

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



**COSTOS POR PROCESOS PARA DETERMINAR LOS COSTOS DE
PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CAFÉ
ORGÁNICO DEL FUNDO SELVA ANDINA HUARANGO –
CAJAMARCA, 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

HELIN ELIZABETH GARCIA PINTADO

ASESOR

CESAR AUGUSTO TORRES GALVEZ

<https://orcid.org/0000-0003-1452-940X>

Chiclayo, 2023

**COSTOS POR PROCESOS PARA DETERMINAR LOS COSTOS DE
PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL CAFÉ
ORGÁNICO DEL FUNDO SELVA ANDINA HUARANGO –
CAJAMARCA, 2021**

PRESENTADA POR
HELIN ELIZABETH GARCIA PINTADO

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Maribel Carranza Torres
PRESIDENTE

Garces Angulo Jorge Alberto
SECRETARIO

Cesar Augusto Torres Galvez
VOCAL

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de investigación en primer lugar a Dios por ser mi fortaleza y guía en mí caminar, por darme salud, vida, bendiciones y cuidar de mí y de toda mi familia.

A mis padres Prudencio y Amelia por ser mi razón y motivación de seguir adelante y cumplir con mis objetivos y metas y no rendirme, y también a mi hermano Hosler.

Agradecimiento

A Dios por ser mi fortaleza y guía en todo mi caminar y cuidarme en cada paso que doy.

A mis padres por su apoyo incondicional, por sus ánimos de seguir y no rendirme en toda mi trayectoria universitaria. En especial a mi madre que siempre estuvo allí apoyándome incondicionalmente en todo momento y dándome ánimos para seguir a pesar de las dificultades.

A mi asesor Mg. César Augusto Torres Gálvez por su orientación, ayuda, en mi trabajo de investigación, por su apoyo y conocimiento que me permitieron conocer mucho en aulas y durante la realización del presente trabajo de investigación.

A la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque en sus aulas, recibimos el conocimiento intelectual de nuestras carreras y cada uno de los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Escuela Profesional de Contabilidad por brindarnos conocimientos, experiencias y consejos en la trayectoria universitaria.

29%

INDICE DE SIMILITUD

28%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
3	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	3%
4	pirhua.udep.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	2%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen	10
Abstract	11
I. Introducción	12
II. Marco teórico	14
2.1. Antecedentes:.....	14
2.2. Marco teórico.....	18
2.2.1. Costos	18
2.2.2. Rentabilidad	19
2.2.3. Comercialización.....	20
III. Metodología	23
3.1. Tipo y nivel de investigación:	23
3.2. Diseño de investigación:.....	23
3.3. Población, muestra y muestreo:.....	23
3.4. Criterios de selección:	23
3.5. Operacionalización de variables	24
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	25
3.7. Procedimientos:	25
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos:.....	25
3.9. Matriz de consistencia:	27
3.10. Consideraciones éticas:.....	29
IV. Resultados	30
4.1.1. Descripción de la empresa y la organización del fundo Selva Andina.	30
4.1.2. Descripción del proceso productivo y de comercialización identificando los costos y gastos de producción.	31
4.1.3. Determinación de los costos y gastos de producción, comercialización y rentabilidad de la producción de café orgánico.....	38
4.1.4. Elaboración de políticas y procedimientos para el diseño de los costos por procesos de producción y comercialización en el año 2021.	41
V. Discusión.....	43
VI. Conclusiones	45
VII. Recomendaciones.....	47
VIII.Referencias	48
IX. Anexos.....	51

Lista de tablas

Tabla 1	Operacionalización de variables	24
Tabla 2	Matriz de consistencia.....	27
Tabla 3	Costos por procesos de producción de café orgánico.	39
Tabla 4	Costo por quintal de la producción de café orgánico.....	40
Tabla 5	Rentabilidad de la producción de café orgánico.	41

Lista de figuras

Figura 1.	Esquema de los procesos de producción de café orgánico.....	32
Figura 2.	Flujograma de los procesos de producción de café orgánico.	42

Lista de anexos

Anexo N° 01: Instrumento de recolección de datos.....	51
Anexo N° 02: Matriz de consistencia.....	55

Resumen

El Perú es uno de los países líderes mundialmente en la producción de café orgánico, el mismo que es cultivado principalmente por pequeños caficultores, que día a día se esfuerzan para producir un producto de calidad de acuerdo a los estándares de certificación que exige el mercado. El caficultor no conoce sus costos de producción y por ende su rentabilidad real; básicamente por su cultura el cálculo de su producción y margen lo realiza a grandes rasgos lo cual no le permite conocer correctamente cuáles son sus costos y por ende cuál es su ganancia. Cultivar café orgánico no es una tarea simple, se tiene que tener muchos cuidados con la plantación y los insumos que se van a utilizar y todo eso conlleva costos y/o gastos.

El objetivo principal de la presente investigación fue diseñar un sistema de costos por procesos para determinar el costo de producción, comercialización y la rentabilidad del café orgánico del fundo selva andina en el caserío Burgos, Huarango - Cajamarca, 2021.

Asimismo tuvo un enfoque mixto, con un tipo de investigación descriptiva no experimental, la técnica aplicada para el muestreo es no probabilística y para la recolección de datos se aplicó la técnica de la entrevista y ficha de observación.

Finalmente, al realizar el sistema de costos por procesos se determinó que el caficultor no cuenta con un buen margen de ganancia durante los cinco años de producción a excepción del segundo y tercer año, porque la planta está en su máximo nivel de producción; es por ello que se recomienda implementar un área administrativa - contable para implementar el sistema de costeo por procesos y le permita determinar sus costos de producción, comercialización y rentabilidad por cosecha.

Palabras clave: Café orgánico, caficultor, comercialización, costos, producción y rentabilidad.

Abstract

Peru is one of the world's leading countries in the production of organic coffee, the same that is cultivated mainly by small farmers, who strive every day to produce a quality product according to the certification standards required by the market. The coffee grower does not know his production costs and therefore his real profitability; basically, due to its culture, the calculation of its production and margin is carried out in broad strokes, which does not allow it to know correctly what its costs are and therefore what its profit is. Growing organic coffee is not a simple task, you have to be very careful with the plantation and the supplies that are going to be used and all of this entails costs and/or expenses.

The main objective of this research was to design a process cost system to determine the cost of production, marketing and profitability of organic coffee from the Andean jungle farm in Burgos, Huarango - Cajamarca, 2021.

It also had a mixed approach, with a type of non-experimental descriptive research, the technique applied for sampling is non-probabilistic and for data collection the technique of interview and observation sheet was applied.

Finally, when carrying out the process cost system, it was determined that the coffee grower does not have a good profit margin during the five years of production, except for the second and third year, because the plant is at its maximum production level; That is why it is recommended to implement an administrative - accounting area to implement the process costing system and allow you to determine your production costs, marketing and profitability per harvest.

Keywords: Organic coffee, coffee grower, commercialization, costs, production and profitability.

I. Introducción

La Junta Nacional del café (JNC) indicó que muchos caficultores están dejando de producir café y se están dedicando a otros cultivos, debido a que los costos son elevados y los precios de venta son bajos. El cultivo del café como señaló Tomás Córdova, presidente de la JNC, no solo se trata de sembrar un árbol, sino también implica de sumar valor al terreno y darle mantenimiento constante hasta la primera cosecha y los gastos concurren lo financian los ahorros familiares.

La presente investigación se realizó porque se ha observado la falta de un sistema de costos del caficultor del fundo Selva Andina. Por otro lado, la falta de conocimiento, debido a que el caficultor no cuenta con estudios universitarios, que les permita tener el conocimiento adecuado de lo que es un sistema de costos de producción y lo que implica su implementación.

En el caserío Burgos la población se dedica a la producción de café y no cuentan con registros de costos que les permita conocer su rentabilidad. Por otro lado en el cultivo se ven perjudicados por enfermedades que afectan a la producción, si a esto le sumamos los gastos de cuidado de la plantación, los fertilizantes, abonos, personal, etc., puede que incluso tenga pérdidas; esto sin contar que el mercado consumidor exige más calidad. A raíz de lo expuesto anteriormente, se determinó el siguiente problema: ¿Los procesos de la producción son eficientes para determinar correctamente el costo de producción y comercialización y como inciden en la rentabilidad del café orgánico del fundo Selva Andina del Caserío Burgos, Distrito de Huarango-Cajamarca, 2021?

Según Hoyos (2017), el costo de producción es el valor del sacrificio realizado para adquirir bienes y servicios. En otras palabras, el costo es la inversión realizada y que se espera recuperar a través de la venta. La rentabilidad según Gutiérrez & Tapia, (2016), es una medida de eficiencia, permite conocer el retorno de la inversión al realizar una serie de actividades, se relaciona con las ventas de la empresa, los activos y fondos aportados por el propietario y genera liquidez futura. Por otro lado El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018) nos menciona que la comercialización es una serie de funciones que van desde los productos que salen de las instalaciones del fabricante hasta llegar a los consumidores a través de un mercado específico.

Según Castilblanco (2018), en su investigación indicó que la Finca La Gran Sultana, no cuenta con una estructura de costos además de eso no tiene un eficiente control de todos sus costos y/o gastos desembolsados, el cual es esencial para conocer con exactitud los gastos de cada uno de los elementos del costo. Por otro lado Quispe Estela, (2018). Concluyó que la empresa Sol & Café Ltda, no cuenta con una definida estructura de costos, que les permita

establecer un precio de venta correcto para la importación y comercialización de su producto, los precios se establecen realizando sumas de todos los egresos que genera cada importación sin tener en cuenta la clasificación de costo o gasto, además se le adiciona un importe fijo que se menciona como ganancia.

Se tuvo como objetivo general: El diseño de un sistema de costos por procesos para determinar el costo de producción, comercialización y la rentabilidad del café orgánico del fundo selva andina en el caserío Burgos, Huarango, Cajamarca. Por lo cual se hizo una descripción general de la situación actual del fundo Selva Andina, describiéndose las actividades de cada proceso productivo, identificando los costos y gastos para determinar los costos de la producción, comercialización y rentabilidad del café orgánico.

El proceso productivo y de comercialización el caficultor lo conoce a la perfección, pero no lo tiene estructurado por procesos, ni tampoco cuenta con la identificación de los elementos del costo. El caficultor determina sus costos de producción sin considerar los elementos del costo, ya que considera únicamente la mano de obra de el proceso de cultivo y de la cosecha, llegando así a tener una buena rentabilidad.

Al realizar el sistema del costo por procesos, se pudo observar que no todos los años el caficultor obtienen rentabilidad; que el primer, cuarto y quinto año obtiene pérdidas, mientras que en el segundo y tercer año obtiene mas ingresos porque la cosecha es la más productiva, donde la planta está en su 100% de rendimiento. El precio de venta no es algo fijo porque año a año varía de acuerdo al precio de mercado ofertado.

La investigación comprende seis capítulos en los cuales el primer capítulo comprende la introducción, el segundo capítulo se presenta los antecedentes y las bases teóricas científicas de las variables estudiadas, el tercer capítulo de desarrollan los resultados de la investigación y la discusión, el cuarto capítulo presenta las conclusiones a las cuales se llegó con la investigación, en el quinto capítulo están las recomendaciones y en el sexto y último capítulo se describen las referencias bibliográficas que sirvieron de ayuda a la presente investigación.

I. Marco teórico

1.1. Antecedentes:

En las diversas investigaciones revisadas se encuentran diferentes hallazgos, para la presente investigación se tuvo en cuenta las siguientes referencias bibliográficas teniendo en cuenta la línea investigada y a fin de otorgarle el rigor científico a la investigación, entre ellas tenemos las siguientes:

Castilblanco (2018) en su trabajo de investigación su objetivo principal fue aplicar un sistema de acumulación de costos agropecuarios en el proceso de producción de café robusta en la finca La Gran Sultana durante el primer semestre del año 2017, para la cual aplicó la metodología de tipo Explicativo-Descriptivo-Analítico con diseño cualitativo, la muestra fue constituida por el área de contabilidad. Emplearon como instrumentos y técnicas la entrevista y la observación. Llegando a la conclusión que existe un control ineficaz en los elementos del costo presentes en el proceso productivo y de la producción final, además que no cuenta con un sistema o modelo de costos que le permita conocer sus utilidades y su rentabilidad.

Irigoyen y Rivas (2015) en su trabajo de investigación señalaron como principal objetivo analizar la importancia del establecimiento de un Sistema de Acumulación de Costos en la finca Agropecuaria La Cascada que se dedica a la producción de Café y en el periodo comprendido entre abril 2014 – Marzo 2015, para la cual aplicaron una metodología de tipo investigativa-descriptiva, teniendo como muestra la finca agropecuaria la cascada. Concluyendo que en el manejo de los costos incurridos en la producción existen debilidades en el manejo, además mezclan los gastos de producción, administrativos y de venta el cual nos les permite conocer el costo unitario del producto. El implementar un sistema de costos le permitió tener a la finca agropecuaria un eficiente control, orden y manejo de sus operaciones, además de conocer el costo de producción y mejorar sus procesos productivos, optimizando sus bienes y recursos, enfocándose en alcanzar sus objetivos. Además de eso se podrá obtener información confiable y clasificada como tal y así tener una base sólida para una competente toma de decisiones.

Cruz, Osorio y Hernández (2018) en su investigación determinaron como principal objetivo analizar los costos de producción del café orgánico y convencional, en el Estado de Veracruz en el sistema de comercialización de comercio justo; utilizando un tipo de metodología descriptiva con un diseño mixto cuantitativo-cualitativo, teniendo como muestra a los productores de café con el sistema de producción convencional y orgánico bajo el sistema de comercialización fairtrade. Los instrumentos y las técnicas fueron información bibliográfica,

censos y encuestas. Llegando a la conclusión de que para el productor de café convencional es más económico debido a la calidad del producto y los costos que involucra. Sin embargo, al llevarlo a la venta encontramos en el mercado un precio menor el cual le limita al productor. Por otro lado el café orgánico tiene un costo de producción mayor al convencional, obteniendo en el mercado un mayor precio e ingreso por kilo. Esto es debido a que tiene un buen rendimiento de tasa y cuenta con certificaciones y el cumplimiento de normas de medio ambiente y calidad de la distribución del café orgánico. Las ventajas de producir Café Orgánico sobre el café Convencional, está relacionado con el uso de abonos orgánicos en la producción, mejorando su precio que en consecuencia la calidad de vida del caficultor. Mientras que en el café convencional se usa químicos que le bajan el rendimiento y la calidad para la tasación.

Trigozo (2017) en su análisis tuvo como objetivo, determinar el costo de producción de café y establecer la incidencia en la rentabilidad de la Empresa Industrial Oro Verde S.A.C. Periodo 2014, aplicó un tipo de metodología aplicada con un nivel de investigación descriptiva de diseño no experimental, la muestra y población estuvo conformada por diez trabajadores de la Empresa Industrial Oro Verde S.A.C, localizada en el Distrito de Lamas – Provincia de Lamas – Departamento de San Martín: Jefe de área y contador de la empresa. Los instrumentos y técnicas fueron fichaje, encuestas, análisis documental y la observación. En su conclusión al momento de determinar el costo de producción de café de la empresa, este tiene un efecto positivo en la rentabilidad, esto se debe a que la empresa al inicio de sus operaciones había fijado su costo promedio para obtener un margen de utilidad, además en el área de producción se encontró que el control de costos no fue efectivo porque se usaron mal los formatos de control de los elementos del costos para determinar el costo real del producto. Además, no existe un plan en el manejo de materias primas, accesorios e insumos, lo que genera pérdida de tiempo y desperdicio, que se convierte en costos adicionales. Para el cálculo del costo unitario se tiene en cuenta cada elemento del costo del producto hecho de café y calculando el promedio de las unidades producidas, pero por otro lado, los costos indirectos de producción de Café no están identificados y distribuidos eficazmente pues no se emplea un registro anual o un registro mensual de control de costos, y tampoco se utiliza el método de prorrateo apropiado. El análisis de ganancias que se realiza en la empresa, con indicadores apropiados, se ha determinado que es una ganancia relacionada con los costos de producción; Pero al determinar el porcentaje de las ganancias relacionado con los costos de producción, es bajo porque no existe un control de estructura apropiado que le permita analizar los costos de producción, causando costos y pérdidas irreales, además de basarse en los pedidos subjetivos del propietario.

Vásquez (2019) en su trabajo de investigación tuvo como principal objetivo, realizar un análisis de costos y plantear un diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de los pequeños caficultores en el caserío de Vista Alegre, distrito de Chontalí – Cajamarca, 2017, aplicó un tipo de metodología aplicada con un enfoque cualitativo y cuantitativo y de diseño no experimental y transversal; la muestra estuvo conformada por todos los caficultores del caserío Vista Alegre, Distrito de Chontalí. Los instrumentos y las técnicas fueron encuestas, ficha de observación y material bibliográfico. En su conclusión, al realizar un estudio detallado de los costos a los productores les permitió detectar que incluyen solo una fracción de los costos incurridos en sus cálculos; además no incluyen la inversión de inicial de la plantación y otros costos adicionales de mantenimiento que se presentaban en los procesos de producción hasta la primera cosecha u otros gastos desembolsados por alguna enfermedad en la plantación. Por otro lado, los caficultores se ven afectados con los costos de producción altos y los bajos ingresos de la venta de su producto, esto se debe a que existen los acopiadores, intermediarios, comercializadores y exportadores disminuyendo el margen de ganancias que un caficultor puede adquirir. En la comercialización existen diferentes medios en el mercado que perjudican al caficultor, debido a que alteran los precios de venta y otros beneficios que brindan las entidades del exterior y del estado, Por otro lado la ganancias obtenidas no cubre los gastos y costos de pre y post cosecha.

Zapata (2020) en su investigación tuvo como objetivo Analizar y determinar los costos de producción y la rentabilidad de los cafés especiales con certificación orgánica y los cafés especiales sin certificación, en la provincia de Jaén, Cajamarca, Perú, para el año 2018, empleó el tipo de metodología cualitativo-cuantitativa no experimental a nivel descriptivo; para la población y la muestra tuvo en cuenta el tamaño de la muestra (24 productores cafetaleros) y consideró un 50% para cada grupo de análisis (CECO y CESC), es decir 12 productores cafetaleros que producen cafés especiales con certificación orgánica (grupo de análisis CECO) y 12 productores cafetaleros que producen cafés especiales sin certificación (grupo de análisis CESC). Los instrumentos y las técnicas fueron entrevistas y análisis documental. Llegando a la conclusión que, en relación a los costos totales de producción de quintales por hectárea del Café Especial con Certificación Orgánica, es el que tiene costos mayores de producción en comparación con el Café Especial Sin Certificación, encontrando una diferencia de S/ 2,730.25 lo que representa un 36% más de costo (Café Especial con Certificación Orgánica menos Café Especial Sin Certificación). Al analizar los costos de producción por proceso productivo de ambos grupos, se observó que ambas producciones incurren en costos mayores de producción en el proceso de cultivo, mantenimiento y cosecha, representando el 71% para el grupo de

análisis Café Especial con Certificación Orgánica y el 70% para el grupo de análisis Café Especial Sin Certificación. Por otro lado los costos de mano de obra directa en el proceso de cosecha y mantenimiento de nutrición sólida de la planta de café son los más significativos en los costos de producción para ambos grupos de análisis, siendo que para el grupo de análisis, representando un 47.7% para la producción de Café Especial con Certificación Orgánica, y para la producción de Café Especial sin Certificación representan un 46.4%. La mayor diferencia encontrada es en el proceso de mantenimiento de la producción al momento de nutrir la planta de café, en términos monetarios la diferencia es de S/ 1,171.26, que representa el 43% mayor para el Café Especial con Certificación Orgánica comparado con el Café Especial sin Certificación, Considerando que esta diferencia se debe que en la producción de café con certificación se usa fertilizantes orgánicos que no dañen la plantación y tierra perjudicando el rendimiento del café.

Saldaña (2019) teniendo como objetivo principal en su estudio determinar si los costos de producción incide en la rentabilidad del cultivo de café en la Asociación de Productores Agropecuarios La Cordillera de Colasay, Jaén, campaña 2018, aplicó un tipo de metodología documental y descriptiva con un diseño de investigación no experimental y transversal; la muestra estuvo conformada por los 10 socios de la ASPACOC. Concluyendo que en sus costos de producción de café la empresa, tiene un defectuoso manejo, porque no tiene un registro de sus costos que le permita conocer los costos reales de la producción. Los instrumentos y las técnicas fueron la encuesta para los costos de producción y el análisis documental para la rentabilidad. Al analizar los datos recolectados, se encontró que la mano de obra se encuentra el mayor costo de la producción que representa el 68.01%, siguiéndole con un 16.15% los costos de materiales e insumos y por último con una representación del 15.84% los costos indirectos de fabricación. En términos monetarios los gastos de la depreciación de maquinaria, equipos e infraestructura de post cosecha los costos ascienden a S/. 7,548.00, en un cultivo de 16.75 hectáreas y los ingresos obtenidos en la campaña del 2018 es de S/. 106,532.43. Realizando un cálculo promedio de producción por hectárea de 23.70 quintales, siendo su costo de producción de S/. 6,360.14 y la depreciación de S/. 450.63. Al realizar un análisis al estados de pérdidas y ganancias, la rentabilidad fue de 55.04%, el margen operativo de 34.54%, el margen bruto de la utilidad de 23.52% y el margen neto fue de 19.99%.

Quispe (2018) en su trabajo de investigación tuvo como principal objetivo proponer una estructura de costos para determinar el precio de venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café, Jaén 2018; aplicando una metodología descriptiva y con un diseño de investigación no experimental; teniendo como muestra a la Gerente y el Contador de la

Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018. Los instrumentos y las técnicas que empleó fueron entrevista y el análisis documental, llegando al resultado que en la empresa no cuenta con una definida estructura de costos, que les permita establecer un precio de venta correcto para la importación y comercialización del su producto, los precios se establecen realizando sumas de todos los egresos que genera cada importación sin tener en cuenta la clasificación de costo o gasto, además se le adiciona un importe fijo que se menciona como ganancia. Por otro lado el contador que tienen es externo por lo cual no se realiza un análisis exhaustivo de los costos, el cual le permita separar los costos de los gastos para una mejor toma de decisiones que le permitan tener mayores ingresos.

1.2. Marco teórico

2.2.1. Costos

2.2.1.1. Definición

Hoyos (2017) indica que es el valor de los sacrificios para obtener bienes y servicios. Este sacrificio en consecuencia, es motivado por la esperanza de una futura ganancia económica. Se puede decir que el costo es la inversión realizada que se espera recuperar a través de la venta. En términos económicos, el costo representa todas las inversiones necesarias para producir y vender un producto o servicio.

2.2.1.2. Sistemas de costos

a. Costos por procesos productivos

Velastequi (2012) afirma que los sistemas de costos por procesos, enfatizan la acumulación de costos de producción durante un período de tiempo específico de acuerdo con los centros de costos del departamento, los procesos o circulación de productos.” (p. 24).

Este sistema es adecuado para empresas industriales con producción continua, ininterrumpida o por series, que elaboran productos homogéneos o similares de forma amplia y constante, mediante etapas o diferentes procesos productivos (textil, plástico, azúcar, aceite, vidrio, minería, etc.).

b. Costos conjuntos

En muchas industrias, existe un proceso de producción que puede producir múltiples productos al mismo tiempo; los productos resultantes se denominan coproductos que también se pueden dividir en productos principales y subproductos. Los costos conjuntos son inseparables; no se pueden identificar específicamente con ningún producto al mismo tiempo. (Naranjo et al., 2009, p.358).

c. Producto principal

Según García (2016) el producto principal se origina cuando en el proceso principal de producción conjunta da como resultado un producto que tiene un mayor valor total de ventas en comparación con los otros productos del proceso. (p. C-1).

d. Subproducto

Son productos que se producen al mismo tiempo que las mercancías de mayor valor total (el precio de producción), se denominan productos principales, existen básicamente dos formas de tratar los subproductos.

García (2016), cuando se producen dos o más productos en un proceso o producto de producción conjunta, tienen un valor de venta más alto que otros productos en el proceso.

2.2.1.3.Elementos de costos

Jiménez (2010) divide a los elementos de costos de la siguiente manera:

a. Materia prima

Los componentes se transforman e incluyen al producto terminado. Desde esta perspectiva, se consideran materias primas todos los componentes físicos que intervienen en la producción de determinados productos. El costo laboral representa la cantidad o precio pagado por la contratación de recursos humanos. Remuneración o remuneración para las personas que trabajan en una determinada orden de producción. (p. 38).

b. Mano de obra

“El trabajo todos se refiere a los salarios, beneficios sociales, contribuciones y otros conceptos de trabajo pagados a personas involucradas directa o indirectamente en la producción de bienes o servicios”. (p. 60).

c. Costos indirectos de fabricación

“El costo indirecto de fabricación (CIF) es el tercer elemento de costo, en este concepto se agrupan los recursos que se utilizan para fabricar bienes o brindar servicios pero que no pueden clasificarse como materiales directos o mano de obra directa”. (p. 79).

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1.Definición

Gutiérrez y Tapia (2016), expresa que la rentabilidad es una medida de rendimiento, permite conocer el retorno de la inversión al realizar determinadas actividades, está asociada a las ventas de la empresa, activos y fondos aportados por los propietarios, y configura la liquidez futura.

Se hace referencia a la rentabilidad como una medida del desempeño de la generación de capital de autoconsumo en un determinado período de tiempo, es una comparación entre los ingresos supuestos generados y los medios utilizados para obtenerlos. A través de esta comparación, se puede obtener la rentabilidad, expresada por un coeficiente, llamado razón financiera. El origen de la rentabilidad está relacionado con la aparición de ratios financieros. Gutiérrez y Tapia (2016) como se citó a Zamora (2008).

2.2.2.2. Tipos de rentabilidad

Sánchez (2002) como se citó en de La Hoz Suárez et al. (2008). Afirma que tenemos los siguientes tipos de rentabilidad:

a. Rentabilidad económica

Para Gutiérrez y Tapia (2016) la rentabilidad económica, también conocida como rendimiento de los activos, es uno de los indicadores más eficaces y ampliamente reconocidos para medir la rentabilidad empresarial. Como su nombre lo indica, expresa la relación entre el resultado obtenido y el capital invertido para producir ese resultado.

El rendimiento económico o el rendimiento de la inversión se refieren a una medida del rendimiento de los activos de una empresa durante un período de tiempo, independientemente de la situación financiera de esa empresa. Por lo tanto de acuerdo al punto de vista más común, la rentabilidad económica es vista como una medida de la capacidad de una empresa para crear valor, independientemente de cómo esté financiada. La rentabilidad se puede comparar entre empresas, aunque dependan de diferentes ratios financieros y así tengan estructura diferente. Esto muestra que los pagos de intereses tienen un efecto sobre la cantidad de ingresos. (p. 96)

2.2.2.3. Indicadores de rentabilidad

Gutiérrez y Tapia (2016), menciona algunos indicadores de rentabilidad:

a. Costo de venta

El costo de ventas es el valor de los recursos transferidos a cambio de bienes o servicios, que se genera sumando el costo de compra más los gastos asociados a la compra. (p. 18).

b. Rentabilidad sobre ventas

La rentabilidad sobre ventas (ROS), es el margen de beneficio del año generado por las ventas, que es el resultado entre el margen de beneficio bruto y el margen de ventas. (p. 18).

2.2.3. Comercialización

Según Días (2013) nos menciona que la comercialización engloba lo siguiente:

2.2.3.1. Definición

La comercialización es la planificación y el control de los productos y servicios para promover el desarrollo adecuado y garantizar que los productos estén en su lugar a tiempo, en cantidades y precios según sea necesario, a fin de garantizar ventas rentables.

Por otro lado el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018) indica que la comercialización es una serie de funciones que van desde los productos que salen de las instalaciones del fabricante hasta llegar a los consumidores a través de un mercado específico. Es un mecanismo para coordinar transferencias e intercambios realizados por los diferentes agentes relacionados con la cadena de producción. (pg. 5)

2.2.3.2. Factores de comercialización

a. Oferta

La oferta se expresa por las conductas de los fabricantes y / o distribuidores de que están dispuestos a vender los mismos productos a diferentes precios dentro de un período de tiempo determinado para obtener el mayor margen de beneficio posible. (Wonnaoctt, 2007, p.59).

Keat y Yong (2004) afirma que: “La oferta de bienes o servicios se define como la cantidad de un bien o servicio que las personas están dispuestas a vender a diferentes precios en un período de tiempo definido, manteniendo inalterados otros factores además de los precios”. (p.83)

b. Demanda

La demanda muestra la cantidad de un bien o servicio que los compradores desean y pueden comprar a diferentes precios de mercado. La curva de demanda no solo refleja lo que la gente quiere, sino también lo que puede pagar. (Wonnacott, 2007, p. 73).

La demanda de bienes o servicios se define como la cantidad de un bien o servicio que las personas están dispuestas a comprar a precios diferentes en un determinado período de tiempo porque otros factores distintos de los precios permanecen. (Keat y Yong, 2004, p. 79)

2.2.3.3. Tipos de comercialización

a. Consumo interno o microcomercialización

El consumo interno es el movimiento de bienes y/o servicios de productores/consumidores o mercados/consumidores. Esta distribución puede realizarse directa o indirectamente para que los clientes puedan comprarlos, es decir, con el fin de vender productos o prestar servicios a los usuarios finales. La microcomercialización es la realización de actividades que intentan alcanzar los objetivos de la empresa mediante la predicción de las

necesidades del cliente y la dirección del flujo de bienes o servicios que satisfacen estas necesidades de los productos hacia los clientes. (Rovayo, 2008, p.2).

b. Consumo externo o macrocomercialización

Para Uribe (2008) se puede decir que las exportaciones son bienes o servicios que se transportan a otras partes del mundo con fines comerciales. El transporte se puede realizar por diferentes modos de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. Incluso puede ser la exportación de servicios que no involucra transporte físico. En otras palabras, puede parecer fácil vender en el exterior, pero cada día todo empresario que produce, gestiona, administra y vende sus productos a los mejores precios tiene sólo productos para el mercado extranjero. (p.11)

2.2.3.4. Canales de comercialización

Días (2013) menciona que los canales de distribución son los esquemas mediante los cuales los productores ponen los bienes o servicios a disposición de los consumidores para su compra. El aislamiento geográfico entre compradores y vendedores y la imposibilidad de colocar fábricas frente a los consumidores hacen el despliegue de bienes y servicios desde el lugar de producción hasta el lugar de uso o consumo. (p. 26)

a. Mayorista

Un mayorista es una especie de intermediario que se dedica a vender productos o servicios a gran escala y distribuirlos como materia prima a nivel minorista y otras industrias. Los términos distribuidor y comisionista se utilizan a menudo como sinónimos del concepto de mayorista. (Kotler y Keller, 2007, p.409)

b. Minorista

Un minorista es un intermediario que se caracteriza por vender productos o servicios a consumidores o usuarios finales al por menor o en unidades, por lo que, lógicamente, un minorista es la persona y consumidor más capaz de recopilar, analizar y transmitir información de gran relevancia sobre gustos, necesidades y hábitos. Los minoristas compran a mayoristas o fabricantes (o incluso a otros minoristas) y venden directamente al público. (Sainz, 2007, p. 39).

II. Metodología

2.1. Tipo y nivel de investigación:

La presente investigación es de enfoque mixto. El tipo de estudio es descriptiva y aplicada, es descriptiva porque se realizó un análisis de los costos incurridos en el proceso productivo y comercialización y es aplicada, ya que está orientada a diseñar un sistema de costos por procesos de la producción de café orgánico.

2.2. Diseño de investigación:

El tipo de estudio es descriptiva no experimental, ya que está orientada a diseñar un sistema de costos por procesos de la producción de café orgánico y es descriptivo porque se realizó un análisis de los costos incurridos en el proceso productivo y comercialización.

2.3. Población, muestra y muestreo:

- Población: La población es el fundo Selva Andina del caserío Burgos, distrito de Huarango – Cajamarca.
- Muestra: La muestra es probabilística e intencional, debido a que solo se eligió el fundo de producción de café orgánico Selva Andina, caserío Burgos, distrito de Huarango – Cajamarca.
- Muestreo: El muestreo es no probabilístico

2.4. Criterios de selección:

La población seleccionada a estudiar, se realizó primero localizando el lugar interés de estudio, el cual se identificó las variables de a estudiar ya sea dependientes, independientes e intervinientes que me permitieron brindar información esencial para la propuesta, clasificación y determinación de los costos de producción y comercialización.

2.5. Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Costos	El costo es el valor del efectivo o equivalentes de efectivo, sacrificado en productos y servicios que se espera que brinden a la organización beneficios presentes o futuros. Se incurre en costos para obtener beneficios futuros. (Hansen y Mowen, 2007)	Sistemas de los costos	Costos por procesos	Análisis documental Entrevista Ficha de observación
			Costos Conjuntos	
			Producto principal	
			Subproducto	
		Elementos de costos	Material directo	
			Mano de obra directa	
Costos indirectos de fabricación				
Rentabilidad	La rentabilidad es una de las metas que toda empresa se plantea para conocer el retorno de la inversión, mediante la realización de una serie de actividades a lo largo de un periodo de tiempo. También se puede definir como el resultado de decisiones tomadas por la dirección de la empresa. (De La Hoz, Ferrer, y De La Hoz, 2008)	Tipos de rentabilidad	Rentabilidad económica	
		Indicadores de rentabilidad	Costo de ventas	
			Rentabilidad sobre ventas	
			Factores de comercialización	
Comercialización	Conjunto de funciones que surge desde el momento en que el producto sale del establecimiento del fabricante hasta que llega al consumidor a través del mercado particular. (IICA, 2018)	Tipos de comercialización	Demanda	
			Consumo interno o micro comercialización	
		Canales de comercialización	Consumo externo o macro comercialización	
			Mayorista	
			Minorista	

2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para recolectar los datos se realizó una entrevista al dueño del fundo Selva Andina, además de ello también se utilizaron otros instrumentos como ficha de observación y material bibliográfico.

La entrevista. Se realizó un conjunto de preguntas previamente diseñadas dirigidas al caficultor y dueño del fundo Selva Andina, con el fin de conocer los procesos, materiales, maquinarias y herramientas que se emplean en el proceso de producción que afecten al costo de producción y comercialización del café orgánico. Además de obtener su nivel de ingresos promedio que se obtienen al vender su producto año tras año.

La **Ficha de observación**, es un tipo de instrumentos que se utilizó para separar los diferentes procesos productivos y clasificar los elementos de los costos del producto y así determinar los costos totales de producción y comercialización del café orgánico.

Con respecto al **material bibliográfico**, se utilizó la consulta a una serie de documentos, textos, libros, tesis e investigaciones pasadas, con el fin de obtener mayor información para poder identificar y clasificar con mayor eficiencia los costos incurridos en la producción y comercialización y a partir de ello implementar de una estrategia que permita incrementar su rentabilidad y disminuir sus costos.

2.7. Procedimientos:

Una vez recolectados los datos a través de la entrevista al caficultor y dueño del fundo Selva Andina del caserío Burgos, se procedió a visualizar cada proceso de producción y comercialización del café el cual permitió identificar los costos incurridos y diseñar el sistema de costos por procesos. Por otro lado, se empleó también referencias bibliográficas ayudándonos a adquirir esencial información para la investigación.

2.8. Plan de procesamiento y análisis de datos:

En la presente investigación se procesó la información recopilada empleando lo siguiente:

- La entrevista, permitió obtener información acerca de la problemática existente y también acerca de los procesos de la producción y comercialización con los costos incurridos, desembolsados por el caficultor, además de los ingresos que obtenga el vender su producto.
- En la ficha de observación describimos cada proceso productivo con sus elementos de costo identificados y determinaremos los costos de la producción y comercialización del café orgánico.

- El material bibliográfico, nos ayudó a describir definiciones de nuestras variables para tener en claro lo que implica cada palabra. También me ayudará a identificar los elementos del costo que debo tener en cuenta para aplicar el sistema de costo por procesos de la producción y comercialización del café orgánico y a calcular la rentabilidad obtenida después de realizada la venta.

2.9. Matriz de consistencia:

Tabla 2

Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	OBJETIVOS	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
Costos por procesos para determinar los costos de producción, comercialización y rentabilidad del café orgánico del fundo Selva Andina Huarango – Cajamarca, 2021	¿Los procesos de producción son eficientes para determinar correctamente los costos de la producción y comercialización y como inciden en la rentabilidad del café orgánico del fundo Selva Andina Huarango – Cajamarca, 2021?	<p>¿Por qué? En el fundo Selva Andina no cuenta con un sistema de costos que le permita al caficultor medir la rentabilidad obtenida año a año de su producción de café orgánico. Por otro lado, la falta de conocimiento del caficultor de lo que implica un sistema de costos. Por ello es necesario realizar un sistema de costos, medir su rentabilidad y desde allí poder realizar un</p>	<p><u>Sistema de costos</u> - Costos por procesos - Costos conjuntos - Producto principal - Subproductos</p> <p><u>Elementos de costos</u> - Material directo - Mano de obra directa - Costos indirectos de fabricación</p> <p><u>Tipos de rentabilidad</u> - Rentabilidad económica - Indicadores de rentabilidad - Costo de ventas</p>	<p><u>Objetivo general</u> - Diseñar un sistema de costos por procesos para determinar el costo de producción, comercialización y la rentabilidad del café orgánico del fundo selva andina en el caserío Burgos, Huarango - Cajamarca, 2021.</p> <p><u>Objetivos específicos</u> - Describir la empresa y la organización del fundo Selva Andina. - Describir el proceso</p>	<p>Dependiente: Costos</p> <p>Independiente: Rentabilidad</p> <p>Interviniente: Comercialización</p> <p>Población Fundo Selva Andina del caserío Burgos, distrito de Huarango – Cajamarca.</p> <p>Muestra Fundo Selva Andina del caserío Burgos, distrito de</p>	<p>Tipo de investigación Descriptiva, Aplicada.</p> <p>Diseño de investigación No experimental de carácter transversal</p> <p>Técnica de investigación Observación Entrevista</p>

TÍTULO	PROBLEMA	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	OBJETIVOS	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
		<p>análisis de los resultados, para que el caficultor tenga conocimiento de su realidad y así pueda aplicar nuevas estrategias y planes para mejorar la calidad de producción y por ende su rentabilidad.</p>	<p>- Rentabilidad sobre ventas <u>Factores de comercialización</u> -Oferta - Demanda <u>Tipos de comercialización</u> - Consumo interno -Consumo externo <u>Canales de comercialización</u> - Mayorista - Minorista</p>	<p>productivo y de comercialización identificando los costos y gastos de producción. - Determinar los costos y gastos de producción, comercialización y rentabilidad de la producción de café orgánico. - Elaborar políticas y procedimientos para el diseño de los costos por procesos de producción, comercialización en el año 2021.</p>	<p>Huarango – Cajamarca.</p>	<p>Instrumento de investigación Análisis documental Entrevista Ficha de observación</p>

2.10. Consideraciones éticas:

En la presente investigación como instrumento de recolección de datos se aplicará una entrevista en donde no se especificar la identidad del caficultor del fundo Selva Andina y sólo se solicitaremos información relacionada con el objetivo de la investigación y se tomará fotos para las evidencias.

III. Resultados

4.1.1. Descripción de la empresa y la organización del fundo Selva Andina.

El fundo Selva Andina se encuentra ubicado en el caserío Burgos, Distrito de Huarango, San Ignacio-Cajamarca. Es un pueblo pequeño que en su mayoría la población se dedica a la producción de café, siendo el producto principal de comercialización y algunos pobladores se dedican a la ganadería.

El fundo Selva Andina se dedica a la producción de café y también a la ganadería siendo su principal fuente de ingresos la venta de café. El dueño del fundo es una familia, en el cual el patriarca tiene 53 años de edad y no cuenta con formación profesional solo cuenta con secundaria completa.

Tiene treinta años dedicándose a la producción de café y 20 años a la producción orgánica de café, contando con una ampliación de 5 hectáreas de plantación de café y que actualmente se están ampliando a tener más producción.

En su plantación de café orgánico tiene variedades como el catimoro, caturra, catuai, pache, parainema y marsellesa. Dándole un rendimiento de calidad de 70 a 78 y una taza de calidad de sabor de 78 a 83 variado por campaña.

En la actual debido a cambios climáticos y la destrucción de más bosques el aumento de la contaminación ha generado diversas enfermedades con las que tienen que batallar campaña tras campaña, entre ellas tenemos: el ojo de pollo, broca, hongo pie negro y la roya amarilla que afectó mucho a los caficultores en su producción desde el año 2012 a la actualidad.

El caficultor del Fundo Selva Andina está afiliado como socio a la cooperativa CENFROCAFÉ el cual compra su producción, siendo un exportador de gran escala de cafés especiales. Como socio tiene que apegarse a las normativas de la cooperativa porque son de acuerdo a las exigencias del mercado extranjero y no solo eso sino que también recibe beneficios por parte de ella para mejorar la producción y calidad, así como también bonificación cada fin de año de acuerdo a la cantidad de café aportado a la cooperativa.

Como productor orgánico no usa químicos en la plantación solo utiliza abonos naturales autorizados por un especialista, lo que es el guano de isla y para el control de la plaga beauveria asiática.

Como caficultor cuenta con inspección técnica que le brinda la cooperativa porque tiene que estar de acuerdo a las cinco certificaciones (sellos) de cumplimiento de la producción que tienen. Los sellos son los siguientes: National Organic Program –NOP/USDA; Reglamento

Europeo (EC) N° 834/07 y 889/08; Japanese Agriculture Standard “JAS”; ley N° 29196, Ley de Producción Orgánica - Perú y FAIRTRADE - Comercio Justo.

Toda producción y comercialización lo supervisa el dueño del fundo desde la cosecha hasta la venta. En los inicios al tener ya el terreno de propiedad del dueño del fundo, adquiere la semilla de la cooperativa a bajo costo. Después de la siembra se cuida la plantación hasta la primera cosecha que tiene una duración de 2 años, en ese trayecto el dueño con su familia se encargan del mantenimiento.

En la temporada de cosecha el dueño se encarga de buscar gente del mismo pueblo para que le ayuden con la cosecha y en otras ocasiones consigue jornaleros de otros lugares que están de manera estable durante la temporada de cosecha y él se encarga de la supervisión y pago. Con respecto al pilado, lavado y secado del café se encarga el dueño junto a su familia.

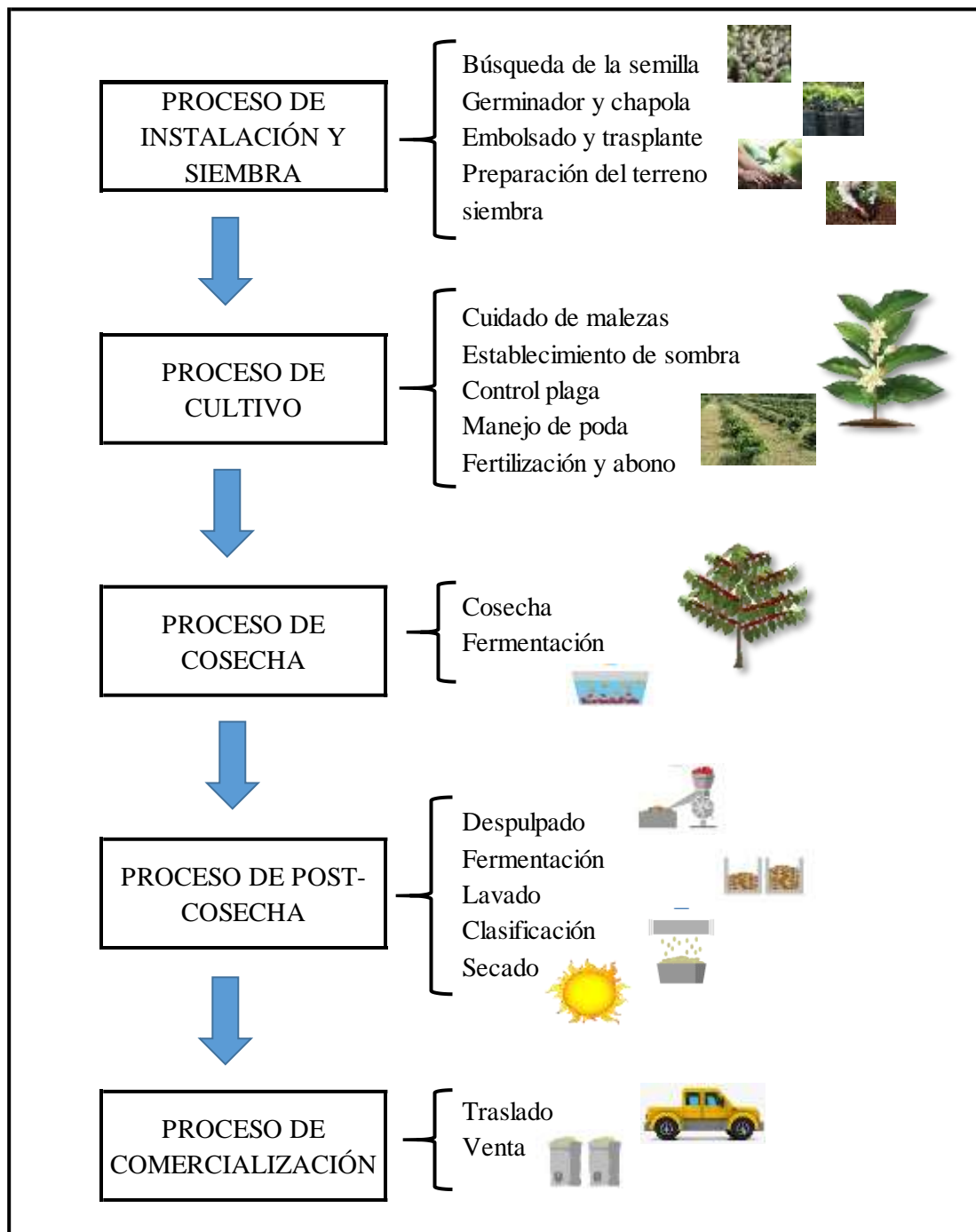
4.1.2. Descripción del proceso productivo y de comercialización identificando los costos y gastos de producción.

En la producción de café orgánico encontramos diferentes procesos de producción como: preparación de la chapola y vivero, preparación del terreno y siembra, mantenimiento y cuidado de la plantación, cosecha, post cosecha y comercialización. Todas estas fases son muy importantes y se deben realizar con responsabilidad y sumo cuidado, basándose en los estándares de calidad que exige la cooperativa y así tener una producción óptima, orgánica y de calidad. Dentro del proceso productivo del café orgánico tenemos los siguientes procesos:

1. Instalación y siembra
2. Cultivo
3. Cosecha
4. Post-cosecha
5. Comercialización

Figura 1.

Esquema de los procesos de producción de café orgánico



Nota: La figura muestra los procesos de producción de café orgánico y las actividades que se desarrollan. Elaborado por la información proporcionada por el dueño del fundo.

4.1.2.1. Proceso de instalación y siembra

A. Búsqueda de la semilla

Para obtener una buena semilla primero tienes que ingresar a tu parcela o finca y buscar las mejores plantas del terreno de menos fertilización como los filos y lomas, allí se encuentran plantas con más follaje, con más granos, otras con pocas hojas, poca producción y tristes, de todas las plantas se buscan las más bonitas y con buena producción porque eso indica que son las más resistente y de una buena genética. Una vez elegidas las plantas se cosecha unos 200 granos de cada planta hasta una cantidad de una lata de granos para un área de terreno de un hectárea, además de eso tienen que ser los mejores cerezos de entremedio de los brazos, que tengan los dos granos completos excluyendo o eliminando lo que tienen triple grano a un solo grano y para comprobar que sea buena semilla se debe llevar un balde con agua y agregar los cerezos allí y si se rebalsan más de la mitad se descarta la semilla de esa planta y si no se rebalsan mucho es seleccionada como semilla.

B. Germinador y chapola

Una vez elegida la semilla esta se despulpa con la mano para no malograr los granos para la germinación, después se lava y se seca bajo sombra para que se mantengan los granos frescos y después en el terreno se busca una parte que la tierra este suave para preparar el germinador. El germinador consiste en un cuadro hecho con madera o tablas en el cual se siembra la semilla en tierra suave con riego permanente, su tamaño depende del área sembrada, y si no hay tierra suave se trata de buscar otros materiales como el compost de café que es del tamaño de café (la pulpa se seca y pudre) y se mezcla con la tierra para después regar allí la semilla del café de manera boca bajado el grano en fila para que cuando brote la raíz todos tengan espacio para penetrar. La mezcla o búsqueda de tierra suave es con la finalidad de que la raíz no se arranque al momento de trasplantarlo.

Una vez sembrada la chapola se espera un aproximado de 40 días para que esta germine y para que no crezca maleza se lo mantiene tapado con cualquier objeto encima para que se mantenga el grano germinando sin ninguna hierba que lo perjudique. Una vez llegado los 40 días lo destapas para que el grano tenga opción a desarrollarse y se hace un techo a una altura de medio metro y al mes le alteas un poco más para protegerlo de la calentura del sol.

Una vez que nace la semilla se espera hasta que esta esté en cabeza de fósforo para poder trasplantarlo a las bolsas porque allí es cuando la planta no siente o se marchita, pero si te gana el tiempo lo puedes trasplantar cuando está en orejita de cuy que se va a marchitar pero muy poco. En ambos casos son las maneras prácticas para trasplantarlas o ponerlas a la bolsa. Si crecen más hojas ya se convierte en una chapola inservible.

C. Embolsado y trasplante

Mientras se espera que crezca la semilla ya plantada se busca una tierra mejorada de las partes donde hay bastante pudrición de plantas de la misma naturaleza o también puedes mezclarlo con el mismo compost y si la tierra no es muy buena se le agrega abono lo que es el fosfato para a veces carece de ese elemento químico. En el embolsado se usan bolsas de polietileno color negro, perforadas a los lados y al fondo y se ubican de manera ordenada en un lugar llamado cama el cual permite que se ubique de 4 a 6 bolsas al ancho y unas 20 de largo por bloque, separadas por calles de pie y medio aproximadamente.

Con materiales de la finca (madera, palos, alambre, hojas de plátano, hojas de shipa) se debe construir un techo a una altura de 2 metros, para protegerlo del sol.

Cuando la planta ya está en cabecita de fosforo u orejitas de cuy, se trasplanta a la bolsa planta por planta y para realizar el sembrado se necesita un repicador o con el dedo se realiza hoyos en el centro de la bolsa para después colocar la semilla en la bolsa evitando que la raíz no esté doblada y si es muy larga la raíz esta se corta con una tijera o con las uñas ya que es suave y no requiere mucho esfuerzo.

Una vez ya trasplantado se espera su crecimiento contando hasta que tenga 3 hojas hasta que este crusiando (a partir de 4 hojas a más) y a partir de allí ya puedes empezar a sembrar, mientras más pequeña la hoja mucho mejor más grande ya no es recomendable.

D. Preparación del terreno

El terreno no tiene que ser muy falda, tiene que ser un terreno laderoso (ni tan plan ni tan caída, asesgado). Cuando el bosque es virgen primero haces tú socala el cual consiste en tumbar y cortar plantación y arbustos pequeños, se recomienda que sea en los meses de junio o julio, se espera unos días para que se seque la socala para luego realizar la tumba del monte alto. Una vez tumbado el bosque lo picas bien para poder quemar y se espera un aproximado de un mes para realizar la quema si hace sol. La quema se realiza porque es una zona alta y hay demasiada hoja o palicera y no se puede cruzar. Una vez quemado el terreno se empieza a huequear y se hace de acuerdo a la variedad de café que quiere sembrar, si son plantas borbones (panta grande) la distancia es de 2x2 m², si es planta pequeña el hueco es de 1 ½ m².

E. Siembra

Una vez realizado el huequeo, se realiza la siembra rompiendo la bolsa de polietileno sin malograr la tierra con la planta colocándola conforme a estado creciendo la planta y continúe creciendo. Una vez sembrado la chacra se tiene que cuidar para que no tenga malezas y le perjudiquen y si se tiene un buen cuidado en 2 años ya tienes producción a pura fuerza de tierra y se usa abonos químicos al año ya está floreando.

4.1.2.2. Proceso de crecimiento y cultivo

A. Cuidado de malezas

Se realiza cuando el terreno presenta malezas o malas hierbas que impiden el crecimiento de la planta de café y le quita nutrientes, por lo cual se recomienda hacerlo cada 2 meses de manera periódica, pero si no se avanza un promedio de 3 meses al año con finalidad de que la plantación no se perjudique en su crecimiento. Con el avance de la tecnología para este proceso se utilizan chaliadoras el cual es permite hacerlo de manera más rápida ahorrando tiempo y costos.

B. Establecimiento de sombra

La sombra de la plantación depende de la zona en que estás ubicado, si estás ubicado a 1,500 metros sobre el nivel del mar, es zona altura, parte fría donde el café no necesita sombra pero hay personas que viven bajo 1,000 metros del nivel del mar y ellos si tiene que usar la sombra de manera obligada. En el fundo Selva Andina la sombra es limitada de un cálculo de 20 metros cuadrados dentro de la finca.

C. Control plaga

Una vez que la finca ya está en producción se tiene que estar vigilando toda el área si alguna plaga tropical de la zona lo está atacando como el ojo de pollo, arañero, hongo pie negro, roya y broca. Al identificar una de estas plagas se tiene que usar medicina. Si se trata de la broca se usa la Beuberia Asiática, para el ojo de pollo (hongo moderado con menos concentración) se le quita la sombra y la poda eso ayuda a controlarlo, para el arañero se tiene que cortar la planta y quemarla, para el pie negro no hay solución, se usan remedos caseros pero no ayudan a controlarlo entonces esas partes se quedan sin plantación y el caficultor lo aprovecha sembrando otras plantas como plátanos, cañas, etc., y para la roya la manera de controlarlo es sembrando plantaciones resistentes a esta enfermedad como el catuay, marsellesa, catimoro y parainema.

D. Manejo de poda

La poda e maneja a partir de las primeras cosechas, los brazos de la planta que están debajo y que se quedan sin hojas, están secas o lastimadas se les van cortando dejando las demás y esta recupera y normaliza la cosecha, mejora la calidad del grano y facilitar su recolección. Este proceso es necesario porque intervine en su crecimiento para así recuperar su capacidad de producción, a partir de nuevas ramas y nudos hasta los 5 años de producción de allí se hace una renovación de finca cortando la planta vieja y sembrando nueva planta.

E. Fertilización y abonado

En este proceso recurrimos a la nutrición y cuidado de las plantas, cuyo fin es mantener la fertilidad del suelo y aportar todos los nutrientes necesarios para el correcto crecimiento de las plantas.

Esta práctica promueve un crecimiento óptimo y maximiza el potencial de la caficultura y sin degradar del medio ambiente, se puede trabajar utilizando fertilizantes orgánicos como el abono guano de isla y el compost.

4.1.2.3. Proceso de cosecha

A. Cosecha

No hay máquinas para la cosecha, se maneja con gente obrera de manera estable de marzo a julio. Este proceso se realiza de forma manual y selectiva, recogiendo sólo los granos de café cereza (maduros), cuidando que la planta y otros frutos no se dañen, este proceso se puede hacer varias veces al año, dependiendo de los cambios del clima presentados, el cual permite la floración y madurez de los granos de café. Los trabajadores llevan un recipiente llamado media lata o capacho, en el cual recolectan los frutos maduros de café y luego almacenarlos en sacos para luego ser llevados al área de despulpado.

B. Selección y remojo

Una vez cosechado se llena en un tanque tina (hecho con ladrillo y cemento y utilizado para el proceso de rebalsado y lavado) para realizar el proceso de rebalsado, permitiendo seleccionar los granos de café bueno del malo (granos que se han secado, picado y que perjudican la calidad del café) y se deja en remojo al café bueno en un promedio de 6 horas (permite que el grano este más suave) para después despulparlo.

4.1.2.4. Proceso de post-cosecha

A. Despulpado

Después de haber realizado el proceso de cosecha el café pasa a esta área, la cual consiste en la separación de la cáscara y el grano del café, utilizando máquinas como la despulpadora a motor (que permite que el despulpado sea más rápido), guardando después en sacos tipo malla que le permitan escurrir la miel del café y permitan la fermentación.

B. Fermentación

En la fermentación se deja el café que se fermente de 24 a 48 horas en temperaturas frías o bajas, mientras más tiempo esté en fermentación mejor concentración de sabor y aroma, con la finalidad de que la melaza del café se suavice y permita un lavado eficiente.

C. Lavado

Se hace con agua limpia, utilizando el tanquetina eliminando la miel que queda adherida a la pepa de café, por el medio de la inmersión y pasa sacarlo de allí se usan mayas de nailon que le permite que se escurra el agua para después llevarlo a la clasificación del café. Produciendo café de primera calidad y café descarte de segunda calidad.

D. Clasificación

Para clasificar tu cosecha tienes que usar 2 clases zarandas una zaranda para escoger el coco y otra para escoger el apilado con la finalidad de que los granos no despulpados y apilados se queden fuera de la buena producción de café y así quede un café de calidad que se van al mercado y lo demás va a otro mercado lográndose vender toda la producción.

E. Secado

Esta actividad se realiza artesanalmente, secando con los rayos del sol los granos ya despulpados, utilizando carpas solares con una temperatura de sol no muy elevada (moderada) ya que la mucha temperatura puede malograr el grano, hasta llegar a 12 de humedad (un grano no muy seco ni muy húmedo) que el mercado solicita para lograr obtener el mejor precio ofertado por el mercado.

F. Manejo de subproductos

El subproducto del café es la pulpa y la mejor manera de utilizar la pulpa es como fuente de abono orgánico, se debe colocar en contenedores de compostaje para producir composta, a partir de la cual se logra hacer el compost para abonar las plantas de café.

4.1.2.5. Proceso de comercialización

A. Traslado

Una vez ya seco el café se traslada en camionetas del caserío Burgo a la ciudad de Jaén que es allí donde se encuentra la cooperativa y se realiza la venta. Para trasladarlo las camionetas te cobran un flete de S/ 15.00 por saco llevado.

Para trasladarlo no se realiza de un solo bloque sino por partes ya que la cosecha no es una sola sino que dura un aproximado de seis meses (marzo a agosto), realizando ventas de mes a mes de tus tres calidades.

B. Venta

El precio de venta del café se maneja de acuerdo a la calidad de tasa y rendimiento de tu producción de café. Si tu producción te da una tasa de 84 y un rendimiento de 70 a 75, te dan un precio de S/ 800.00 soles a más.

La producción de café te genera tres calidades la primera calidad es el café de tasa, la producción de segunda calidad es todo el café bueno del rebalsado y el de tercera calidad es el descarte el que queda después de separar la segunda calidad.

4.1.3. Determinación de los costos y gastos de producción, comercialización y rentabilidad de la producción de café orgánico.

Los costos de producción y comercialización se detallan a continuación en el siguiente cuadro, que son los obtenidos de los datos que nos brindó el productor de café orgánico del fundo Selva Andina para después poder ver y analizar su nivel de rentabilidad obtenida.

Tabla 3*Costos por procesos de producción de café orgánico*

		Descripción	Año 1-inversión	año 2-inversión	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Proceso de instalación y siembra	MOD	Obreros	1,460.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	MD	Semilla	30.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	CIF	Otros materiales	95.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		Total	1,585.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Proceso de cultivo	MOD	Obreros	1,760.00	1,760.00	1,760.00	1,760.00	1,760.00	1,760.00	1,760.00	
	MD	Abono	0.00	0.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	
	CIF	Pitas de chaleadora	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
		Gasolina chaliadora	108.00	108.00	108.00	108.00	108.00	108.00	108.00	108.00
		Depreciación chaliadora	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
		Mantenimiento chaliadora	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00
		Total	1,790.00	1,790.00	2,030.00	2,030.00	2,030.00	2,030.00	2,030.00	
Proceso de cosecha y post cosecha	MOD	Obreros	0.00	0.00	19,500.00	19,500.00	19,500.00	19,500.00	19,500.00	
	CIF	Gasolina	0.00	0.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	
		Sacos de polietileno negros	0.00	0.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	
		Aceite de motor	0.00	0.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
		Depreciación despulpadora	0.00	0.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	
		Depreciación de motor	0.00	0.00	67.50	67.50	67.50	67.50	67.50	
		Depreciación media lata	0.00	0.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	
		Depreciación de tanquetina	0.00	0.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	
		Depreciación de carpa solar (estructura)	0.00	0.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	
		Depreciación de carpa solar (Mica de techo)	0.00	0.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	
		Depreciación de sacos de polietileno blancos	0.00	0.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	
		Depreciación de saranda	0.00	0.00	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00	
		Depreciación de la plantación			1,033.00	1,033.00	1,033.00	1,033.00	1,033.00	
		Mantenimiento de carpa solar (estructura)	0.00	0.00	42.00	42.00	42.00	42.00	42.00	
		Mantenimiento de tanquetina	0.00	0.00	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	
		Mantenimiento de motor	0.00	0.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	
		Mantenimiento de despulpadora	0.00	0.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	
	Total	0.00	0.00	21,498.50	21,498.50	21,498.50	21,498.50	21,498.50		
Proceso de comercialización		Costo de traslado	0.00	0.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	
		Total	0.00	0.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	

Fuente: Información proporcionada por el dueño del fundo.

Una planta productora Según la NIC 41 es una planta viva que se utiliza en la elaboración o suministro de productos agrícolas, esperando que produzca más de un periodo y que tiene una probabilidad remota de ser vendida como producto agrícola.

La NIC 16 menciona que las plantas productoras se consideran o analizan de la misma manera que los elementos de propiedades, planta y equipo antes de que tengan la ubicación y condición necesaria para ser capaz de operar correctamente. En otras palabras todos los gastos necesarios desembolsados en actividades de siembra y cultivo antes de que la planta agrícola produzca su fruto le dan la condición y ubicación.

En la tabla N° 03 se muestra los dos primeros años de inversión de siembra, crecimiento y cuidado, en las que están el proceso de instalación y siembra y el proceso de cultivo que son los que le dan la condición y ubicación a la plantación, todos estos gastos se sumaran, permitiéndole convertirse en planta productora (activo) de S/ 5,165.00 el cual se depreciará durante los siguientes cinco años de vida, siendo la depreciación de S/ 1,033.00 anuales.

Del primer año hasta el quinto año de producción el proceso de cultivo tiene un costo de S/ 2,030.00, el costo de cosecha y post cosecha un costo de S/ 21,498.50 y el proceso de comercialización S/ 600.00, formando un costo total de producción de S/ 24, 128.50.

Tabla 4

Costo por quintal de la producción de café orgánico

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de producción	S/ 24,128.50	S/ 24,128.50	S/ 24,128.50	S/ 24,128.50	S/ 24,128.50
Cantidad Producida	21	45	45	35	35
Costo de venta por quintal	S/ 1,148.98	S/ 536.19	S/ 536.19	S/ 689.39	S/ 689.39

Fuente: Información proporcionada por el dueño del fundo.

En la tabla N° 04 muestra el costo de producción de café orgánico del fundo selva Andina durante los cinco años de producción, llegando a un costo por quintal de S/ 965.14 el primer año, el segundo y tercer año de S/ 536.19 de costo por quintal y el cuarto y quinto año de S/ 689.39 por quintal.

Tabla 5*Rentabilidad de la producción de café orgánico*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	15,300.00	31,500.00	31,500.00	24,000.00	24,000.00
1° calidad	15,000.00	30,000.00	30,000.00	22,500.00	22,500.00
2° calidad	300.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Costo de ventas	24,128.50	24,128.50	24,128.50	24,128.50	24,128.50
1° calidad	22,979.52	21,447.56	21,447.56	20,681.57	20,681.57
2° calidad	1,148.98	2,680.94	2,680.94	3,446.93	3,446.93
Utilidad	-8,828.50	7,371.50	7,371.50	-128.50	-128.50
Rentabilidad	-36.59%	30.55%	30.55%	-0.53%	-0.53%

Fuente: Información proporcionada por el dueño del fundo.

En la tabla N° 05 muestra que el primer año tiene pérdidas, el segundo y tercer año aumenta la producción permitiéndole tener un margen de rentabilidad de 30.5%, porque en estos años la planta está en su máximo nivel de producción y para el año cuarto y quinto disminuye la producción permitiéndole tener una pérdida de 0.53% esto se debe a que en estos años la planta disminuye su capacidad de producción además de ello las enfermedades existentes que afectan a la planta y ya no produce a un 100%.

4.1.4. Elaboración de políticas y procedimientos para el diseño de los costos por procesos de producción y comercialización en el año 2021.

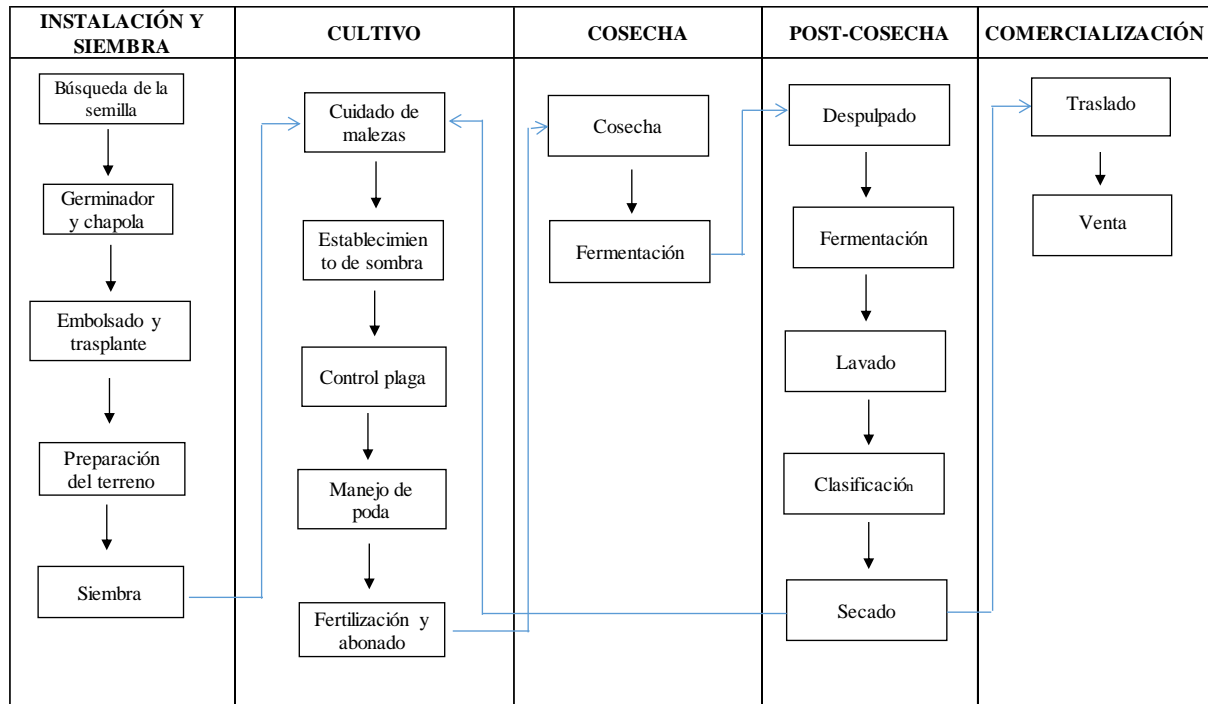
En el fundo Selva Andina la producción de café orgánico garantiza una buena calidad y nivel de rendimiento, sin embargo el dueño del fundo no cuenta con un diseño de costo el cual no le permite conocer su rentabilidad, con el propósito de que tenga el conocimiento del diseño de costos se propuso, políticas y procedimientos de las cuales pueda incorporar en sus costos de producción con la finalidad de que tenga el conocimiento.

- Para los dos primeros años conocida como inversión, formarán parte del costo de la planta productora porque le dan la condición y ubicación, convirtiéndose en activo el cual se depreciará durante los cinco años de vida.
- Para la depreciación se tomará tomando el costo del activo y teniendo en cuenta los años de duración real de la maquinaria en la producción y comercialización de café orgánico.
- En la mano de obra directa de acuerdo a la realidad del caficultor se tendrá en cuenta el diario pagado y un cálculo de su alimentación que también le brinda el caficultor.
- Para el mantenimiento se tendrá en cuenta lo que el dueño del fundo emplea o utiliza en el mantenimiento de sus activos.

- A partir del tercer año se considera la depreciación de planta productora, considerándose en la fase de post cosecha.

Figura 2.

Flujograma de los procesos de producción de café orgánico.



Nota: El flujograma muestra los procesos de producción de café orgánico y de cada proceso las actividades que se desarrollan. Elaborado por la información proporcionada por el dueño del fundo.

En el flujograma de los costos por procesos de la producción de café orgánico muestra los cinco procesos y que es lo que conlleva cada uno. El proceso de instalación y siembra contiene las fases de búsqueda de la semilla, germinador y chapola, embolsado y trasplante, preparación del terreno y siembra y el proceso de cultivo contiene el cuidado de malezas, establecimiento de sombra, control plaga, manejo de poda y fertilización y abono. Estos dos procesos la dan la condición y ubicación a la planta productora, permitiéndole convertirse en activo el cual se depreciará en los cinco años restantes de vida. En el proceso de cosecha se encuentra la cosecha del café cerezo y la fermentación; en el proceso de post cosecha están presentes las fases de despulpado, fermentación, lavado, clasificación y secado y en el proceso de comercialización se encuentra el traslado del café orgánico seco y la venta. En estos tres últimos procesos se aplicarán las políticas de la mano de obra, depreciación y mantenimiento.

IV. Discusión

El proceso productivo y de comercialización el caficultor lo conoce a la perfección, pero no lo tiene estructurado por procesos ni tampoco cuenta con la identificación de los elementos del costo. Para poder realizar la descripción del proceso productivo se realizó una entrevista en la cual nos permitió realizar un esquema de los procesos y a partir de aquí describir cada uno de los procesos de producción y comercialización del café orgánico. Según Velastequi Ojeda (2012), menciona que el sistema de costos por procesos es la acumulación de los costos de producción en un período específico, según el centro de costos del departamento, procesos o circulación del producto.

El caficultor determina sus costos de producción sin considerar los componentes del costo, puesto que solo considera en la mano de obra de la cosecha y post cosecha incurridos en cada campaña, dejando de lado la depreciación de la planta productora y del resto de activos; cabe recalcar que el caficultor al proceso de post cosecha lo considera al cuidado de las malesas de la plantación. Según Hoyos Olivares (2017), manifiesta que costo es el valor del sacrificio realizado para adquirir un bien o servicio. Dicho sacrificio es el de obtener un beneficio económico en el futuro. Podría decirse que el costo es la inversión que se ha hecho y que se espera recuperar a través de la venta. Económicamente hablando, el costo representa toda la inversión necesaria para producir y vender un producto o servicio.

Por otro lado al determinar los costos de la producción y comercialización permitió ver el costo generado en cada proceso durante los 5 años de producción de café orgánico, además de considerar un activo los dos primeros años ya que le dan la condición y ubicación a la planta productora, para después poder depreciarlo durante los siguientes cinco años de vida; es necesario precisar que el caficultor a los dos primeros años lo conoce como inversión. El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018), menciona que la comercialización es una serie de funciones que van desde los productos que salen de las instalaciones del fabricante hasta llegar a los consumidores a través de un mercado específico. Es un mecanismo de coordinación de transferencias e intercambios que realizan los diferentes agentes que participan en la cadena productiva.

Con respecto a la rentabilidad el dueño del fundo indicó que si obtiene rentabilidad en la venta de su producción. Sin embargo al realizar los costos respectivos y realizar el análisis de rentabilidad del producto después de la venta, el resultado fue que el primer, cuarto y quinto año tiene pérdidas en cambio en el segundo y tercer año si obtiene un margen de ganancia. Según Gutiérrez y Tapia (2016), manifiesta que la rentabilidad es una medida de eficiencia,

permite conocer el retorno de la inversión al realizar una serie de actividades, se relaciona con las ventas de la empresa, los activos y fondos aportados por el propietario y genera liquidez futura.

Las políticas para el diseño de los costos por procesos de la producción y comercialización de café orgánico es importante porque se tiene en cuenta los puntos para la elaboración de los sistemas de costos de producción, en las cuales se consideran de los costos de inversión de los dos primeros años parte del costo de la planta, la depreciación de acuerdo a los años que utiliza sus activos el caficultor y en la mano de obra directa se incluye la alimentación de los obreros. Según Velastequi (2012), menciona que el sistema de costos por procesos “es adecuado para empresas industriales cuya producción es continua, ininterrumpida o en serie, estas empresas producen productos homogéneos o similares en forma amplia y constante, a través de diferentes etapas o procesos de producción (textil, plástico, azúcar, petróleo, vidrio, minería, etc.).

V. Conclusiones

Al realizar la entrevista como aspecto general se pudo analizar que en el Caserío Burgos los pobladores se dedican a la producción de café, siendo su principal fuente de ingresos; también algunos pobladores se dedican a la ganadería siendo una fuente secundaria de ingresos. También se pudo evidenciar que no cuentan con los conocimientos necesarios de lo que es un sistema de costos el cual los lleva a realizar un mal cálculo y a no saber su rentabilidad real.

En el análisis de los costos y gastos de cada proceso productivo y de comercialización, se detectó que el caficultor del fundo Selva Andina no tiene una estructura de costos diseñado, al realizar el cálculo de sus costos no tiene en cuenta todos los costos y/o gastos incurridos en todo el proceso de producción; al realizar sus cálculos lo realiza de manera general no tienen en cuenta la inversión inicial de la siembra y cuidado de los dos primeros años, por lo tanto en su cálculo sus ingresos son altos y no ven la realidad que sus costos de producción de café orgánico debido al cuidado para preservar la calidad y rendimiento del café. Por otro lado con respecto a las herramientas y maquinaria empleada solo tienen en cuenta el costo de la compra y no realizan una depreciación anual de acuerdo a los años de vida útil de estos (NIC 16).

Al aplicar el sistema de costos por procesos, se determinó que el primer año obtiene pérdidas debido a que la producción de café es mínima o está empezando a dar sus primeros frutos; mientras que el segundo y tercer año si presenta ganancias porque la plantación está en su nivel máximo de producción a diferencia del cuarto y quinto año que la planta ya se desgastada disminuyendo su producción trayendo a consecuencia pérdidas en el caficultor, obligando al caficultor a renovar la plantación. Con respecto a la comercialización, el caficultor lo vende a una cooperativa en la que está asociado, entregando el café más bueno y selecto para la exportación, el precio que le pagan varía de acuerdo al mercado, pero en ocasiones le pagan por debajo del precio de mercado y el café descarte lo distribuye a otro mercado recibiendo un precio menor que el selecto.

El caficultor del Fundo Selva Andina no tiene conocimiento con respecto a las Normas Internacionales de Contabilidad y el tener este conocimiento es muy importante para poder realizar un adecuado sistema de costos ya que en el costeo de la producción de café orgánico se va emplear la NIC 41 y la NIC 16 sobre los productos agrícolas, por lo tanto la planta de café es considerada una planta productora por lo cual va a tener el mismo tratamiento que a una maquinaria antes de que tenga la condición ubicación necesaria para que esta pueda producir. En otras palabras, es decir todos los gastos necesarios desembolsados los dos primeros años en actividades de siembra y cultivo antes de que la planta agrícola produzca su fruto le dan la

condición y ubicación, por lo tanto estas se van a sumar y se van a depreciar en los siguientes 5 años de producción de vida de la plantación.

VI. Recomendaciones

- A raíz de lo investigado se recomienda al caficultor del fundo Selva Andina a capacitarse o informarse respecto a nuevas técnicas o procesos de producción y/o comercialización de café orgánico que le ayuden a disminuir sus costos de producción y comercialización.
- Se debe realizar un monitoreo de las actividades que se llevan a cabo dentro de cada proceso de la producción de café orgánico para que puedan determinar los costos por cada actividad de cada proceso; así como también debe contar con un registro de control de su maquinaria, equipos y herramientas que refleje la vida útil, mantenimiento, deterioro y en qué momento es necesario el cambio de estos.
- Se recomienda que tenga un área administrativa - contable para una buena aplicación de las normas contables y determinar los costos de producción, comercialización de manera adecuada y la rentabilidad por cosecha. Al determinar sus costos debe realizar un análisis y ver en qué proceso realizar mejoras o aplicar nuevas estrategias; además de ello se deben usar formatos de forma sencilla y clara para recolectar la información que ayude a los cálculos de los costos de acuerdo a la realidad presentada y para que el caficultor pueda entenderlo.

VII. Referencias

- Aguiar Díaz, I. (2018). *Rentabilidad y Riesgo en el Comportamiento financiero de la Empresa*. España: Imprenta Perez Galdos.
- Brito Laredo, J., Ferreiro Martínez, V. V., & López Castañeda, C. E. (2011). Sistema de costos basados en actividades en la fabricación de campanas industriales: Aplicación del modelo ABC como herramienta de gestión. *XV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática* (págs. 1-33). Mexico: Organización Nacional de facultades y Escuelas de Contaduría y Administración.
- Castilblanco Zeledón, K. J. (2018). *Aplicación de un sistema de acumulación de costos agropecuarios en el proceso de producción de café robusta de la Finca La Gran Sultana, durante el periodo 2015-2017*. Estelí - Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Castilblanco Zeledón, K., & Patricia Montoya, E. (2013). Acumulación de costos agropecuarios en la producción de café de la Finca La Gran Sultana. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1-8.
- Chacón, G. (2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Actualidad Contable Faces*, 29-45.
- Chang L., A., N. González , N., López P., M., & Moreno M., M. (2005). La importancia de la contabilidad de costos. *Instituto Tecnológico de Sonora*, 17.
- Córdoba Padilla, M. (2012). *Gestión financiera*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Cruz Carrasco, C., Osorio Vásquez, G. E., & Hernández Cuacua, P. (2018). Análisis de costos de producción del café orgánico y convencional, en el Estado de Veracruz en el sistema de comercialización de comercio justo. 1-14.
- De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De La Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: Herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales - Redalic*, 88-109.
- Días Tipán, M. M. (2013). *Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (Citrus Aurantium) y su relación con la economía del cantón La Maná y su zona de influencia, Año 2011*. La Maná – Ecuador.
- G. Keat, P., & Y. Young, P. (2004). *Economía de empresa*. Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Gutiérrez Janampa, J., & Tapia Reyes, J. (2016). Liquidez y rentabilidad: Una visión conceptual y sus dimensiones. *Revista de Investigación Valor Contable*, 9-32.

- Hoyos Olivares, Á. (2017). *Contabilidad de Costos I*. Huancayo - Perú: Universidad Continental.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, (. (2018). *El Mercado y la Comercialización*. San José, Costa Rica: Gestión Empresarial táctica y Operativa.
- Irigoyen Ampié, M. E., & Rivas Obregón, I. R. (2015). *Análisis de la importancia del establecimiento de un sistema de costos en la empresa agropecuaria "finca de la cascada" que se dedica a la producción de café, en el periodo comprendido entre abril 2015 - marzo 2015*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Jiménez Lemus, W. (2010). *Contabilidad de costos*. Bogotá, Colombia: Fundación para la educación superior de San Mateo.
- Junta Nacional del Café, (. (2019). *Special coffe: From Perú*. San Ignacio, Cajamarca: El cafetalero.
- Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contable Faces*, 35-48.
- Naranjo Restrepo, O. F., Cruz Trejos, E. A., & Medina varela, P. D. (2009). Sistema de costeo conjunto y punto de partida para empresas de vidrio soplado- Estudio de caso. *Scientia Et Technica*, 357-362.
- Norori Rizo, O. (2008). *Estructuración del sistema de costos del beneficiado de café en la cooperativa de servicios multiples de los productores de café de San Vito R. L*. Costa Rica: Instituto Tecnológico de Cota Rica.
- Organización Internacional del Café, (. (2020). *Precios Volátiles Del Café: Covid-19 Y Factores Fundamentales Del Mercado*. Lima: Serie Coffee Break No. 2.
- Organización Internacional del café, (. (2021). *Informe del mercado de café*. Lima.
- Perleche Torrejon, C. M., & Tenicela valenzuela, K. C. (2015). *Sistema de costos por ordenes especificas, mermas, desmedros*. Lima.
- Polimeni S., R., Frank J. , F., Arthur H. , A., & Michael A. , K. (1997). *Contabilidad de costos*. Colombia: Lito Camargo Ltda Santafé de Bogotá, D.C. .
- Quispe Estela, P. E. (2018). *Estructura de costos para fijar el precio de venta del café de la Cooperativa de servicios Multiples Sol & café Ltda. Jaén 2018*. Pimentel - Perú: Univeridad Señor de Sipán.
- Rincón Soto, C. A., Sánchez Mayorga, X., & Villarreal Vásquez, F. (s.f.). Contabilización del cuarto elemento del costo. *Entramado-Redalic*, 38-51.

- Rosa Valle, J. J. (2011). *Producción, industrialización y comercialización de café orgánico en la comunidad De Lorena, Municipio de Ixcán, Departamento de Quiché*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala .
- Saldaña Troncos, J. K. (2019). *Costos de producción y su incidencia en la rentabilidad del cultivo de café en ASPACOC, Jaén - 2018*. Pimentel - Perú: Universidad Señor de Sipán.
- Tapia Uzeda, A. (2017). *Determinación de los costos de producción del cultivo del café mediante los procesos de control financiero y operativo*. La Paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Marcos.
- Toscano Hernandez, R., Rosero Ortiz, T., Vaca Zarate, A., & Viteri Estevez, P. (2019). *Introducción a la Economía*. Guayaquil-Ecuador: Ediciones Grupo Compás.
- Trigozo Reátegui, M. A. (2017). *Determinación del costo de producción del café y la incidencia en la rentabilidad de la empresa Industrial Oro Verde S.A.C. Periodo 2015*. Tarapoto, Perú: Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.
- Vasquez Coronel, N. W. (2019). *Análisis de costos y diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de los pequeños caficultores en el caserío Vista Alegre Distrito de Chontalí - Cajamarca, 2017*. Chiclayo-Lambayeque: Univesidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Velastequi Ojeda, W. A. (2012). *Contabilidad de Costos II*. Riobamba- Ecuador.
- Wu Garcia, J. C. (2016). *Costos conjuntos*.
- Zapata Ruiz, D. M. (2020). *Análisis y determinación de los costos de producción y la rentabilidad de los cafés especiales con certificación orgánica y sin certificación en la provincia de Jaén, Cajamarca, Perú*. Piura, octubre: Universidad Nacional de Piura.

VIII. Anexos

Anexo N° 01: Instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO ESCUELA DE CONTABILIDAD GUÍA DE ENTREVISTA

Participante: Caficultor del fundo Selva Andina

Objetivo: Diseñar un sistema de costos por procesos para determinar el costo de producción y rentabilidad de la producción y comercialización de café orgánico del fundo Selva Andina en el caserío Burgos, Huarango, Cajamarca-2021.

Instrucciones: Responder de acuerdo a lo que cree conveniente según las preguntas dadas en el siguiente cuestionario.

Objetivo 1: Describir la empresa y su organización del fundo selva andina

1. Edad: _____ años

2. Grado de instrucción

a) Primaria

b) Primaria incompleta

c) Secundaria

d) Secundaria incompleta

e) Estudio superior

3. ¿Cuántos años tiene como productor de café?

4. ¿Cuántos años se dedica a la producción de café orgánico?

5. ¿Cuántas hectáreas de producción de café tiene en la actualidad?

6. ¿Se dedica solo a la producción de café o también tiene otra actividad?

7. ¿Qué tipo de variedad de café tiene en su producción?

8. ¿Conoce y cuál es el rendimiento de su producción de café?

9. ¿Qué tipo de enfermedades se presentan en su plantación?

10. ¿Tiene alguna certificación o asistencia técnica su finca?

11. ¿Qué tipo de fertilizantes o abonos utiliza?

12. ¿Tiene algún manual o guía del cultivo del café?

Objetivo 2: Describir el proceso productivo y de comercialización identificando los costos y gastos de producción

13. ¿Cuántos quintales de café ha producido en el año 2021?

14. ¿Conoce usted cuánto es el costo de producción de un quintal de café?

15. ¿Los ingresos que obtiene del café si cubre sus costos y gastos?

16. ¿En cuanta fases está dividido el proceso productivo?

Objetivo 3: Determinar los costos y gastos de producción y comercialización del café orgánico.

17. ¿Maneja alguna estructura de costos de su producción?

18. ¿Tiene un gasto promedio de mantenimiento por campaña?

19. ¿Cuál es el tipo de pago que utiliza para la mano de obra?

20. ¿Cuántas personas (mano de obra) necesita para la producción?

21. ¿Conoce los costos aproximados por trabajador?

22. ¿Qué insumos utiliza en su producción por campaña?

23. ¿Qué materiales utiliza en el proceso productivo?

24. ¿Utiliza maquinarias en la producción?
¿Qué tipo de maquinaria?

25. ¿Le da mantenimiento a su maquinaria?

29. ¿Qué le parece el precio de venta del café?

30. ¿Cómo determina su ganancia por quintal o por hectárea?

31. ¿Es rentable dedicarse a la producción de café?

26. ¿Cada que tiempo realiza el mantenimiento a sus maquinarias?

27. ¿Gasto aproximado por mantenimiento?

28. ¿Qué tiempo promedio de duración tiene cada etapa de la producción del café?

32. ¿Su producto lo vende en alguna organización, cooperativa o a cualquier comerciante?

33. ¿El precio de venta es mejor en la cooperativa o fuera de la cooperativa?

34. ¿Su producto lo tienen que llevar a la cooperativa o ellos vienen a ver su producto?

35. ¿Cuál es el costo del transporte de su producto?

36. ¿La cooperativa le brinda algún beneficio?

37. ¿Sabe cuál es el monto aproximado de su inversión inicial de su cultivo?

Objetivo 4: Elaborar políticas y procedimientos para el diseño de los costos por procesos de producción por procesos y los costos de comercialización y si incidencia en la rentabilidad en el año 2021.

38. ¿Cuánto tiempo tiene que transcurrir para tener la primera cosecha?

39. ¿Existe alguna plaga actualmente que afecte a su producción?

40. ¿De qué manera controla la plaga?

41. ¿La pandemia actual ha afectado en algo a su producción, costo o gasto?

Anexo N° 02: Matriz de consistencia

Problema Principal	Objetivo Principal	Variables	
¿Los procesos de producción son eficientes para determinar correctamente los costos de la producción y comercialización y como inciden en la rentabilidad del café orgánico del fundo Selva Andina Huarango – Cajamarca, 2021?	<p>Diseñar un sistema de costos por procesos para determinar el costo de producción, comercialización y la rentabilidad del café orgánico del fundo selva andina en el caserío Burgos, Huarango, cajamarca-2021.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>-Describir la empresa y la organización del fundo Selva Andina.</p> <p>-Describir el proceso productivo y de comercialización identificando los costos y gastos de producción.</p> <p>-Determinar los costos y gastos de producción, comercialización y rentabilidad de la producción de café orgánico.</p> <p>-Elaborar políticas y procedimientos para el diseño de los costos por procesos de producción, comercialización en el año 2021.</p>	Dependiente: Costos Independiente: Rentabilidad Interviniente: Comercialización	
		Dimensiones	Indicadores
		Sistema de costos	Costos por procesos Costos conjuntos Producto principal Subproductos
		Elementos de costos	Material directo Mano de obra directa Costos indirectos de fabricación
		Tipos de rentabilidad	Rentabilidad económica
		Indicadores de rentabilidad	Costo de ventas Rentabilidad sobre ventas
		Factores de comercialización	Oferta y demanda
		Tipos de comercialización	Consumo interno Consumo externo
		Canales de comercialización	Mayorista Minorista
Tipo y Diseño de investigación	Población, muestra y muestreo	Procedimiento y procesamiento de datos	
La presente investigación será de enfoque mixto. El tipo de estudio es descriptiva y aplicada. El diseño de la investigación es no experimental de carácter transversal.	La población es el fundo Selva Andina del caserío Burgos, distrito de Huarango – Cajamarca. La muestra es probabilística e intencional, debido a que solo se eligió el fundo de producción de café orgánico Selva Andina, caserío Burgos, distrito de Huarango – Cajamarca. El muestreo es no probabilístico	Para recolectar los datos se realizará una entrevista al dueño del fundo Selva Andina, además de ello también se utilizarán otros instrumentos como entrevista, ficha de observación y material bibliográfico. <ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Ficha de observación 	