concluye, existe relación entre los costos de producción y la diferenciación de producto, debido a que, las actividades no están siendo realizadas de manera uniforme, ni tampoco se efectúa un control de calidad oportuno; la variedad de la oferta no es renovada ofreciendo siempre el mismo producto y el tiempo que se emplea para la realización de los productos no es controlado. Existiendo diferencias muy marcadas según que colaborar realiza la actividades.

4. Se llega a la conclusión de que, existe relación entre la ventaja competitiva y los costos indirectos, debido a que, los costos indirectos están siendo empleados de una manera descontrolada lo que ocasiona un gasto incensario a la empresa, la información recogida da como resultado que no se realiza una correcta utilización de los servicios de luz, agua y gas. Además de ello los materiales utilizados para el cuidado del aseo en su mayoría son desperdiciados.

CAPITULO VI  
RECOMENDACIONES

## 6. Recomendaciones

1. Se recomienda controlar los costos de producción periódicamente, para ello se tendrá que elaborar un check list que servirá como guía para el manejo más adecuado de las actividades en general, así también se recomienda resaltar las bondades de los productos ofrecidos a la hora de atender al público. Lo cual ayudara a posicionarse de una manera más sólida en el mercado, fortaleciendo el valor comercial de la empresa.

2. Se recomienda una mejor gestión sobre la relación que existe con los proveedores, ya que estos son los que abastecen los insumos necesarios para elaboración de los productos. El uso de la tecnología se debe de mejorar y entrenar al personal para su manejo. Por último, se recomienda que la rotación de personal que se realiza internamente debe de ser supervisado y evaluado periódicamente para no generar diferencia sobre los procesos que competen sus labores

3. Se recomienda, ante estos diversos problemas ejecutar pruebas de control de calidad sobre la elaboración de los productos de forma permanente y oportuna así mismo ofrecer mayor variedad en la oferta y variar periódicamente; por último, el tiempo que emplea cada colaborador debe ser medido y controlado para así tener uniformidad en todas las tareas asignadas independientemente del área evaluadas.

4. Se recomienda designar a una persona como responsable dentro del proceso productivo, la cual observara y gestionara la manera en la que se deban de emplear correctamente todos los recursos de la tienda. Así mismo tendrá bajo su responsabilidad el verificar el correcto adiestramiento al momento de realizar la rotación de personal en las áreas de producción.

CAPITULO VII  
REFERENCIAS

## Referencias bibliográficas

- Acuña M., Corihuaman S. (2016). La cadena de valor y los efectos en los costos de operación del programa de certificación ocupacional gerencial zonal Sencico-Cusco 2015. Tesis de titulación Universidad Andina del Cusco. Obtenido de:  
<http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/577>
- Adbu Salame, Hernando (2013) La planeación y el desarrollo de productos. Bogota, Colombia.
- Alejandro Eugenio Lerma Kirchner(2004) Comercio y mercadotecnia internacional: Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial. 3era ed. Mexico City:Cengage Learning
- Azevedo B., T. S. (2009). Los métodos cuantitativos y cualitativos – unaperspectiva integradora (Vol. 2). Humaitá: Universidad Rovira i Virgil.
- Baena Gracia, Veronica (2010) Instrumentos de marketing. Decisiones sobre producto, precio, distribución, comunicación y marketing directo. Barcelona, España.
- Baena Graciá, Verónica (2011) Fundamentos de marketing : entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial. Barcelona, España.
- Behar R., D. (2008). Metodología de la investigación. Cavo Verde: Shalom.
- Bellido, P. (2009). Administración Financiera. Tomo I. Lima – Perú,EditorialIBESA.
- Bello Pérez, Carlos José (2013) Producción y operaciones aplicadas a las pyme. Bogotá, Colombia. Palacios Acero, Luis Carlos (2011). Estrategias de creación empresarial. 2da ed. Bogotá, Colombia.
- Benites D. (2011). Implementación de un sistema de costeo ABC para la creación de una ventaja competitiva en la empresa “F & F KIDS” Sac-Trujillo

periodo de Junio a Septiembre 2011. Tesis de titulación, Universidad Privada del Norte. Obtenido de:

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11342/Tesis%20-%20Estrella%20Aym%C3%A9%20Valdivieso%20Cruzado.pdf?sequence=1>

Bernal Torres, C. (2010). Metodología de la Investigación. (3ra.ed.). Colombia: Pearson Educación.

Carrillo S., Damian K. (2016). Diseño del sistema de costos basado en actividades para contribuir a una eficiente gestión estratégica en la empresa "North Ceramic" SAC, Chiclyo-Lambayeque 2012-2013. Tesis de titulación, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de:

[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/727/1/TL\\_CarrilloGalanSusy\\_DamianGutierrezKeren.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/727/1/TL_CarrilloGalanSusy_DamianGutierrezKeren.pdf)

Castillo M., Lulichac L. (2016). Implementación de un sistema de costeo por procesos en la empresa Topo Model Import SAC y su influencia en la rentabilidad creando una ventaja competitiva sin disminuir la calidad del producto- Mall Aventura Plaza en el año 2015-Trujillo. Tesis de titulación. Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de: [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2015/1/RE\\_CONT\\_MARRLITT.CASTILLO\\_LILIANA.LULICHAC\\_IMPLEMENTACION.SSTEMA.D E.COSTOS.POR.PROCESOS\\_DATOS\\_T046\\_70812273T.PDF](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2015/1/RE_CONT_MARRLITT.CASTILLO_LILIANA.LULICHAC_IMPLEMENTACION.SSTEMA.D E.COSTOS.POR.PROCESOS_DATOS_T046_70812273T.PDF)

Castro, M. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2ª.ed.). Caracas: Uypal.

Chamba, M. y Cuenca, J. (2010). Organización administrativa y propuesta de un sistema contable de costos por órdenes de producción en la mueblería "El éxito del hogar" en la ciudad de Loja, periodo Octubre-Diciembre del 2008. Tesis de titulación, Universidad Nacional de Loja. Obtenido de:



<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1527/1/tesis%20de%20costos.pdf>

Chavez D. (2014). La diferenciación y el liderazgo en costes: claves del éxito de IKEA, año 2014. Tesis de titulación, Universidad de Valladolid. Obtenido de:

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5450/1/TFG-N.10.pdf>

James A. Tompkins, John A. White, Yavuz A. Bozer, and J. M.A. Tanchoco (2006). Planeación de instalaciones. 3rd ed. México City: Cengage Learning

Laporta, Ricardo (2016) Costo y gestión empresarial. Bogota, Colombia.

Marroquín P., R. (2012). Metodología de la investigación. Lima: Universidad

Merino V. (2016). Sistema de costos y su efecto en la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte SAC del distrito de Santiago de Cao, Trujillo-año 2015. Tesis para optar por el título de contador público de la universidad Cesar Vallejo. Obtenido de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/361>

Meza V. (2013). La gestión estratégica de costos en la rentabilidad de las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima metropolitana, año 2012. Tesis de titulación, Universidad San Martín de Porres. Obtenido de:

[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/671/3/meza\\_vi.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/671/3/meza_vi.pdf)

Miranda J. (2016). Análisis de la ventaja competitiva en el sector textil peruano y los factores que influyen en ella. Tesis de titulación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de Lima. Obtenido de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621316?locale=es&language=es&locale-attribute=es>

- Norman Gaither and Greg Frazier (2000) Administración de producción y operaciones. 8th ed. Mexico City: Cengage Learning.
- Prieto, Jorge Eliecer (2014) Gerencia del servicio: La clave para ganar todos. 3era ed. 2014 Bogotá, Colombia.
- Rincon, Carlos Augusto; Villarreal Vasquez, Fernando (2010) Costos, decisiones empresariales. Bogota, Colombia.
- Rincón, Carlos Augusto; Villarreal Vásquez, Fernando (2010) Costos, decisiones empresariales. Bogotá, Colombia.
- Sánchez L. (2004). Estrategias competitivas en el mercado farmacéutico peruano caso de la empresa Alfa. Tesis de titulación, Universidad Católica del Perú Lima. Obtenido de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/73>
- Sinisterra Valencia, Gonzalo (2006) Contabilidad de costos. Cali, Colombia.
- Toro López, Francisco J. (2016) Costos ABC y presupuestos: herramientas para la productividad (2ª ed.). Bogotá, Colombia

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p><u>GENERAL</u></p> <p>¿De qué manera se relacionan los costos de producción y la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?</p>	<p><u>GENERAL</u></p> <p>Determinar la relación de los costos de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p><u>GENERAL</u></p> <p>Los costos de producción se relacionan con la ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p>COSTOS DE PRODUCCION</p>	Rotación de frutas	<p>1. TIPO DE ESTUDIO</p> <p>El tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional, porque se describirá cada una de las variables y correlacional porque se explicará la relación entre la variable 1 y variable 2.</p> <p>2. DISEÑO DE ESTUDIO</p> <p>El tipo de diseño a realizar es no experimental, porque no manipularemos las variables.</p> <p>POBLACIÓN</p> <p>3. TIPO DE MUESTRA</p> <p>Se utilizara el censo ya que todos los elementos de la población serán elegidos.</p> <p>4. TAMAÑO DE MUESTRA</p> <p>La unidad de análisis de estudio abarca a los trabajadores de la empresa.</p> <p>5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>Variable 1: COSTOS DE PRODUCCION</p> <p>Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta</p> <p>Instrumento: El instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia.</p> <p>Variable 2: VENTAJA COMPETITIVA</p> <p>Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta</p> <p>Instrumento: El instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia.</p>
				Rotación de verduras	
				Rotación de carnes	
				Desmedro	
				Remuneración	
				Bono por producción	
				Servicio de agua	
				Servicio de luz	
				Servicio de gas	
				Materiales de aseo	
<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>¿De qué manera se relacionan los costos de producción y el liderazgo de costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?</p>	<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>Determinar la relación de los costos de producción y el liderazgo de costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>Los costos de producción se relacionan con el liderazgo de costes en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p>COSTOS DE PRODUCCION</p>	Relación con los proveedores	
				Ajuste por capacidad	
				Uso de tecnología	
				Rotación por actividades	
				Control de calidad	
				Variedad de productos	
				Tiempo por orden	
				Productos frescos	
				Productos saludables	
				Productos naturales	
<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>¿De qué manera se relacionan los costos de producción y la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?</p>	<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>Determinar la relación de los costos de producción y la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>Los costos de producción se relacionan con la diferenciación de producto en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p>VENTAJA COMPETITIVA</p>	Relación con los proveedores	
				Ajuste por capacidad	
				Uso de tecnología	
				Rotación por actividades	
				Control de calidad	
				Variedad de productos	
				Tiempo por orden	
				Productos frescos	
				Productos saludables	
				Productos naturales	
<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>¿De qué manera se relacionan la ventaja competitiva y los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018?</p>	<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>Determinar la relación de la ventaja competitiva y los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p><u>ESPECIFICO</u></p> <p>La ventaja competitiva se relaciona con los costos indirectos en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.</p>	<p>VENTAJA COMPETITIVA</p>	Relación con los proveedores	
				Ajuste por capacidad	
				Uso de tecnología	
				Rotación por actividades	
				Control de calidad	
				Variedad de productos	
				Tiempo por orden	
				Productos frescos	
				Productos saludables	
				Productos naturales	

## Anexo 2: Cuestionario

La presente encuesta ha sido elaborada para la investigación de tesis sobre COSTOS DE PRODUCCION Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA LA GRAN FRUTA SAC, MIRAFLORES-2018

El documento es totalmente anónimo, desde ya el agradecimiento por sus respuestas.

Lea cada uno de las preguntas y seleccionar marcando con una "X" el número de escala cuantitativa que aparece en cada número:

1	2	3	4	5
NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

N°	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS						
	COSTOS DE PRODUCCION		ESCALA				
	INSUMOS		1	2	3	4	5
1	La rotación de frutas se realiza de acuerdo al estado de maduración en la que ésta se encuentre.						
2	La rotación de verduras se lleva a cabo verificando la frescura de las que se encuentren almacenadas.						
3	La rotación de carnes se efectúa observando el estado de preservación y fecha de vencimiento según el abastecimiento.						
4	Se ejerce un correcto control de desmedro, minimizando la pérdida de los insumos.						
	MANO DE OBRA		1	2	3	4	5
5	La remuneración es abonada dentro de la fecha establecida para no generar incordio en los trabajadores.						
6	El bono por producción otorgado incentiva para la correcta aplicación de las funciones de producción.						
	COSTOS INDIRECTOS		1	2	3	4	5
7	Se controla que el uso del servicio de agua sea el adecuado para cada elaboración de las órdenes en juguería.						
8	Se observa que el uso del servicio de luz este dentro de los tiempos que tarda la preparación de las órdenes de juguería y cocina.						
9	Se supervisa que el servicio de gas no presente fugas en las instalaciones de cocina.						
10	Los materiales de aseo son empleados de manera ordenada en función a las horas laboradas.						
	VENTAJA COMPETITIVA		ESCALA				
	LIDERAZGO EN COSTES		1	2	3	4	5
11	La buena relación con proveedores genera una disminución en el costo de los insumos.						
12	La elaboración de los productos se ajusta a la capacidad para la obtención de los insumos.						
13	La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo por orden en la producción.						
14	La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades por operario.						
	DIFERENCIACION		1	2	3	4	5
15	Se efectúa un control de calidad permanente en los insumos y los productos elaborados.						
16	Se elabora una renovación de la carta por temporada creando variedad de productos para el consumidor.						
17	El control en el uso del tiempo por orden disminuye la espera por cliente, mejorando la imagen de la empresa.						
	ENFOQUE		1	2	3	4	5
18	Los productos frescos empleados en la elaboración de las órdenes son percibidos por los clientes.						
19	Los productos saludables usados en la elaboración de las órdenes son apreciados por los clientes.						
20	Los productos naturales incluidos en la elaboración de las órdenes son distinguidos por los clientes.						

## Anexo 3: Vista de variables

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	N	Numérico	8	0	Numero de enc...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	P1	Numérico	8	0	La rotación de f...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P2	Numérico	8	0	La rotación de v...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P3	Numérico	8	0	La rotación de ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P4	Numérico	8	0	Se ejerce un co...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P5	Numérico	8	0	La remuneració...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P6	Numérico	8	0	El bono por pro...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P7	Numérico	8	0	Se controla que...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P8	Numérico	8	0	Se observa que...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P9	Numérico	8	0	Se supervisa q...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P10	Numérico	8	0	Los materiales ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P11	Numérico	8	0	La buena relaci...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P12	Numérico	8	0	La elaboración ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P13	Numérico	8	0	La implementa...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P14	Numérico	8	0	La rotación por ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P15	Numérico	8	0	Se efectúa un c...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P16	Numérico	8	0	Se elabora una ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P17	Numérico	8	0	El control en el ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P18	Numérico	8	0	Los productos f...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P19	Numérico	8	0	Los productos ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P20	Numérico	8	0	Los productos ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	COSTOS_D...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
23	VENTAJA_...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
24	Liderazgo_e...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	21	Derecha	Escala	Entrada
25	Diferenciacion	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	16	Derecha	Escala	Entrada
26	Enfoque	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
27	Insumos	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
28	Mano_de_o...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	14	Derecha	Escala	Entrada
29	Costos_indi...	Numérico	8	0		Ninguna	Ninguna	19	Derecha	Escala	Entrada

## Anexo 4: Estadística

## Estadísticos

	La rotación de frutas se realiza de acuerdo al estado de maduración en la que ésta se encuentre.	La rotación de verduras se lleva a cabo verificando la frescura de las que están almacenadas.	La rotación de carnes se efectúa observando el estado de preservación y fecha de vencimiento según el abastecimiento.	Se ejerce un correcto control de desmedro, minimizando la pérdida de los insumos.	La remuneración es abonada dentro de la fecha establecida para no generar incordio en los trabajadores.	
N	Válidos	40	40	40	40	
	Perdidos	0	0	0	0	
Media		4,08	4,25	3,75	2,13	2,15
Mediana		4,00	4,50	4,00	2,00	1,00
Moda		5	5	5	1	1

## Estadísticos

	El bono por producción otorgado incentiva para la correcta aplicación de las funciones de producción.	Se controla que el uso del servicio de agua sea el adecuado para cada elaboración de las órdenes en juguería.	Se observa que el uso del servicio de luz este dentro de los tiempos que tarda la preparación de las órdenes de juguería y cocina.	Se supervisa que el servicio de gas no presente fugas en las instalaciones de cocina.	Los materiales de aseo son empleados de manera ordenada en función a las horas laboradas.	
N	Válidos	40	40	40	40	
	Perdidos	0	0	0	0	
Media		3,60	3,75	3,75	4,20	2,73
Mediana		4,00	4,00	4,50	4,00	3,00
Moda		4	5	5	5	3

## Estadísticos

		La buena relación con proveedores genera una disminución en el costo de los insumos.	La elaboración de los productos se ajusta a la capacidad para la obtención de los insumos.	La implementación del uso de tecnología mejora el tiempo por orden en la producción.	La rotación por actividades del personal se realiza periódicamente y se ejecuta un control de actividades por operario.	Se efectúa un control de calidad permanente en los insumos y los productos elaborados.
N	Válidos	40	40	40	40	40
	Perdidos	0	0	0	0	0
	Media	2,90	3,23	2,70	3,55	2,13
	Mediana	3,00	3,50	3,00	3,00	2,00
	Moda	3 <sup>a</sup>	4	3	3	2

## Estadísticos

		Se elabora una renovación de la carta por temporada, creando variedad de productos para el consumidor.	El control en el uso del tiempo por orden disminuye la espera por cliente, mejorando la imagen de la empresa.	Los productos frescos empleados en la elaboración de las órdenes son percibidos por los clientes.	Los productos saludables usados en la elaboración de las órdenes son apreciados por los clientes.	Los productos naturales incluidos en la elaboración de las órdenes son distinguidos por los clientes.
N	Válidos	40	40	40	40	40
	Perdidos	0	0	0	0	0
	Media	3,20	4,00	3,50	3,55	2,90
	Mediana	3,50	4,00	3,00	4,00	3,00
	Moda	4	5	3	4	3



**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señor(a): Dr. AMBROSIO TEODORO, ESTEVES PAIRAZAMAN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de décimo ciclo de la escuela de Contabilidad de la UCV, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el Título Profesional de Contador Público.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: COSTO DE PRODUCCION Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA LA GRAN FRUTA EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2018., y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

---

Firma

Huamán Huamán, Joseph Gerardo

D.N.I: 41973726



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): por suficiencia

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. DR. AMBROSIO TEODORO ESTEVES PAIRAZAMAN

DNI: 12846910

Especialidad del validador: Dr. ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

19 de 10 del 2018

Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Mg CPC NANCY MARGOT, ESQUIVES CHUNGA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de décimo ciclo de la escuela de Contabilidad de la UCV, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el Título Profesional de Contador Público.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: COSTO DE PRODUCCION Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA LA GRAN FRUTA EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2018., y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

---

Firma

Huamán Huamán, Joseph Gerardo

D.N.I: 41973726



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:     Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. CPC NANCY MARGOT, ESQUIVES CHUNGA

DNI: 0 8510968

Especialidad del validador: Mg. Economista - Contador Público Colegiado Certificado

19 de 10 del 2010

-----  
Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Mg. NATIVIDAD CARMEN, ORIHUELA RIOS

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de décimo ciclo de la escuela de Contabilidad de la UCV, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el Título Profesional de Contador Público.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: COSTO DE PRODUCCION Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA LA GRAN FRUTA EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2018., y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

---

Firma

Huamán Huamán, Joseph Gerardo

D.N.I: 41973726



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficienciaOpinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. NATIVIDAD CARMEN, ORIHUELA RIOS

DNI: 07902319Especialidad del validador: Contador Público; Mg. MBA19 de 10 del 2018  
Firma del Experto Informante.<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, DIAZ DIAZ DONATO, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor(a) de la tesis titulada

"Costos de producción y ventaja competitiva en la empresa La Gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018"

Del estudiante HUAMAN HUAMAN JOSEPH GERARDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 16 de Mayo del 2019



Firma

DONATO DIAZ DIAZ

DNI: 08467350

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Costo de producción y ventaja competitiva en la empresa La gran Fruta en el distrito de Miraflores, 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR

PÚBLICO

AUTOR

HUAMÁN HUAMÁN, Joseph Gerardo

ASISOR

MGE. DÍAZ DÍAZ, Dorado

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Finanzas

LIMA - PERÚ

2018 - II

Resumen de coincidencias

29 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Conocimientos

- 1 Entregado a Universida... 15 %  
Trabajo del estudiante
- 2 repositorio.ucv.edu.pe 7 %  
Fuente de Internet
- 3 documents.mx 1 %  
Fuente de Internet
- 4 www.repositorioacade... <1 %  
Fuente de Internet
- 5 uvadoc.uva.es <1 %  
Fuente de Internet
- 6 Entregado a Universida... <1 %  
Trabajo del estudiante
- 7 cybertesis.unmm.edu... <1 %  
Fuente de Internet
- 8 Entregado a Universida... <1 %  
Trabajo del estudiante
- 9 www.monografias.com <1 %  
Fuente de Internet





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

..... *Juan Carlos Acuña Peralta* .....  
 D.N.I. : *41973726* .....  
 Domicilio : *D. Salva 780 Breña* .....  
 Teléfono : Fijo : *6201790* Móvil *975023782* .....  
 E-mail : *JCA.192000@hotmail.com* .....

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : *Ciencias Administrativas* .....  
 Escuela : *Contabilidad* .....  
 Carrera : *Contabilidad* .....  
 Título : *Contable Público* .....

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....  
 Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

..... *Juan Carlos Acuña Peralta* .....  
 .....  
 .....

Título de la tesis:

*Control producción y rentabilidad competitiva en la empresa  
 La Gran Fruta en el distrito de Trujillo, 2018* .....

Año de publicación : *2018* .....

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : *Juan Carlos Acuña Peralta* .....

Fecha : *13/08/2019* .....



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA LA ENCARGADA DE INVESTIGACIÓN DE

LA ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Joseph Berenato Huamán Huamán

INFORME TITULADO:

COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA  
LA GRAN FRUTA EN EL DISTRITO DE MIERESFLORES, 2018<sup>4</sup>

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Contador Público

SUSTENTADO EN FECHA: 11/12/2018

NOTA O MENCION: 16



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACION