



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

“RELACIÓN ENTRE EL COSTO DE COMERCIALIZACIÓN VARIABLE DE PAPA NATIVA PERUANITA, CON EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA ADERSCORP SRL, EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A., 2016”

Tesis para optar el título profesional de:

Contador Público

Autores:

Br. Aly Michael Brandich Murillo

Br. Carlos Alberto Silva Aguilar

Asesor:

CPCC. Angel Martin Alfaro Vargas

Cajamarca – Perú

2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres **Carlos Alberto Silva Aguilar** y **Aly Michael Brandich Murillo**, denominada:

**“RELACIÓN ENTRE EL COSTO DE COMERCIALIZACIÓN VARIABLE DE
PAPA NATIVA PERUANITA CON EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LA
EMPRESA ADERSCORP SRL, EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A., 2016”**

CPC. Ángel Martín Alfaro Vargas
ASESOR

CPC. Rogelio Regalado Villegas
JURADO
PRESIDENTE

CPC. Luis Céspedes Ortiz
JURADO

Prof. Luis Gómez Vargas
JURADO

DEDICATORIA

A Dios. Que de una u otra forma supo darme las herramientas para afrontar y superar las adversidades en cada momento, que me ayudaron a ser una mejor persona de la que antes fui.

A mi madre con mucho cariño, que siempre está a mi lado y hace todo lo posible por sacarme adelante.

CARLOS ALBERTO, SILVA AGUILAR

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi Fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mi familia quienes por ello soy lo que soy. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, Ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

ALY MICHAEL, BRANDICH MURILLO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque siempre está cuidándome, que a pesar de las adversidades me ayuda a salir adelante, y que me demuestra cada día, que se debe disfrutar cada momento de la vida.

A mis padres, mi familia, amigos, profesores y conocidos que siempre me dieron una mano en el momento que más lo necesitaba, que me apoyaron y animaron para seguir adelante. Que si no fuera por todos ustedes, esto no sería posible hoy.

CARLOS ALBERTO, SILVA AGUILAR

Le doy gracias a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

Les agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo a mis profesores. Por haber compartido conmigo sus conocimientos y sobre todo su amistad.

A Carlos Alberto Silva Aguilar por haber sido un excelente compañero de tesis y amigo, por haberme tenido la paciencia necesaria y por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación y sobre todo por hacer de su familia, una familia para mí.

Le doy gracias a todas esas personas que no dudaron en brindarme su apoyo en los momentos más difíciles en vida, y que gracias a todos sus consejos que sirvieron para sobresalir de mis dificultades. Gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento ofreciéndome lo mejor y buscando lo mejor para mi persona. Cada momento vivido durante todos estos años, son simplemente únicos, cada oportunidad de corregir un error, la oportunidad de que cada mañana puedo empezar de nuevo, sin importar la cantidad de errores y faltas cometidas durante el día anterior.

ALY MICHAEL, BRANDICH MURILLO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Realidad problemática.....	13
1.2. Formulación del problema	15
1.3. Justificación	15
1.4. Limitaciones	16
1.5. Objetivos.....	16
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	16
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	17
a) Antecedentes.....	17
i) <i>Internacional</i>	17
b) Bases teóricas.....	18
i) <i>Comercialización</i>	18
ii) <i>Costo de Comercialización</i>	18
iii) <i>Costos Fijos</i>	19
iv) <i>Costo Total</i>	19
v) <i>Costos Variables</i>	20
vi) <i>Margen de Contribución</i>	20
vii) <i>Precio de Venta</i>	20
viii) <i>Sistema de Costeo Directo</i>	21
ix) <i>Valor de Venta</i>	22
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	23
3.1 Operacionalización de variables	23
3.2 Diseño de investigación	23
3.3 Unidad de estudio	24

3.4	Población	24
3.5	Muestra (muestreo o selección)	24
3.6	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	24
3.7	Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	24
CAPÍTULO 4. RESULTADOS		
4.1.	<i>Distribución de los Costos de Comercialización Variables en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	26
4.2.	<i>Distribución de los Costos de Comercialización Fijos en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	27
4.3.	<i>Estado de Resultados por Costeo Directo en Cencosud Retail Perú S.A. del periodo 2016</i>	28
4.4.	<i>Relación del Costo de Comercialización Variable con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	29
4.5.	<i>Relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	31
4.6.	<i>Relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	33
4.7.	<i>Relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	35
4.8.	<i>Relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	37
4.9.	<i>Relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	39
4.10.	<i>Relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016</i>	41
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....		
CONCLUSIONES.....		
RECOMENDACIONES.....		
REFERENCIAS.....		
ANEXOS		
1.	ANEXO n.º 1: Matriz de consistencia	51
2.	Fichas de Observación	52
a.	ANEXO n.º 2: Ficha de Observación N° 1	52
b.	ANEXO n.º 3: Ficha de Observación N° 2	53
c.	ANEXO n.º 4: Ficha de Observación N° 3	54
d.	ANEXO n.º5: Ficha de Observación N° 4	55
e.	ANEXO n.º 6: Ficha de Observación N° 5	56
f.	ANEXO n.º 7: Ficha de Observación N° 6	57
g.	ANEXO n.º 8: Ficha de Observación N° 7	58
h.	ANEXO n.º 9: Ficha de Observación N° 8	59
i.	ANEXO n.º 10: Ficha de Observación N° 9	60
j.	ANEXO n.º 11: Ficha de Observación N° 10	61
k.	ANEXO n.º 12: Ficha de Observación N° 11	62
l.	ANEXO n.º 13: Ficha de Observación N° 12	63

3.	Consolidados	64
a.	ANEXO n.º 14: Estado de Costo de Servicio en Cencosud Retail Perú S.A. año 2016	64
b.	ANEXO n.º 15: Consolidado N° 1: Distribución de los Costos de Comercialización Variables y Fijos en Cencosud Retail Perú S.A. año 2016.....	65
c.	ANEXO n.º 16: Estado de resultados por Costeo Directo en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016.....	66
d.	ANEXO n.º 17: Estado de Resultados por Costeo Absorbente N° 2	67
e.	ANEXO n.º 18: Estado de Costo de Servicio N° 2.....	68
f.	ANEXO n.º 19: Estado de Resultados por Costeo Absorbente en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de los Costos de Comercialización Variable en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	26
Tabla 2: Distribución de los Costos de Comercialización Fijos en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	27
Tabla 3: Estado de Resultados por Costeo Directo N°3 en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	28
Tabla 4: Relación del Costo de Comercialización Variable con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	29
Tabla 5: Relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	31
Tabla 6: Relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	33
Tabla 7: Relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	35
Tabla 8: Relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	37
Tabla 9: Relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	39
Tabla 10: Relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Relación del Costo de Comercialización Variable con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	30
Figura 2: Relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	32
Figura 3: Relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016.....	34
Figura 4: Relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016.....	36
Figura 5: Relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	38
Figura 6: Relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	40
Figura 7: Relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016	42

RESUMEN

TEMA: "RELACIÓN ENTRE EL COSTO DE COMERCIALIZACIÓN VARIABLE DE PAPA NATIVA PERUANITA CON EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA ADERSCORP SRL, EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A., 2016".

El presente trabajo de investigación está orientado a encontrar la "RELACIÓN ENTRE EL COSTO DE COMERCIALIZACIÓN VARIABLE DE PAPA NATIVA PERUANITA CON EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA ADERSCORP SRL, EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A., 2016", debido al interés de la empresa Aderscorp SRL, en incursionar en otros mercados para comercializar la papa nativa.

Aderscorp SRL, es una empresa perteneciente a Aders Perú, que se dedica a la comercialización y procesamiento de papa nativa, y cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado. En la actualidad, la empresa no comercializa papa nativa en la ciudad de Trujillo, por lo que desconoce cuáles son los Costos de Comercialización Variable de su producto en dicho mercado, y por ende ignora cuál es el Margen de Contribución.

Por otra parte, el costeo directo es un método de la contabilidad de costos que se basa en un análisis del comportamiento de los costos, para clasificarlos en fijos y variables, con el objeto de proporcionar información relevante para la toma de decisiones.

Es por ese motivo, que en el presente trabajo de investigación, se presentó un análisis detallado del Costo de Comercialización Variable y su relación con el Margen de Contribución, realizado a través de un sistema de costeo directo, el cuál de acuerdo a las teorías contables que lo componen; sirve para la toma de decisiones de una empresa, entre ellas la determinación de incursionar en el mercado de Trujillo.

La recolección de datos se realizó a través de fichas de observación, las cuáles sirvieron para la medición de las variables, mediante el uso de cuadros y, se demostró la relación de las variables a través de gráficos estadísticos, lo cual contribuyó al logro de objetivos planteados en la investigación.

La hipótesis planteada en el trabajo de investigación fue encontrar que la relación del Costo de Comercialización Variable de la Papa Nativa Peruanita con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016, es directa. Esto es porque ambas variables son dependientes al volumen de ventas por lo que aumentan o disminuyen en el mismo sentido. Dicha relación quedó demostrada en los resultados evidenciados en los gráficos estadísticos.

Finalmente, para terminar, se puede concluir que la relación del Costo de Comercialización Variable de la Papa Nativa Peruanita con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016, es directa, por lo que ante un aumento o disminución del Costo de Comercialización Variable de la Papa Nativa Peruanita, el Margen de Contribución se verá afectado en el mismo sentido.

ABSTRACT

TOPIC: "RELATIONSHIP BETWEEN THE VARIABLE MARKETING COST OF POTATO PERUANITA NATIVE WITH THE CONTRIBUTION MARGIN OF THE COMPANY ADERSCORP SRL, IN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A., 2016".

The present research work is oriented to find the "RELATIONSHIP BETWEEN THE VARIABLE MARKETING COST OF PERUANITA NATIVE POPE WITH THE CONTRIBUTION MARGIN OF THE COMPANY ADERSCORP SRL, IN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A. SA, 2016", due to the interest of the company Aderscorp SRL, in venturing into other markets to market the native potato.

Aderscorp SRL, is a company belonging to Aders Peru, which is dedicated to the commercialization and processing of native potato, and has more than 10 years of experience in the market. At present, the company does not sell native potatoes in the city of Trujillo, so it does not know what the Variable Marketing Costs of its product in that market, and therefore ignores the Contribution Margin.

On the other hand, direct costing is a method of cost accounting that is based on an analysis of the behavior of costs, to classify them into fixed and variable, in order to provide information relevant to decision making.

It is for this reason that, in the present research, a detailed analysis of the Variable Marketing Cost and its relation to the Contribution Margin, made through a direct costing system, which according to accounting theories that composes; serves for the decision making of a company, including the determination to venture into the Trujillo market.

The data collection was done through observation tabs, which were used to measure the variables, using tables and, the relationship of the variables was demonstrated through statistical graphs, which contributed to the achievement of objectives raised in the investigation.

The hypothesis raised in the research was to find that the relation of the Variable Marketing Cost of the Peruanita Native Potato with the Contribution Margin of the company Aderscorp SRL, in Cencosud Retail Perú S.A., 2016, is direct. This is because both variables are dependent on the sales volume so they increase or decrease in the same direction. This relationship was demonstrated in the results evidenced in the statistical graphs.

Finally, to conclude, it can be concluded that the relation of the Variable Marketing Cost of the Peruanita Native Potato to the Contribution Margin of the company Aderscorp SRL, in Cencosud Retail Perú S.A. SA, 2016, is direct, so that before an increase or decrease Of the Variable Marketing Cost of the Peruvian Native Potato, the Contribution Margin will be affected in the same sense.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El acceso a los diversos mercados, es sumamente complejo debido a la gran variedad de obstáculos presentes en la comercialización de productos agrícolas, antes de que se puedan realizar las operaciones. Los comercializadores tienen que ofrecer lo que exigen los mercados y, en especial, los supermercados, tanto en cantidad como en calidad (FAO, 2005).

Cuando los comercializadores envían sus productos a mercados distantes, están expuestos a numerosos riesgos como son que el mal tiempo dañe o destruya el producto, que el valor de venta no sea lo suficiente bueno como para permitirle obtener utilidad y, no puedan cubrir el costo de comercialización: transporte, manipulación, etc. (Shepherd, 2001).

Indudablemente, éste sistema de comercialización genera mermas muy grandes a lo largo del proceso. Brandes (1997), estimó que, la merma llega a casi el 3% del volumen comercializado; es decir, si se comercializara 1 000 Tm diarias la pérdida sería 30 Tm. Entre las principales causas tenemos: pudrición 27%, verdeamiento 22%, pérdida de peso por pérdida de agua 14%, excesiva permanencia en el mercado 12%, golpes 11%, robo 6%, mala clasificación 5%, pérdida en la venta 3% (Bernet, Delgado y Sevilla, 2008).

CAF (2000), expresa que lo más perjudicial para los comercializadores, se refiere al costo de transporte y costo día hombre; lo que hace que haya variación en el costo de comercialización de papa. Egoavil (1985), indica que, la papa "nativa", cuya producción está muy restringida a la sierra y muy condicionada por la época de lluvias (diciembre a abril), implica aumento en el costo de comercialización a partir de julio, y en cantidades pequeñas, casi siempre a nivel local (Bernet, Delgado y Sevilla, 2008).

El Perú, tiene gran diversidad de condiciones naturales que le otorgan importante riqueza biológica, que genera ventajas comparativas como ocurre con la papa nativa, que se cultiva sobre los 2 mil msnm, principal cultivo del país, base de la alimentación y, existen alrededor de 2 500 tipos de papa nativa. Que representa el 25% del PBI agropecuario y producido por 600 mil pequeñas unidades agrarias (Infantes, 2011). Entre las variedades se tiene la Peruanita. En el norte, los mercados de la costa de Trujillo, Chiclayo y Piura son de gran importancia para consumir la producción de papa Cajamarca y La Libertad. En el sur, son los mercados de Arequipa, Cuzco, Andahuaylas, Puno y Tacna los de mayor relevancia (Bernet, Delgado y Sevilla, 2008).

El consumo de papa en la ciudad de Trujillo es de 108 680 Tm anuales (INEI, 2015). Los hábitos de consumo de papa nativa, generalmente son de la variedad Huayro (15%), Tumbay (10%),

Peruanita (5%), significando el 30%, de acuerdo a la preferencia del consumidor (Vallejos, J., 2012). Por otra parte, el valor de venta de la papa Peruanita:

MES	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
V. Venta	S/. 2.13	S/. 1.52	S/. 1.17	S/. 1.25	S/. 1.12	S/. 1.13	S/. 1.52	S/. 1.80	S/. 2.58	S/. 2.44	S/. 2.76	S/. 2.35

(Gobierno Regional La Libertad, 2016).

Para satisfacer con las exigencias de las empresas que adquieren este producto, se necesita conocimiento del uso de tecnología que, los pequeños comercializadores no suelen tener. Es probable que, sea necesario invertir de manera individual o colectiva en riego, invernaderos, camiones, almacenes refrigerados y tecnologías de envasado, entre otros; además, que estén en condiciones de seleccionar y clasificar sus productos, cumplir con los plazos de entrega y estén en condiciones de subsistir durante el período comprendido entre la entrega y el pago (FAO, 2005).

Los supermercados como: Wong, Plaza Vea, Metro y otros, son muy exigentes en cuanto a los estándares de calidad para sus tiendas. Como los envíos, que deben ser diarios para que la papa llegue fresca, seleccionada, clasificada y envasada, de acuerdo a los requisitos de éstos. En cuanto a los envases, tenemos diferentes tipos: a granel, en mallas chicas, en mallas grandes, tamaños grandes, tamaños chicos, etc. Para cumplir con estas exigencias, se deberá tener un centro de acopio y de distribución, el que puede pertenecer al supermercado o a sus comercializadores; quienes a veces son obligados a distribuir el producto a cada tienda (Bernet, Delgado y Sevilla, 2008).

Escobal (2000), explica que la diferencia entre comercializadores grandes, medianos y pequeños, es evidente la mejor llegada de los grandes comercializadores a mercados lejanos, evitando intermediarios locales en la compra del producto. Este mejor acceso a mercado, explicaría las diferencias del costo de comercialización, que en los pequeños comercializadores es dos veces más alto que el de los grandes. Maldonado (2008), revela que incluso en Chaglla (Huánuco), Huamachuco (La Libertad) y Encañada (Cajamarca), los comercializadores medianos y grandes (mayor a 1 Ha. de papa), logran vender su papa a precios más elevados que los pequeños (menores a 1 Ha. de papa), accediendo a los mismos mercados (Bernet, Delgado y Sevilla, 2008).

Aderscorp es una empresa peruana dedicada al acopio, procesamiento y comercialización de productos andinos, que ha organizado a un grupo de caseríos de los distritos de Huasmín, Sorochuco y La Encañada, de las provincias de Celendín y Cajamarca, productores de papa nativa como la Peruanita, la misma que es comercializada en Cajamarca; sin embargo, planifica incursionar en otros mercados diferentes a los de la región como es en Trujillo, el cual representa la apertura a un mercado nuevo, que asegura y mejora el desarrollo sostenible y competitivo de la empresa. El Proyecto de Comercialización Competitiva de Papa, tiene como objetivo mejorar el ingreso de la empresa, mediante el desarrollo de capacidades a los proveedores de la papa nativa

Peruanita y preservando la biodiversidad de los caseríos (Aderscorp SRL, 2014). La empresa compra la producción de papa nativa a 10 asociaciones, la misma que se proyecta vender a diversos mercados del país, entre los cuales está Trujillo. Para tal propósito, ambas partes suscribieron un acuerdo comercial (Serperuano, 2015).

Aderscorp SRL tiene interés en expandirse y comercializar a otros mercados. Para ello, necesita conocer los costos que incurrirá en dicha expansión. Es por ello que, en este trabajo de investigación, se presenta un análisis detallado del Costo de Comercialización Variable y su relación con el Margen de Contribución, a través de un sistema de costeo directo, que servirá de base para la toma de decisiones de la empresa, entre ellas la decisión de incursionar al mercado de Trujillo.

1.2. Formulación del problema

¿Qué relación existe entre el Costo de Comercialización Variable de Papa Nativa Peruanita con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?

Subpreguntas:

- ¿Cuál es la relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?
- ¿Cuál es la relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?
- ¿Cuál es la relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?
- ¿Cuál es la relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?
- ¿Cuál es la relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?
- ¿Cuál es la relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?

1.3. Justificación

Un sistema de costeo directo, es una herramienta útil para la toma de decisiones que separa los costos en variables y fijos; y además, permite conocer el Margen de Contribución del producto en específico.

Es por ello que, en este trabajo de investigación, se presenta un análisis detallado del Costo de Comercialización y su relación con el Margen de Contribución, a través de dicho sistema de costeo.

La importancia práctica del presente estudio, radica en que se proporcionará información valiosa de carácter contable, respecto a Costos de Comercialización Variables y el Margen de Contribución, para la empresa Aderscorp SRL, a fin de que la tomen en cuenta y aprovechen las oportunidades para comercializar su producto a otras zonas del Perú. También, el presente trabajo de investigación contribuirá a futuras investigaciones como referencia, ya que en la actualidad no existen investigaciones respecto al tema.

1.4. Limitaciones

- Limitada información actualizada sobre costo de comercialización de papa nativa en la región.
- Limitada información bibliográfica con el tema materia de investigación.

Dichas limitaciones, fueron superadas en primera instancia, gracias a la cooperación de la empresa Aderscorp SRL, que comercializa papa nativa a CencosudRetail Perú S.A. S.A., por lo cual ya tiene establecido sus Costos de Comercialización. Sin embargo, dicho tema no ha sido investigado, por lo que no se tuvo referencias para el desarrollo del trabajo.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizarla relación del Costo de Comercialización Variable de Papa Nativa Peruana con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizarla relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.
- Analizarla relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.
- Analizarla relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.
- Analizarla relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.

- Analizarla relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.
- Analizarla relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

a) Antecedentes

i) Internacional

No se ha encontrado bibliografía concorde al tema de investigación, sin embargo existen referencias que guardan relación con las variables; a continuación, se presenta algunas de ellas:

Rodríguez (2012), en su tesis titulada: “Comercialización de productos agrícolas en el gobierno de la parroquia de Yaruqui”, Quito – Ecuador, en la cual los instrumentos utilizados fueron observación, realización de entrevistas y aplicación de cuestionario a los agricultores. Para el análisis de los datos, se empleó los métodos deductivo y analítico, y se encontró que para el sector agrícola ecuatoriano la actividad más importante y de mayor riesgo es la comercialización; por otro lado, se evidenció que el margen de comercialización existentes indican la diferencia entre el precio a nivel de finca y el precio final que paga el consumidor en los mercados locales y tiendas, el cual, en muchos casos hace que ciertos productos se encarezcan. La investigación se la realizó con la finalidad de que todos los agentes de la cadena de comercialización, mejoren sus condiciones económicas y les permita trabajar con conocimiento real de sus posibilidades dentro de su entorno. El autor concluyó en su estudio que la venta de arroba de papa debe ser de USD 16,00, siendo esto ventajoso debido al incremento de la demanda por dicho producto.

Domínguez y Fernández (2009), en su tesis titulada: “Plan de negocios para comercialización de productos agropecuarios en el Cantón Limón Indanza a través de la creación de la cooperativa Supertienda Fresco & Listo”, Loja – Ecuador, utilizaron los métodos deductivo y analítico; los instrumentos usados fueron cuestionarios y observación a los consumidores. Se evidenció en los resultados que en esta región, no existe un centro de abastecimiento de productos agrícolas y pecuarios semiprocesados, que garanticen calidad, durabilidad y preservación adecuada; lo cual, sumado a una deficiente distribución y comercialización, permite concluir que la creación del Centro de Acopio se encuentra plenamente justificada en función de necesidades reales que se generan en la comunidad. Por otro lado, los autores finalizan su estudio mencionando que la papa es uno de los cuatro productos más consumidos y el tercero con mayor rendimiento de producción, obteniendo un

rendimiento de USD 0,05 por libra en los cuales se han incluido costos administrativos, financieros y de comercialización. En los costos de comercialización, se incluyen Agentes Vendedores USD 3 600,00, Suministros de Oficina USD 985,50, Publicidad USD 1 971,00 y, Combustible y Mantenimiento USD 3 942,00.

Hoyos (2013), en su tesis titulada: "Investigación de las tendencias de consumo para comercializar productos agrícolas cultivados en la zona de Tolontag Parroquia Pintag, en el mercado de la comunidad, año 2013", Quito – Ecuador, utilizó el método inductivo-deductivo; los instrumentos usados para esta investigación fueron observación, encuesta y entrevistas que fueron aplicados a la población de Tolontag, determinando que en Tolontag la falta de organización y capacitación en los procesos de producción y comercialización de productos agropecuarios y agroindustriales, aspecto que se evidencia en el cierre del mercado local. Mediante la conformación de una cooperativa de producción agrícola se busca promover el desarrollo sostenible en el ámbito económico, político, social y cultural de la comunidad. El ingreso proveniente de la reactivación del mercado por el canon de arrendamiento de los puestos de comercialización y del centro de acopio permitirá dar mantenimiento de las instalaciones y para proyectos de autogestión. Concluyendo que el consumo de papa es de 12% siendo uno de los principales productos consumidos por los habitantes. El precio de la yuca es de 47,63 kilogramos a USD 20,00.

b) Bases teóricas

i) Comercialización

Comercialización y mercadeo son sinónimos. En inglés se conoce como "Marketing". El término mercadeo, es una versión castellana de "Marketing" y es ampliamente usado junto a su sinónimo castizo comercialización. Hay suficientes conceptos de los términos de comercialización o mercadeo por parte de las autoridades de la materia (Mendoza, 1980).

El concepto de lo que significa comercialización, se ha ampliado considerablemente en las últimas décadas. Los profesores de comercialización, incluyen ahora bajo ese término, todas las actividades económicas que lleva consigo, el traslado de bienes y servicios, desde la producción hasta el consumo. Un concepto funcional, se refiere al mercadeo como el conjunto de procesos o etapas que deben superar los productos en el flujo de traslado desde el productor hasta el consumidor final. Se habla de consumidor final, para diferenciarlo de compradores que adquieran los productos en el mercado para venderlos y no para consumirlos; en ese caso el proceso de mercadeo no ha terminado; finaliza con el consumo del producto (Abbot, 1958).

ii) Costo de Comercialización

Se incurre en costos de comercialización cuando los productos se mueven, de la explotación agrícola, hasta el mercado final; ya sea, los agricultores, los intermediarios, las cooperativas, las juntas de mercadeo, los comerciantes mayoristas, minoristas o los exportadores quienes los mueven. Los costos de comercialización, tienden a aumentar con relación al precio en la puerta de la finca que recibe el productor, debido a que, por ejemplo, el producto es transportado mayores distancias, pasa a través de más intermediarios y es colocado en envases más sofisticados. Los costos de comercialización incluyen adquisición, trabajo, transporte, envasado, contenedores, alquileres, gastos de agua y energía, y mermas (pérdidas), etc. (Crawford, 1997).

Las grandes diferencias que se presentan entre los precios de compra de los comerciantes y sus precios de venta se explican por sus costos de comercialización. Los siguientes son ejemplos de esos costos: preparación y empaque, manipulación, transporte, mermas, almacenamiento, etc. (Shepherd, 2001, p. 54).

iii) Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. Un costo fijo, es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa. Y es que los costos fijos representan un verdadero problema para las empresas, principalmente cuando por alguna razón, sus ingresos o productividad disminuyen, ya que en cualquier caso, tendrán que seguir asumiendo los costos fijos, y a nadie le hace gracia que mientras los ingresos bajen los costos no. Lo ideal para una empresa sería que sus costos estuvieran en función de los ingresos producidos, es decir que sólo tuvieran costos variables, algo que es imposible, aunque sí es posible trabajar con un mínimo de costos fijos, y ese debe ser el objetivo de una buena gestión de costos (Gerencie.com, s.f.).

Son aquellos que no dependen de los volúmenes de producción (ya sea medidos en unidades monetarias, de mano de obra, unidades de producto, etc.) por lo que la firma siempre incurrirá en tales costos. Van asociados a un tamaño de planta determinado. Si un costo permanece invariable en su valor total por un cierto periodo de tiempo a pesar de su amplia fluctuación en el nivel de actividad, es un costo fijo. Un costo fijo es fijo solo en relación a un periodo dado y a un rango de actividad, que aunque dado, es extenso, llamado rango de aplicabilidad (Rubio, 1997, p. 26).

iv) Costo Total

Por Costo Total (CT), se pueden entender: la sumatoria de los Costos Fijos (CF) y Variables (CV), que se utilizan directa o indirectamente en un proceso productivo de bienes o servicios (Economía-virtual.com, s.f.).

$$\text{Costos Total} = \text{Costos Variables} + \text{Costos Fijos}$$

$$\text{Costos Total} = (\text{Costo Variable Unitario} \times \text{Unidades}) + \text{Costos Fijos}$$

v) Costos Variables

Los costos variables son los costos que cambian en proporción a la actividad de una empresa. El costo variable es la suma de los costos en todas las unidades producidas. Así, los costos fijos y los costos variables constituyen los dos componentes del costo total (Enciclopedia Financiera, s.f.)

Son aquellos que dependen y son proporcionales a los volúmenes de producción. Si un costo dado cambia en su valor total en proporción a los cambios en el nivel de actividad, es un costo variable (Rubio, 1997, p. 26).

$$\text{Costos Variables} = \text{Costo Variable Unitario} \times \text{Unidades}$$

vi) Margen de Contribución

También se conoce como Ingreso marginal. El margen de contribución es el exceso de ingresos por ventas sobre los costos variables.

El margen de contribución total de un producto, es igual al margen de contribución unitario multiplicado por el número de unidades vendidas, y el margen de contribución total de la empresa, es la suma de los márgenes de contribución totales de todos los productos fabricados.

$$\text{Margen de Contribución} = \text{Valor de Venta} - \text{Costos Variables}$$

AFIGE (2009). Consultoría línea activa formación empresarial on-line "Análisis Económico".

vii) Precio de Venta

El precio de venta, por lo tanto, es el dinero que debe abonar el consumidor para comprar un producto. En el lenguaje cotidiano, se habla simplemente de precio (Definición.DE, s.f.).

El precio unitario es aquel que se le ha asignado a cada unidad de producto para su venta detallada (Significados, s.f.).

$$\text{Precio de Venta Unitario} = \text{Valor de Venta Unitario} + \text{IGV}$$

Exoneraciones del IGV: La Cámara de Comercio de Lima (CCL) recomienda a las empresas tomar en cuenta para la realización de sus respectivas actividades económicas que ciertas exoneraciones del impuesto general a las ventas (IGV) acaban de ser prorrogadas mediante la Ley N° 29546. Esta norma modifica y prorroga la vigencia de los Apéndices I y II del Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo (ISC). Así, tanto la relación de bienes del IGV (Apéndice I) como la relación de servicios (Apéndice II). Bienes exonerado: El gremio detalla que están exonerados del pago del IGV –por ejemplo– la importación y venta interna de caballos, bovinos, porcinos, vacunos, camélidos sudamericanos, pescados, crustáceos, moluscos, leche cruda, cochinilla, cebollas, tubérculos, raíces, papas, tomates, ajos, hortalizas, legumbres, frutas, tabaco, urea, algodón, etc. (Asesor Empresarial, 2010).

viii) Sistema de Costeo Directo

El costeo directo o costeo variable, facilita la recopilación de los datos relacionados con la planeación y toma de decisiones. Los datos fácilmente disponibles sobre costos variables y margen de contribución permiten respuestas rápidas a los aspectos de decisiones de costo que la gerencia debe tomar cada día, tal como como la instalación de una nueva máquina o de un centro de costo especial. Con facilidad puede suministrar presupuestos confiables de costos variables y costos fijos totales. Es el método de costeo bajo el cual sólo los costos que tienden a variar con el volumen de comercialización se cargan a los costos del producto (Polimeni, 1993).

El hecho de contar con una determinada capacidad instalada genera costos fijos que, independientemente del volumen que se produzca, permanecen constantes en un periodo determinado; por lo tanto, los costos fijos no están condicionados por el volumen, ya que no son modificables por el nivel al cual se comercializa; de ahí que para costear bajo este método se incluyan únicamente los costos variables; los costos fijos deben llevarse al periodo, es decir enfrentarse a los ingresos del año de que se trate, lo que trae aparejado que no se le asigne ninguna parte de ellos al costo de las unidades producidas (Ramírez, 1981).

Estado de Resultados (Costeo Directo)

	Ventas	xxx
(-)	Costos Variables	(xxx)
(=)	Margen de	<u>xxx</u>

	Contribución	
(-)	Costos Fijos	(xxx)
(=)	Utilidad Neta	<u>xxx</u>

ix) Valor de Venta

Determinado el costo unitario, es necesario fijar el margen de utilidad que se desea lograr, el cual generalmente se basa en el criterio de la dirección de la empresa, para formar de esta manera el valor de venta.

En términos sencillos, la relación es la siguiente: Valor de Venta = C. Fijos + C. Variables + Ganancia esperada

$$\text{Ventas} = \text{Valor de Venta Unitario} \times \text{Unidades}$$

c) Hipótesis

La relación entre el Costo de Comercialización Variable de Papa nativa Peruana con el Margen de Contribución, de la empresa Aderscorp SRL en CencosudRetail Perú S.A., 2016, es directa. Esto es porque ambas variables son dependientes al volumen de ventas por lo que aumentan o disminuyen en el mismo sentido.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1 Operacionalización de variables

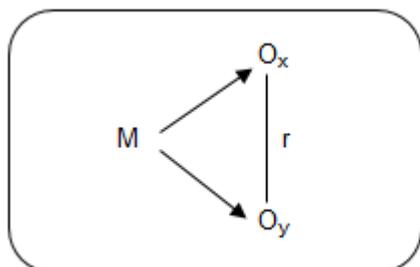
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Costo de comercialización variable	El costo de comercialización variable está compuesto por el costo de adquisición del producto, costales, manipuleo, transporte y pérdidas (mermas).	Costo de adquisición	Costo Unitario x Cantidad Kg
		Costo del agua	Costo Unitario x Cantidad Kg
		Costo de costales	Costo Unitario x Cantidad Kg / 45
		Costo de manipuleo	Costo HoraxHora Trabajada
		Costo de pérdidas	Costo Unitario x Cantidad Kg x 5%
		Costo de transporte	Costo Unitario x Cantidad Kg
Margen de Contribución	El margen de contribución es el exceso de ingresos por ventas sobre los costos variables.	Margen de Contribución = Ventas – Costos Variables	<p>Ventas = Valor de Venta x Unidades (kg)</p> <p>Costos Variables = Costos Variables Unitarios x Unidades (kg)</p> <p>Margen de Contribución Unitario = Valor de Venta Unitario - Costo Variable Unitario</p>

3.2 Diseño de investigación

La investigación será de diseño No Experimental, Transversal Correlacional:

No Experimental, porque implica la observación del hecho en su condición natural sin intervención del investigador. Transversal porque se recolectarán los datos en un sólo momento, en un tiempo único y Correlacional porque se medirá la relación entre Costo de Comercialización con el Margen de Contribución en la venta de Papa Nativa Peruanita, en CencosudRetail Perú S.A.

Su esquema es el siguiente:



M = Muestra

O_x = Análisis del Costo de Comercialización Variable

O_y = Cálculo del Margen de Contribución

r = relación

3.3 Unidad de estudio

Aderscorp SRL.

3.4 Población

La comercialización de papa nativa Peruanita de la empresa Aderscorp SRL.

3.5 Muestra (muestreo o selección)

La comercialización de los 30 000 kilos de papa nativa Peruanita de Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.

3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Observación: Es un procedimiento empírico por excelencia, el más primitivo y a la vez el más usado. Es el método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación.

La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros). Los numerosos sistemas de codificación que existen, podrían agruparse en dos categorías: los sistemas de selección, en los que la información se codifica de un modo sistematizado mediante unas cuadrículas o parrillas preestablecidas, y los sistemas de producción, en los que el observador confecciona él mismo su sistema de codificación.

El investigador hablará más de técnica de observación que de método de observación. Con ello pretende significar una técnica de recogida de datos sirviéndose de uno de varios observadores.

Ficha de Observación: En este tipo de fichas se registra los datos obtenidos a través de la observación.

3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

El análisis de datos se realizará a través del software Microsoft Excel, el cual es una herramienta e instrumento muy útil para los contadores. En varias hojas de trabajo de Excel se armará cuadros de costos, con los datos recolectados por los investigadores; además, se utilizará Gráficos en Excel para mostrar la relación de las variables.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información obtenida será la que se indique en las conclusiones a las cuáles llegue la investigación, por cuanto mostrará la “Relación entre el costo de Comercialización Variable de Papa Nativa Peruana con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016”.

4.1. Distribución de los Costos de Comercialización Variables en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

Tabla N° 1:

Distribución de los Costos de Comercialización Variables en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

Costos Variables	Costo de Adquisición	Costo del Agua	Costo de Costales	Costo de Manipuleo	Costo de Pérdidas	Costo de Transporte	COSTOS VARIABLES TOTAL*
Enero	S/. 3 675,00	S/. 26,99	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 183,75	S/. 539,83	S/. 5 398,76
Febrero	S/. 3 825,00	S/. 28,09	S/. 56,67	S/. 956,25	S/. 191,25	S/. 561,86	S/. 5 619,12
Marzo	S/. 3 645,00	S/. 26,77	S/. 54,00	S/. 911,25	S/. 182,25	S/. 535,42	S/. 5 354,69
Abril	S/. 3 840,00	S/. 28,20	S/. 56,89	S/. 960,00	S/. 192,00	S/. 564,07	S/. 5 641,16
Mayo	S/. 3 600,00	S/. 26,44	S/. 53,33	S/. 900,00	S/. 180,00	S/. 528,81	S/. 5 288,59
Junio	S/. 3 750,00	S/. 27,54	S/. 55,56	S/. 937,50	S/. 187,50	S/. 550,85	S/. 5 508,94
Julio	S/. 3 675,00	S/. 26,99	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 183,75	S/. 539,83	S/. 5 398,76
Agosto	S/. 3 675,00	S/. 26,99	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 183,75	S/. 539,83	S/. 5 398,76
Setiembre	S/. 3 870,00	S/. 28,42	S/. 57,33	S/. 967,50	S/. 193,50	S/. 568,47	S/. 5 685,23
Octubre	S/. 3 705,00	S/. 27,21	S/. 54,89	S/. 926,25	S/. 185,25	S/. 544,24	S/. 5 442,84
Noviembre	S/. 3 855,00	S/. 28,31	S/. 57,11	S/. 963,75	S/. 192,75	S/. 566,27	S/. 5 663,19
Diciembre	S/. 3 885,00	S/. 28,53	S/. 57,56	S/. 971,25	S/. 194,25	S/. 570,68	S/. 5 707,26
TOTAL	S/. 45 000,00	S/. 330,48	S/. 666,67	S/. 11 250,00	S/. 2 250,00	S/. 6 610,17	S/. 66 107,32

Referencia:

*Estado de costo de servicio en CencosudRetail Perú S.A

Interpretación:

En la distribución de los costos de comercialización variables obtenidos de la empresa Aderscorp SRL de la ciudad Cajamarca en el año 2016, se observa que para poder comercializar su producto a CencosudRetail Perú S.A., incurriría en varios costos de comercialización variable como son: Costo de Adquisición, Costo del Agua, Costos de Costales, Costo de Manipuleo, Costo de Pérdidas y Costo de Transporte. En la tabla N°1, se puede apreciar que el costo más representativo obtenido durante dicho periodo es el de Costo de Adquisición con un total de S/. 45 000,00 (que constituye un 68,07% del costo total), y el menos representativo el Costo del Agua con un total de S/. 330,48 (que constituye un 0,50% del costo total).

4.2. Distribución de los Costos de Comercialización Fijos en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

Tabla N° 2:

*Distribución de los Costos de Comercialización Fijos en
CencosudRetail Perú S.A. del año 2016*
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

DESCRIPCIÓN	Luz	Alquiler Almacén	Costo del Seguro	COSTO FIJO TOTAL*
Enero	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Febrero	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Marzo	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Abril	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Mayo	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Junio	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Julio	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Agosto	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Setiembre	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Octubre	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Noviembre	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
Diciembre	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 450,00	S/. 567,58
TOTAL	S/. 180,00	S/. 1 125,00	S/. 5 400,00	S/. 6 811,02

Referencia:

*Estado de costo de servicio en CencosudRetail Perú S.A.

Interpretación:

En la distribución de los costos de comercialización fijos obtenidos de la empresa Aderscorp SRL en Trujillo del año 2016, se observa que Aderscorp SRL para poder comercializar su producto a CencosudRetail Perú S.A., incurriría en tres costos de comercialización fijos como son Costo de Luz, Costo del Alquiler de Almacén y Costo del Seguro, con un costo total de S/.6 811,02; en el cual se puede apreciar que el costo más representativo es el Costo del Seguro de S/5 400 (que constituye el 79%), y el menos representativo el Costo de la Luz de S/180 (que constituye el 3%).

Sin embargo, en contraste con lo evidenciado en la Tabla N° 1, se aprecia que dicha empresa ha generado en costos variables un total de S/.66 107,32 mientras que en la tabla N° 2, se observa en costos fijos un total de S/.6 811,02, siendo los costos variables (91% del costo total) superiores a los costos fijos (9% del costo total).

4.3. Estado de Resultados por Costeo Directo en CencosudRetail Perú S.A. del periodo 2016

Estado de Resultados por Costeo Directo N° 3: En CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

DESCRIPCIÓN	Kg de papa	Valor de Venta Unitario	Ventas	Costos Variables	Margen de Contribución Total	Costo Fijos	Utilidad Bruta
Enero	2 450	S/. 3,30	S/. 8 085,00	S/. 5 398,76	S/. 2 686,24	S/. 567,58	S/. 2 118,65
Febrero	2 550	S/. 3,30	S/. 8 415,00	S/. 5 619,12	S/. 2 795,88	S/. 567,58	S/. 2 228,29
Marzo	2 430	S/. 3,30	S/. 8 019,00	S/. 5 354,69	S/. 2 664,31	S/. 567,58	S/. 2 096,72
Abril	2 560	S/. 3,30	S/. 8 448,00	S/. 5 641,16	S/. 2 806,84	S/. 567,58	S/. 2 239,26
Mayo	2 400	S/. 3,30	S/. 7 920,00	S/. 5 288,59	S/. 2 631,41	S/. 567,58	S/. 2 063,83
Junio	2 500	S/. 3,30	S/. 8 250,00	S/. 5 508,94	S/. 2 741,06	S/. 567,58	S/. 2 173,47
Julio	2 450	S/. 3,30	S/. 8 085,00	S/. 5 398,76	S/. 2 686,24	S/. 567,58	S/. 2 118,65
Agosto	2 450	S/. 3,30	S/. 8 085,00	S/. 5 398,76	S/. 2 686,24	S/. 567,58	S/. 2 118,65
Setiembre	2 580	S/. 3,30	S/. 8 514,00	S/. 5 685,23	S/. 2 828,77	S/. 567,58	S/. 2 261,19
Octubre	2 470	S/. 3,30	S/. 8 151,00	S/. 5 442,84	S/. 2 708,16	S/. 567,58	S/. 2 140,58
Noviembre	2 570	S/. 3,30	S/. 8 481,00	S/. 5 663,19	S/. 2 817,81	S/. 567,58	S/. 2 250,22
Diciembre	2 590	S/. 3,30	S/. 8 547,00	S/. 5 707,26	S/. 2 839,74	S/. 567,58	S/. 2 272,15
TOTAL	30 000	-	S/. 99 000,00	S/. 66 107,32	S/. 32 892,68	S/. 6 811,02	S/. 26 081,67

Interpretación:

En el Estado de Resultados por Costeo Directo N° 3: se puede apreciar que se comercializó un total de 30 000 Kg de Papa Nativa Peruana. Con un Costo Variable de S/.66 107,32, un Margen de Contribución Total de S/.32 892,68 y Costos Fijos por S/.6 811,02.

4.4. Relación del Costo de Comercialización Variable con el Margen de Contribución en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

Tabla N° 3:

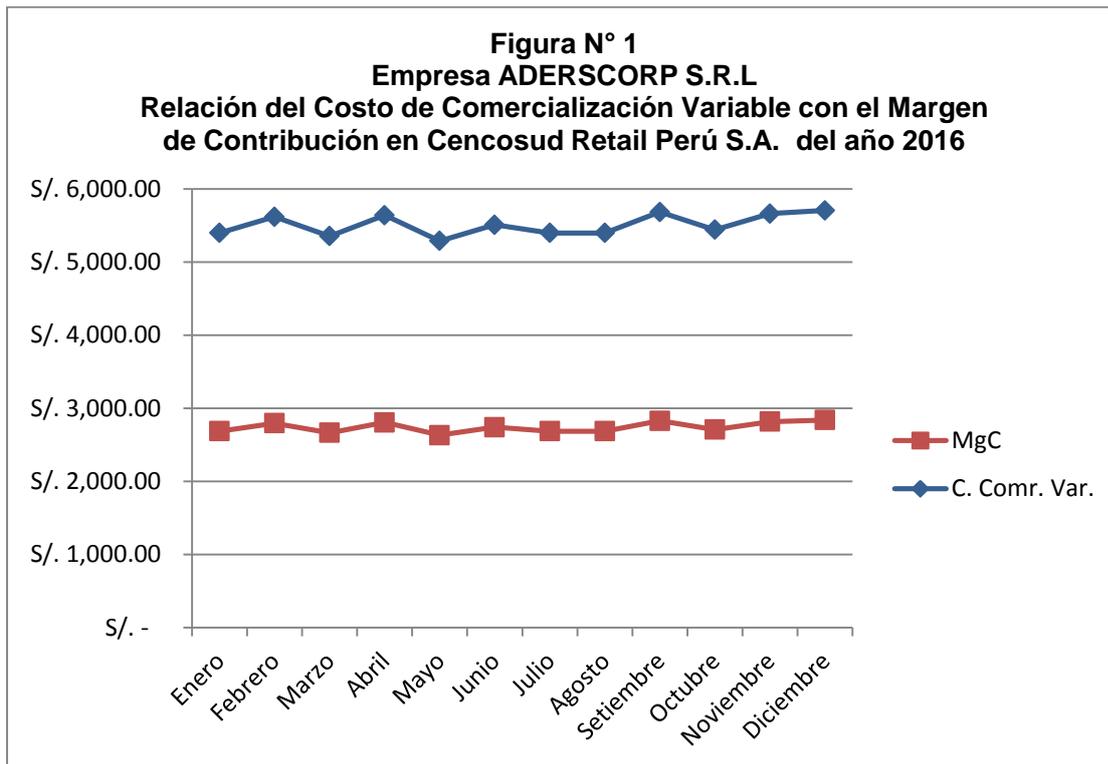
Relación del Costo de Comercialización Variable con el Margen de Contribución en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

Empresa Aderscorp SRL

(Expresado en Nuevos Soles)

Descripción	Kg de papa	Costo de Comercialización Variable Total	Margen de Contribución Total	Coefficiente de Correlación
Enero	2 450	S/. 5 398,76	S/. 2 686,24	1
Febrero	2 550	S/. 5 619,12	S/. 2 795,88	
Marzo	2 430	S/. 5 354,69	S/. 2 664,31	
Abril	2 560	S/. 5 641,16	S/. 2 806,84	
Mayo	2 400	S/. 5 288,59	S/. 2 631,41	
Junio	2 500	S/. 5 508,94	S/. 2 741,06	
Julio	2 450	S/. 5 398,76	S/. 2 686,24	
Agosto	2 450	S/. 5 398,76	S/. 2 686,24	
Setiembre	2 580	S/. 5 685,23	S/. 2 828,77	
Octubre	2 470	S/. 5 442,84	S/. 2 708,16	
Noviembre	2 570	S/. 5 663,19	S/. 2 817,81	
Diciembre	2 590	S/. 5 707,26	S/. 2 839,74	

En la tabla n° 3, se puede observar que el coeficiente de correlación obtenido es uno (1), el cual significa que la correlación es positiva, por lo que demuestra que la relación es directa.



Interpretación:

En la Figura N° 1: Relación del Costo de Comercialización Variable con el Margen de Contribución en Trujillo del año 2016, se puede observar que la relación del costo de comercialización variable con el margen de contribución es directa, es decir al aumentar los costos variables también aumenta el margen de contribución en el mismo sentido, y viceversa (al disminuir los costos variables disminuye el margen de contribución).

4.5. Relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

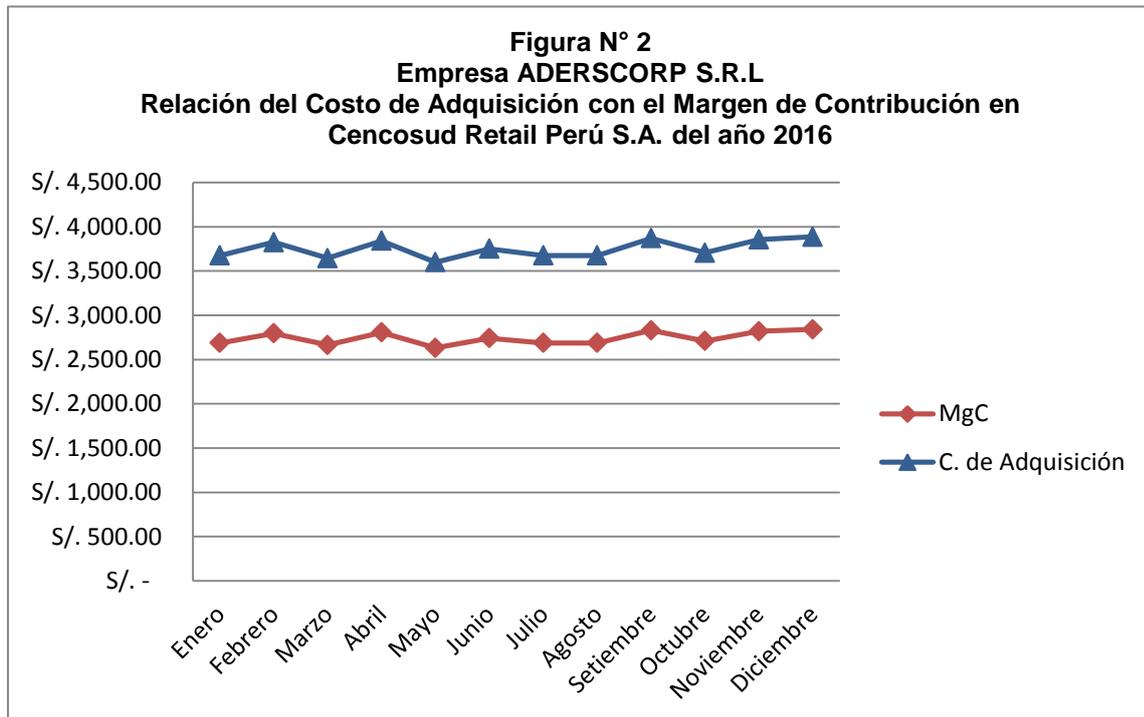
Tabla N° 4:

Relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

**Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)**

Descripción	Kg de papa	Costo de Adquisición Total	Margen de Contribución Total	Coefficiente de Correlación
Enero	2 450	S/. 3 675,00	S/. 2 686,24	1
Febrero	2 550	S/. 3 825,00	S/. 2 795,88	
Marzo	2 430	S/. 3 645,00	S/. 2 664,31	
Abril	2 560	S/. 3 840,00	S/. 2 806,84	
Mayo	2 400	S/. 3 600,00	S/. 2 631,41	
Junio	2 500	S/. 3 750,00	S/. 2 741,06	
Julio	2 450	S/. 3 675,00	S/. 2 686,24	
Agosto	2 450	S/. 3 675,00	S/. 2 686,24	
Setiembre	2 580	S/. 3 870,00	S/. 2 828,77	
Octubre	2 470	S/. 3 705,00	S/. 2 708,16	
Noviembre	2 570	S/. 3 855,00	S/. 2 817,81	
Diciembre	2 590	S/. 3 885,00	S/. 2 839,74	

En la tabla n° 4, se puede observar que el coeficiente de correlación obtenido es uno (1), el cual significa que la correlación es positiva, por lo que demuestra que la relación es directa.



Interpretación:

En la Figura N° 2: Relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución en Trujillo del año 2016, se puede observar que la relación del costo de adquisición con el margen de contribución es directa, es decir al aumentar los costos de adquisición también aumenta el margen de contribución en el mismo sentido, y viceversa (al disminuir los costos de adquisición disminuye el margen de contribución).

4.6. Relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016

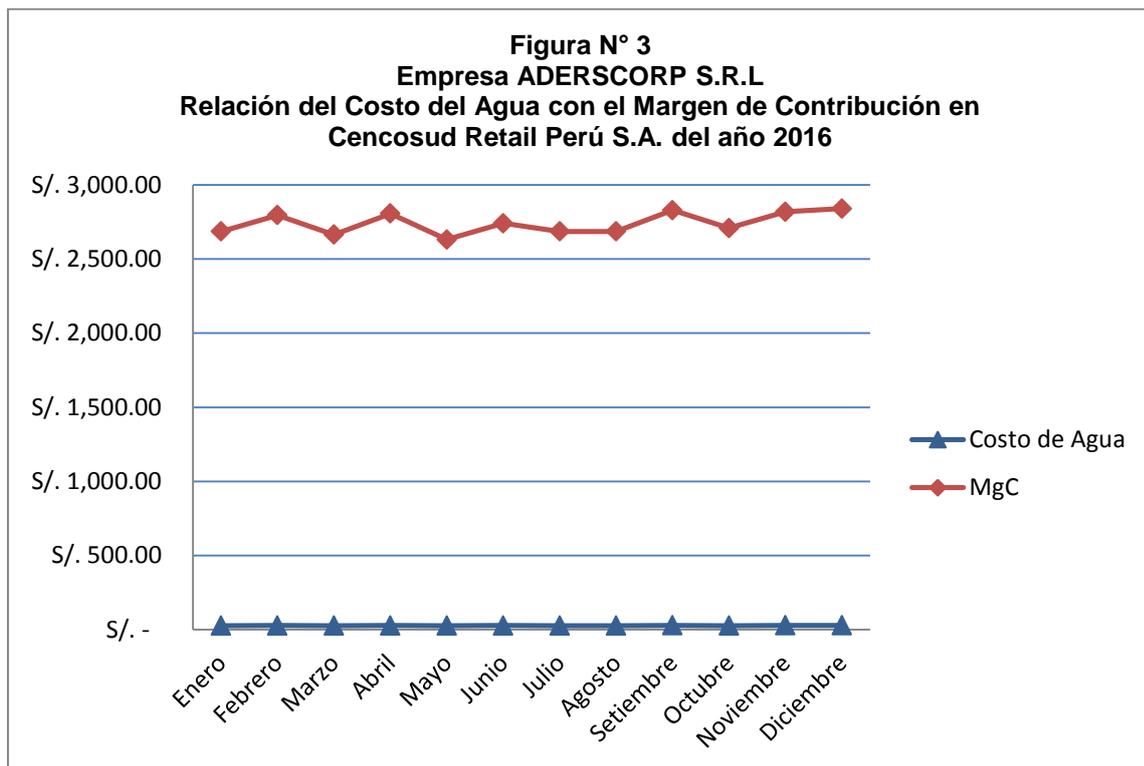
Tabla N° 5:

Relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución en Cencosud Retail Perú S.A. del año 2016

**Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)**

Descripción	Kg de papa	Costo del Agua Total	Margen de Contribución Total	Coefficiente de Correlación
Enero	2 450	S/. 26,99	S/. 2 686,24	1
Febrero	2 550	S/. 28,09	S/. 2 795,88	
Marzo	2 430	S/. 26,77	S/. 2 664,31	
Abril	2 560	S/. 28,20	S/. 2 806,84	
Mayo	2 400	S/. 26,44	S/. 2 631,41	
Junio	2 500	S/. 27,54	S/. 2 741,06	
Julio	2 450	S/. 26,99	S/. 2 686,24	
Agosto	2 450	S/. 26,99	S/. 2 686,24	
Setiembre	2 580	S/. 28,42	S/. 2 828,77	
Octubre	2 470	S/. 27,21	S/. 2 708,16	
Noviembre	2 570	S/. 28,31	S/. 2 817,81	
Diciembre	2 590	S/. 28,53	S/. 2 839,74	

En la tabla n° 5, se puede observar que el coeficiente de correlación obtenido es uno (1), el cual significa que la correlación es positiva, por lo que demuestra que la relación es directa.



Interpretación:

En la Figura N° 3: Relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución en Trujillo del año 2016, se puede observar que la relación del costo del agua con el margen de contribución es directa, es decir al aumentar los costos del agua también aumenta el margen de contribución en el mismo sentido, y viceversa (al disminuir los costos del agua disminuye el margen de contribución).

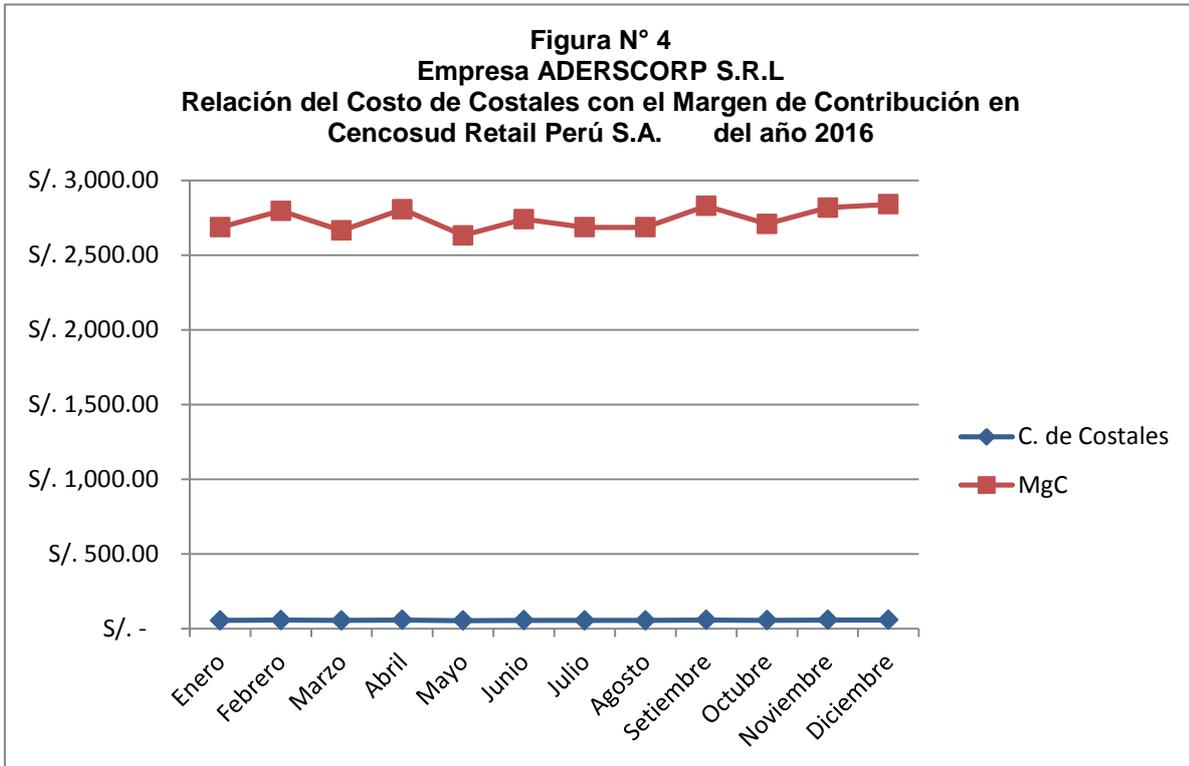
4.7. Relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución en CencosudRetail
Perú S.A. del año 2016

Tabla N° 6:

*Relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución en CencosudRetail
Perú S.A. del año 2016*
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

Descripción	Kg de papa	Costo de Costales Total	Margen de Contribución Total	Coefficiente de Correlación
Enero	2 450	S/. 54,44	S/. 2 686,24	1
Febrero	2 550	S/. 56,67	S/. 2 795,88	
Marzo	2 430	S/. 54,00	S/. 2 664,31	
Abril	2 560	S/. 56,89	S/. 2 806,84	
Mayo	2 400	S/. 53,33	S/. 2 631,41	
Junio	2 500	S/. 55,56	S/. 2 741,06	
Julio	2 450	S/. 54,44	S/. 2 686,24	
Agosto	2 450	S/. 54,44	S/. 2 686,24	
Setiembre	2 580	S/. 57,33	S/. 2 828,77	
Octubre	2 470	S/. 54,89	S/. 2 708,16	
Noviembre	2 570	S/. 57,11	S/. 2 817,81	
Diciembre	2 590	S/. 57,56	S/. 2 839,74	

En la tabla n° 6, se puede observar que el coeficiente de correlación obtenido es uno (1), el cual significa que la correlación es positiva, por lo que demuestra que la relación es directa.



Interpretación:

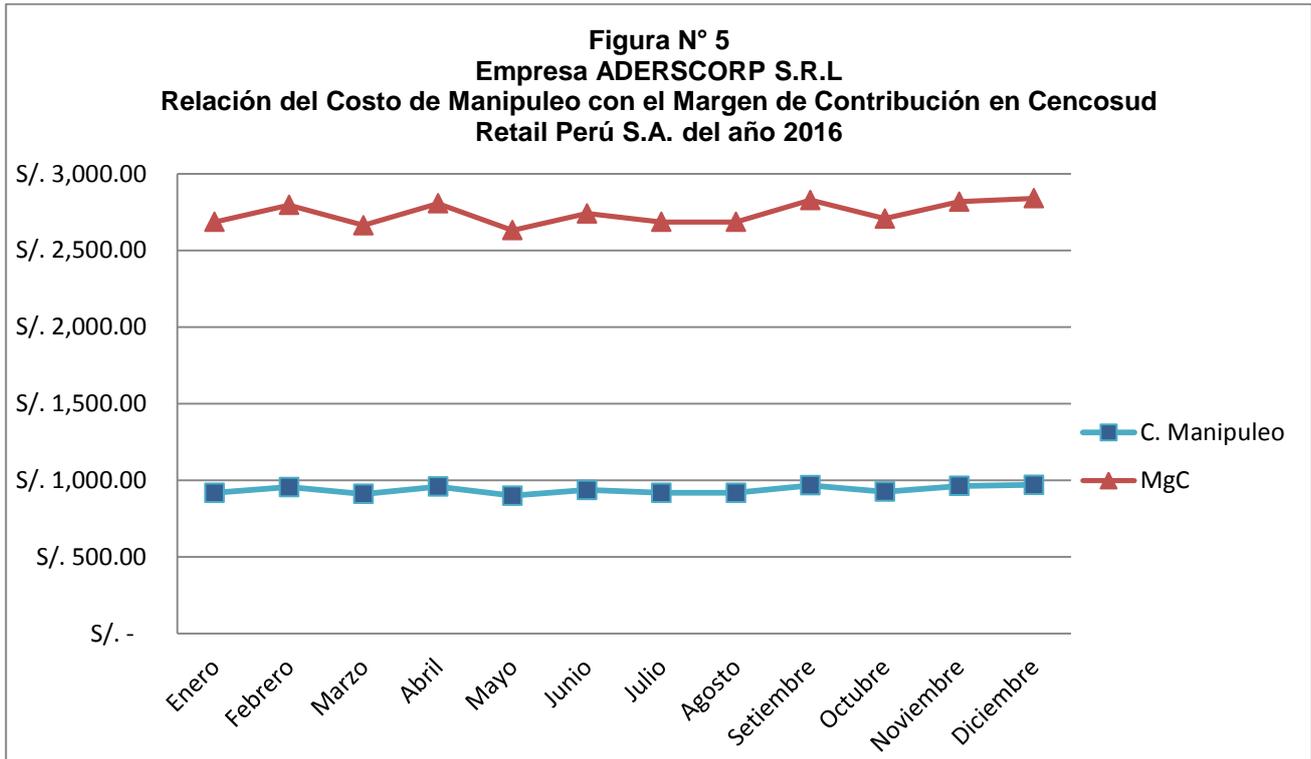
En la Figura N° 4: Relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución en Trujillo del año 2016, se puede observar que la relación del costo de costales con el margen de contribución es directa, es decir al aumentar los costos de costales también aumenta el margen de contribución en el mismo sentido, y viceversa (al disminuir los costos de costales disminuye el margen de contribución).

4.8. Relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución en CencosudRetail
Perú S.A. del año 2016

Tabla N° 7:
*Relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución en CencosudRetail
Perú S.A. del año 2016*
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

DESCRIPCIÓN	Kg de papa	Costo de Manipuleo Total	Margen de Contribución Total	Coficiente de Correlación
Enero	2 450	S/. 918,75	S/. 2 686,24	1
Febrero	2 550	S/. 956,25	S/. 2 795,88	
Marzo	2 430	S/. 911,25	S/. 2 664,31	
Abril	2 560	S/. 960,00	S/. 2 806,84	
Mayo	2 400	S/. 900,00	S/. 2 631,41	
Junio	2 500	S/. 937,50	S/. 2 741,06	
Julio	2 450	S/. 918,75	S/. 2 686,24	
Agosto	2 450	S/. 918,75	S/. 2 686,24	
Setiembre	2 580	S/. 967,50	S/. 2 828,77	
Octubre	2 470	S/. 926,25	S/. 2 708,16	
Noviembre	2 570	S/. 963,75	S/. 2 817,81	
Diciembre	2 590	S/. 971,25	S/. 2 839,74	

En la tabla n° 7, se puede observar que el coeficiente de correlación obtenido es uno (1), el cual significa que la correlación es positiva, por lo que demuestra que la relación es directa.



Interpretación:

En la Figura N° 5: Relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución en Trujillo del año 2016, se puede observar que la relación del costo de manipuleo con el margen de contribución es directa, es decir al aumentar los costos de manipuleo también aumenta el margen de contribución en el mismo sentido, y viceversa (al disminuir los costos de manipuleo disminuye el margen de contribución).

4.9. Relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

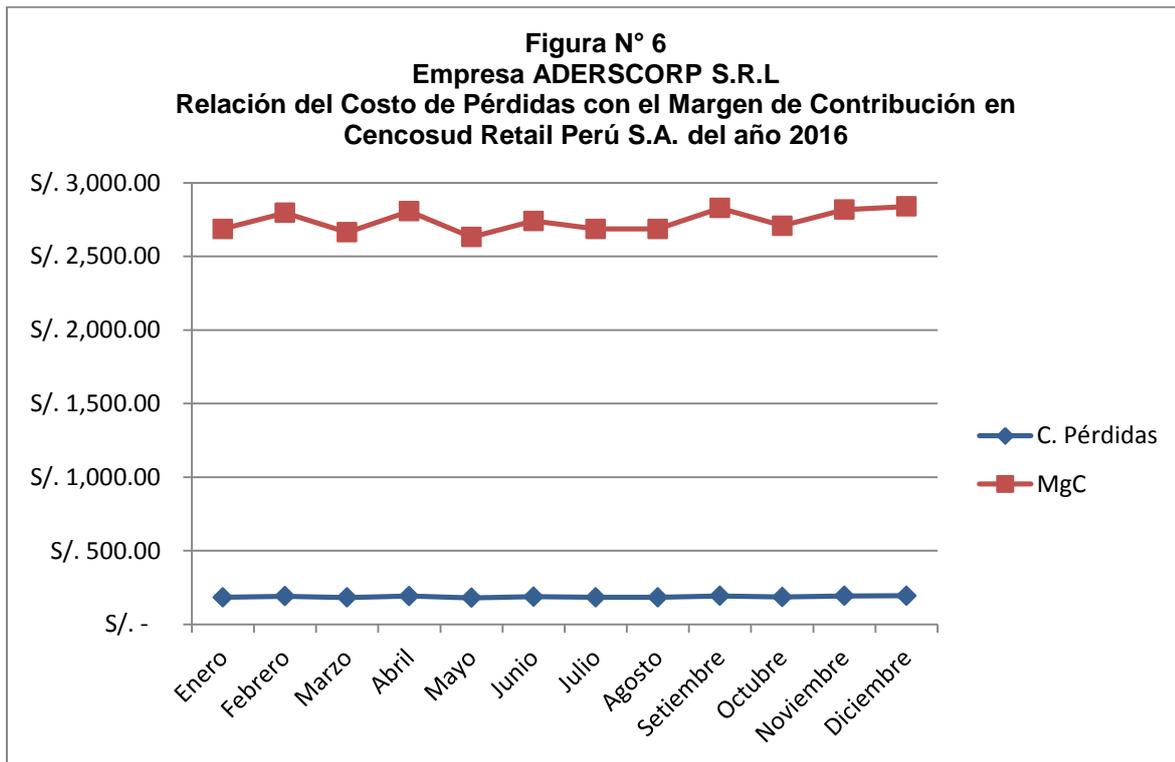
Tabla N° 8:

*Relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución en
CencosudRetail Perú S.A. del año 2016*

**Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)**

Descripción	Kg de papa	Costo de Pérdidas Total	Margen de Contribución Total	Coefficiente de Correlación
Enero	2 450	S/. 183,75	S/. 2 686,24	1
Febrero	2 550	S/. 191,25	S/. 2 795,88	
Marzo	2 430	S/. 182,25	S/. 2 664,31	
Abril	2 560	S/. 192,00	S/. 2 806,84	
Mayo	2 400	S/. 180,00	S/. 2 631,41	
Junio	2 500	S/. 187,50	S/. 2 741,06	
Julio	2 450	S/. 183,75	S/. 2 686,24	
Agosto	2 450	S/. 183,75	S/. 2 686,24	
Setiembre	2 580	S/. 193,50	S/. 2 828,77	
Octubre	2 470	S/. 185,25	S/. 2 708,16	
Noviembre	2 570	S/. 192,75	S/. 2 817,81	
Diciembre	2 590	S/. 194,25	S/. 2 839,74	

En la tabla n° 8, se puede observar que el coeficiente de correlación obtenido es uno (1), el cual significa que la correlación es positiva, por lo que demuestra que la relación es directa.



Interpretación:

En la Figura N° 6: Relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución en Trujillo del año 2016, se puede observar que la relación del costo de pérdidas con el margen de contribución es directa, es decir al aumentar los costos de pérdidas también aumenta el margen de contribución en el mismo sentido, y viceversa (al disminuir los costos de pérdidas disminuye el margen de contribución).

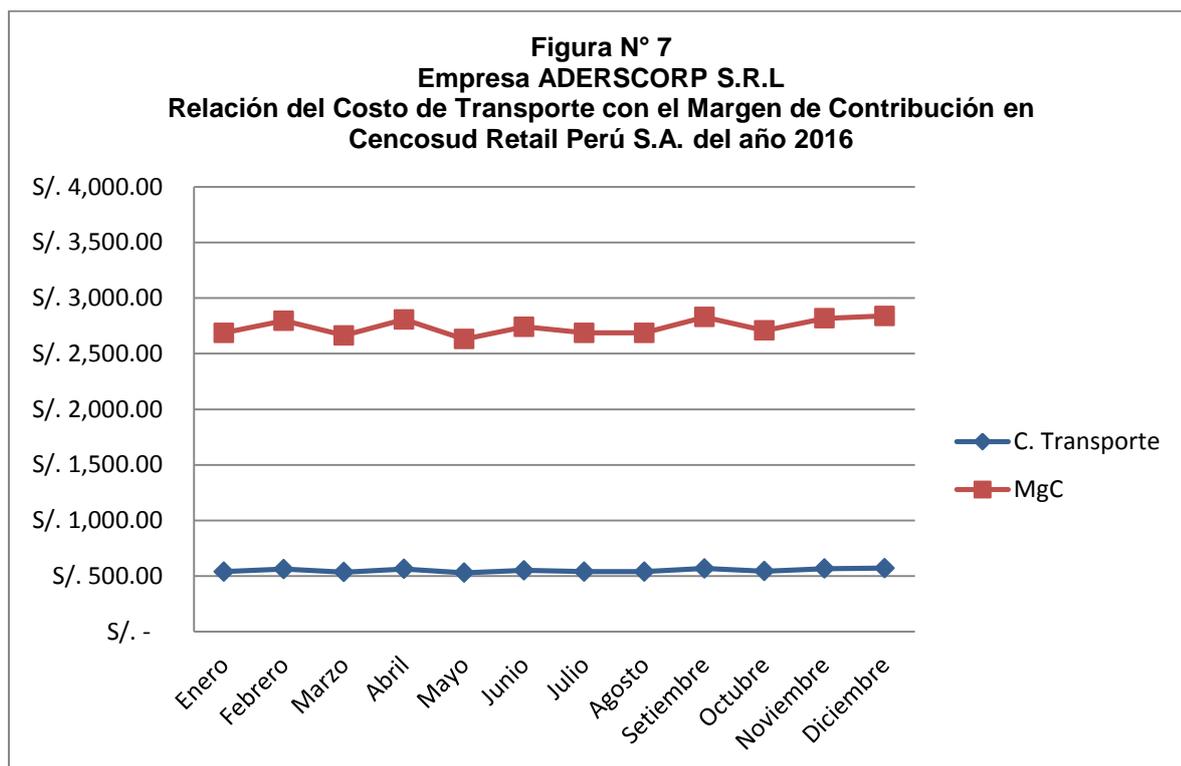
4.10. Relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

Tabla N° 9:

Relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

Descripción	Kg de papa	Costo de Transporte Total	Margen de Contribución Total	Coefficiente de Correlación
Enero	2 450	S/. 539,83	S/. 2 686,24	1
Febrero	2 550	S/. 561,86	S/. 2 795,88	
Marzo	2 430	S/. 535,42	S/. 2 664,31	
Abril	2 560	S/. 564,07	S/. 2 806,84	
Mayo	2 400	S/. 528,81	S/. 2 631,41	
Junio	2 500	S/. 550,85	S/. 2 741,06	
Julio	2 450	S/. 539,83	S/. 2 686,24	
Agosto	2 450	S/. 539,83	S/. 2 686,24	
Setiembre	2 580	S/. 568,47	S/. 2 828,77	
Octubre	2 470	S/. 544,24	S/. 2 708,16	
Noviembre	2 570	S/. 566,27	S/. 2 817,81	
Diciembre	2 590	S/. 570,68	S/. 2 839,74	

En la tabla n° 9, se puede observar que el coeficiente de correlación obtenido es uno (1), el cual significa que la correlación es positiva, por lo que demuestra que la relación es directa.



Interpretación:

En la Figura N° 7: Relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución en Trujillo del año 2016, se puede observar que la relación del costo de transporte con el margen de contribución es directa, es decir al aumentar los costos de transporte también aumenta el margen de contribución en el mismo sentido, y viceversa (al disminuir los costos de transporte disminuye el margen de contribución).

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como propósito analizar la relación entre el Costo de Comercialización Variable de la Papa Nativa Peruana con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016. Sobre todo, se pretendió mostrar que la relación entre las dos variables de investigación era directa. Para dicha investigación, sólo se necesitó fichas de observación para la recolección de datos. A continuación, se estarán discutiendo los principales hallazgos de este estudio.

No se han encontrado estudios de investigación previos a nuestro tema de investigación. Sin embargo, dichos imprevistos fueron superados gracias al apoyo incondicional de la empresa Aderscorp SRL y las teorías contables del sistema de costeo directo.

Según Shepherd, los riesgos que afrontan los comercializadores que el valor de venta no sea el adecuado para cubrir sus costos o que el mal tiempo dañe sus productos. De los resultados obtenidos en la investigación, al comercializar un total de 30 000 Kg de Papa Nativa Peruana, se obtuvo Ventas de S/. 99 000,00, consiguiendo cubrir el Costo Variable de S/. 66 107,32 y Costos Fijos por S/. 6 811,02, con una Utilidad de S/. 26 081,67 y un Margen de Contribución Total de S/. 32 892,68 (Ver Anexo N° 18: Estado de Resultados por Costeo Directo N° 3). Además, que los daños sufridos hacia el producto son mínimos no afectando al margen de contribución.

Asimismo, Bernet, Delgado y Sevilla consideran que la merma es del 3% del volumen comercializado; es decir, si se comercializara 1 000 Tm diarias la pérdida sería 30 Tm. Entre las principales causas tenemos: pudrición 27%, verdeamiento 22%, pérdida de peso por pérdida de agua 14%, excesiva permanencia en el mercado 12%, golpes 11%, robo 6%, mala clasificación 5%, pérdida en la venta 3%. En contraste con Bernet, Delgado y Sevilla, el Ing. Agrónomo encargado del Proyecto de Papa Nativa, estima que sería del 5%, por lo que de los 30 000 kilos de papa nativa Peruana transportada se obtuvo una merma de 1 500 kilos que representa S/. 2 250,00 (Ver Anexo N° 6: Ficha de Observación N° 5). Esto es debido al medio de transporte y manipulación antes de la llegada del producto a su destino, pues los medios de transporte no cuentan con sistema de refrigeración en frío, además se suelen agrupar en costales los cuales no protegen al producto.

De acuerdo al análisis realizado por la CAF, lo más perjudicial para los comercializadores, se refiere al costo de transporte y costo día hombre (costo de manipuleo), considerando el costo de transporte como principal importe a la hora de realizar la comercialización a mercados distantes. De los resultados obtenidos en la investigación, el costo de adquisición S/. 45 000 (68,07% del costo variable; Ver Tabla N° 1), es el más representativo del costo de comercialización variable.

Según Domínguez y Fernández (2009), en su tesis titulada: "Plan de negocios para comercialización de productos agropecuarios en el Cantón Limón Indanza a través de la creación de la cooperativa Supertienda Fresco & Listo", Loja – Ecuador. Para comercializar la papa se incurrieron

en costos de comercialización como Agentes Vendedores USD 3 600,00, Suministros de Oficina USD 985,50, Publicidad USD 1 971,00 y, Combustible y Mantenimiento USD 3942,00. Sin embargo, en el presente de trabajo de investigación no se han incurrido en dichos costos. Principalmente, porque se comercializa directo a CencosudRetail Perú S.A. y porque el Transporte está tercerizado.

De acuerdo, a lo expuesto por Rubio, los costos que permanecen constantes en un periodo se consideran fijos; por lo tanto, al haber realizado el análisis del año 2016, se considera que el costo de alquiler, costo de luz de seguro es fijo ya que no fluctúa en base a la cantidad de kilogramos comercializados de papa nativa peruanita.

Para la recolección de datos, se utilizó doce fichas de observación, donde se registraron todos los costos de Aderscorp, costo de adquisición, costo del agua, costo de costales, costo de manipuleo, costo de alquiler y costo de transporte. Adicionando el costo del seguro y de pérdidas. Se procedió a crear el Estado de Costo de Servicio, en el cual se consolidó los costos, en costos directos e indirectos. Luego se procedió a clasificar de los costos, en variables y fijos, una en cada cuadro, con las cuales se elaboró el estado de resultados por costeo directo, donde obtuvimos el margen de contribución. Utilizando la Tabla n° 1 y el Estado de Resultados por costeo directo procedimos a hacer siete cuadros con sus respectivos gráficos de tendencia para poder responder a las preguntas de investigación, y cumplir con los objetivos propuestos que eran mostrar la relación entre el costo variable y el margen de contribución.

Al haber obtenido nuestros resultados (tablas y figuras), la hipótesis planteada del presente trabajo de investigación, quedó demostrada.

CONCLUSIONES

Esta investigación tuvo como propósito analizar la relación entre el Costo de Comercialización Variable de la Papa Nativa Peruanita, en CencosudRetail Perú S.A., con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, 2016. Sobre todo, se pretendió mostrar que la relación entre las dos variables de investigación es directa. Para dicha investigación, se necesitó fichas de observación para la recolección de datos y gráficos de tendencia para mostrar la relación entre variables.

- La relación entre el Costo de Comercialización Variable de Papa nativa Peruanita en CencosudRetail Perú S.A. con el Margen de Contribución, de la empresa Aderscorp SRL, 2016, es directa. Esto es porque ambas variables son dependientes al volumen de ventas por lo que aumentan o disminuyen en el mismo sentido.
- El costo de adquisición de S/. 45 000, es el más representativo de los costos mientras, que el costo del agua de S/. 330,48, es el menos representativo.
- El costo de costales para transportar la papa nativa no es un costo significativo y es un excelente empaque para el producto, por lo tanto es un gran medio para transportarla.
- A diferencia de lo expuesto por Shepherd, sí se obtiene una buena Utilidad de S/. 26 081,67 y un Margen de Contribución Total de S/. 32 892,68.
- A pesar de que según Bernet, Delgado y Sevilla, la merma de papa nativa es de 3%, el especialista del proyecto expresó que la merma es del 5%, debido al medio de transporte y el manipuleo.

RECOMENDACIONES

Una vez concluida la tesis, siempre se desea que haya una mejora continua de la misma; por lo tanto, se hacen las siguientes recomendaciones:

- Al haber quedado demostrada la hipótesis del trabajo, se recomienda a Aderscorp SRL, que comercialice su papa nativa a Trujillo; (ya que según lo demostrado en la investigación la relación es directa); de tal forma que al incurrir en mayor costo de comercialización variable habrá un mayor margen de contribución.
- Debido a que el costo de adquisición es el más representativo de los costos, se recomienda una renegociación del costo de adquisición para obtener un mayor margen de contribución y dado que el costo del agua no impacta significativamente en el costo variable total, no sería conveniente hacer una inversión en la adquisición de maquinaria para lavar la papa, la que generaría costos indirectos como la depreciación.
- Como el costo de los costales no es muy significativo, y dado que el empaque es el más adecuado pensamos que debería mantenerse dicho proceso de empaque.
- Contratar a la empresa transportista que tenga un tiempo más eficiente en el traslado, para disminuir las pérdidas por merma. Y considerar un costo de pérdidas, por la merma que se produce durante el traslado a Trujillo.

REFERENCIAS

- Abbot, J. (1958). Los problemas de la comercialización y los problemas para mejorarla. Roma, Italia: FAO.
- Asesor Empresarial, (2010), Exoneraciones del IGV, Recuperado de: <http://asesorempresarial.com/web/novedad.php?id=3938>
- Bernet, T, Delgado O., Sevilla M. (2008). Capac Perú: Cadenas productivas agrícolas de calidad. Informe final. Centros de acopio de papa: factibilidad de promover e implementar este concepto en la sierra peruana, pp. 16, 20-21,
- Colter, G. (2008, 11 de junio). Aspectos del empaque internacional. Recuperado el 14 de diciembre de 2015, de <http://logisticainternacional2008.es.tl/Aspectos-del-Empaque-Internacional.htm>
- Crawford, I. (1997). Agricultural and Food Marketing Management. Roma, Italia: FAO.
- D2, (2013), ¿Costo, gasto o pérdida?, Recuperado de: <http://d2deados.blogspot.pe/2013/10/costo-gasto-o-perdida.html>
- Definición. DE, (s.f.), Definición de precio de venta - Qué es, Significado y Concepto. Recuperado de: <http://definicion.de/precio-de-venta/#ixzz49DT0ew5t>
- Domínguez, J. (2009). Plan de negocios para comercialización de productos agropecuarios en el Cantón Limón Indanza a través de la creación de la cooperativa Supertienda Fresco & Listo. (Tesis de Titulación). Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador.
- Economia-virtual.com, (s.f.), Conceptos Básicos de los Costos, Recuperado de: http://economia-virtual.com/comportam_costos.html
- Enciclopedia Financiera (s.f.). Costos Variables. Recuperado de: <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costos-variables.html>
- FAO (2005). El Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación. Recuperado de http://www.fao.org/docrep/008/a0050s/a0050s02.htm#P6_2115
- Fernando Rubio (1997), Libro: Administración de la Contabilidad de Costos. Chile, Universidad de Valparaíso.
- Fernández, F. (2015). Canales de Comercialización. Recuperado de <http://es.slideshare.net/ffernandez3000/canales-de-comercializacin-9939137>.

- Fernandez, M. (2007, 15 de octubre). Costes de almacenamiento y mantenimiento. Recuperado el 14 de diciembre de 2015, de <http://miguelfernandezp.blogspot.pe/2007/10/costes-de-almacenamiento.html>
- Franco, F. (2010). Gaceta Financiera. Recuperado de <http://www.gacetafinanciera.com/OPCIONES.htm>.
- Gerencie.com, (s.f.), Costos Fijos, Recuperado de: <http://www.gerencie.com/costos-fijos.htm>
- GNP, (s.f). El costo de Seguro Primas. Recuperado el 11 de julio de 2016, de <http://www.seguros-seguros.com/costo-seguro-primas.html>
- Gobierno Regional La Libertad, (2016), Precio Mayorista de papa variedad y calidad. Recuperado de: <http://www.agrolalibertad.gob.pe/?q=node%2F149>
- Hoyos, L. (2013). Plan de negocios para comercialización de productos agropecuarios en el Cantón Limón Indanza a través de la creación de la cooperativa Supertienda Fresco & Listo. (Tesis de Titulación). Universidad Internacional SEK. Loja - Ecuador.
- Infantes, E (2011) Papa, recuperado de, www.monografias.com/trabajos35/papa/papa.shtm.
- Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (2015). Variación de los Indicadores de Precios de la Economía. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/informe-tecnico-n09_precios-ago2015_3.pdf.
- Mendoza, G. (1980). Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. San José, Costa Rica: IICA.
- Papa. Principales aspectos agroeconómicos. Perú progreso para todos. Ministerio de agricultura y riego (MINAGRI). 1ª Edición. Perú, 2013. http://agroaldia.minag.gob.pe/biblioteca/download/pdf/agroeconomia/2014/papa_2014.pdf
- Polimeni, R. (1993). Contabilidad de Costos: Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. Segunda Edición. México D.F., México: Fuentes Impresores S.A.
- Rodríguez, A. (2015, 1 de noviembre). Merma. Recuperado el 14 de diciembre de 2015, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/merma.html>
- Ramírez, D. (1981). Contabilidad Administrativa. México D.F., México: Programa Educativos S.A.
- Rodríguez, L. (2012). Comercialización de productos agrícolas en el gobierno de la parroquia de Yaruquí. (Tesis de Titulación). Universidad Central del Ecuador. Ecuador.

Serperuano (2015) Papa nativa de Cajamarca llegará a diversos mercados. Recuperado de, www.serperuano.com/2015/02/papa-nativa-de-cajamarca-llegara-a-di...

Shepherd, A. (2001). Servicio de Mercadeo y Finanzas Rurales Dirección de Sistemas de Apoyo a la Agricultura. Guía de Extensión en Comercialización, p. 54.

Significados, (s.f.) Significado de Precio. Recuperado de: <http://www.significados.com/precio/>

Vallejo, J. (2012). Plan de negocios para el proyecto desarrollo de la producción del cultivo de papa

ANEXOS

1. ANEXO n.º 1: Matriz de consistencia

E	Objetivos	Hipótesis	Muestra	Variables	Diseño	Instrumentos
<p>¿Qué relación existe entre el Costo de Comercialización Variable de Papa Nativa Peruánita con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016?</p> <p>Subpreguntas</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016? • ¿Cuál es la relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016? • ¿Cuál es la relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016? • ¿Cuál es la relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016? • ¿Cuál es la relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016? • ¿Cuál es la relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016? 	<p>Analizar la relación del Costo de Comercialización Variable de Papa Nativa Peruánita con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la relación del Costo de Adquisición con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016. • Analizar la relación del Costo del Agua con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016. • Analizar la relación del Costo de Costales con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016. • Analizar la relación del Costo de Manipuleo con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016. • Analizar la relación del Costo de Pérdidas con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016. • Analizar la relación del Costo de Transporte con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016. 	<p>La relación entre el Costo de Comercialización Variable de Papa nativa Peruánita con el Margen de Contribución de la empresa Aderscorp SRL, en CencosudRetail Perú S.A., 2016, es directa. Esto es porque ambas variables son dependientes al volumen de ventas por lo que aumentan o disminuyen en el mismo sentido.</p>	<p>Unidad de Estudio</p> <p>Aderscorp SRL</p> <p>Población</p> <p>La comercialización de papa nativa Peruánita de la empresa Aderscorp SRL.</p> <p>Muestra</p> <p>La comercialización de los 30 000 kilos de papa nativa Peruánita de Aderscorp SRL en CencosudRetail Perú S.A., 2016.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Costo de Comercialización Variable</p> <hr/> <p>Variable Dependiente</p> <p>Margen de Contribución</p>	<p>La investigación será de diseño No Experimental, Transversal Correlacional:</p> <p>No Experimental, porque implica la observación del hecho en su condición natural sin intervención del investigador.</p> <p>Transversal porque se recolectarán los datos en un sólo momento, en un tiempo único y Correlacional porque se medirá la relación entre Costo de Comercialización con el Margen de Contribución en la venta de Papa Nativa Peruánita, en CencosudRetail Perú S.A.</p>	<p>Ficha de Observación:</p> <p>En este tipo de fichas se registra los datos obtenidos a través de la observación.</p>

2. Fichas de Observación

a. ANEXO n.º 2: Ficha de Observación N° 1

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE ADQUISICIÓN
AÑO 2016
VARIEDAD DE PAPA NATIVA: PERUANITA
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

DESCRIPCIÓN	Kg de papa	Costo Unitario*	COSTO TOTAL DE ADQUISICIÓN
Enero	2 450	S/. 1,50	S/. 3 675,00
Febrero	2 550	S/. 1,50	S/. 3 825,00
Marzo	2 430	S/. 1,50	S/. 3 645,00
Abril	2 560	S/. 1,50	S/. 3 840,00
Mayo	2 400	S/. 1,50	S/. 3 600,00
Junio	2 500	S/. 1,50	S/. 3 750,00
Julio	2 450	S/. 1,50	S/. 3 675,00
Agosto	2 450	S/. 1,50	S/. 3 675,00
Setiembre	2 580	S/. 1,50	S/. 3 870,00
Octubre	2 470	S/. 1,50	S/. 3 705,00
Noviembre	2 570	S/. 1,50	S/. 3 855,00
Diciembre	2 590	S/. 1,50	S/. 3 885,00
TOTAL	30 000	S/. -	S/. 45 000,00

* Costo fijo debido a contrato realizado con los productores

Fuente: Aderscorp SRL

b. ANEXO n.º 3: Ficha de Observación N° 2

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE ALMACENAMIENTO
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

DESCRIPCIÓN	Agua			Luz	Alquiler Almacén	COSTO TOTAL DE ALMACENAMIENTO
	Kg de papa	Costo Unitario	Costo Total			
Enero	2 450	S/. 0,01	S/. 26,99	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 144,57
Febrero	2 550	S/. 0,01	S/. 28,09	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 145,68
Marzo	2 430	S/. 0,01	S/. 26,77	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 144,35
Abril	2 560	S/. 0,01	S/. 28,20	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 145,79
Mayo	2 400	S/. 0,01	S/. 26,44	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 144,02
Junio	2 500	S/. 0,01	S/. 27,54	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 145,12
Julio	2 450	S/. 0,01	S/. 26,99	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 144,57
Agosto	2 450	S/. 0,01	S/. 26,99	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 144,57
Setiembre	2 580	S/. 0,01	S/. 28,42	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 146,01
Octubre	2 470	S/. 0,01	S/. 27,21	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 144,79
Noviembre	2 570	S/. 0,01	S/. 28,31	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 145,90
Diciembre	2 590	S/. 0,01	S/. 28,53	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 146,12
TOTAL	30 000	S/. -	S/. 330,48	S/. 286,02	S/. 1 125,00	S/. 1 741,50

Cálculo

Concepto	Valor de venta	Kg. Total de Papa	Costo Unitario
Agua Anual	S/. 661,02	48 000	S/. 0,014

Concepto	Valor de venta	Kg. Total de Papa	Kg. de Papa Peruanita	Coficiente	Costo para Papa Peruanita
Luz Anual	S/. 457,63	48 000	30 000	0,63	S/. 286,02
Alquiler anual	S/. 1 800,00	48 000	30 000	0,63	S/. 1 125,00

Fuente: Aderscorp SRL

c. ANEXO n.º 4: Ficha de Observación N° 3

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE COSTALES
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)**

DESCRIPCIÓN	Costo de Costales		COSTO TOTAL DE COSTALES
	Costo Unitario	Unidades (Costales)*	
Enero	S/. 1,00	54	S/. 54,44
Febrero	S/. 1,00	57	S/. 56,67
Marzo	S/. 1,00	54	S/. 54,00
Abril	S/. 1,00	57	S/. 56,89
Mayo	S/. 1,00	53	S/. 53,33
Junio	S/. 1,00	56	S/. 55,56
Julio	S/. 1,00	54	S/. 54,44
Agosto	S/. 1,00	54	S/. 54,44
Setiembre	S/. 1,00	57	S/. 57,33
Octubre	S/. 1,00	55	S/. 54,89
Noviembre	S/. 1,00	57	S/. 57,11
Diciembre	S/. 1,00	58	S/. 57,56
TOTAL	S/. -	667	S/. 666,67

Cálculo

* Unidades (costales):

$$\text{Kg} / \text{Costal} = 2450\text{kg} / 45 = 54 \text{ Costales}$$

Fuente: Aderscorp SRL

d. ANEXO n.º5: Ficha de Observación N° 4

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 4
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE MANIPULEO
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

DESCRIPCIÓN	Kg de papa	Estibador 1			Estibador 2			COSTO TOTAL DE MANIPULEO
		Costo por Hora	Cantidad de Horas*	Costo total	Costo por Hora	Cantidad de Horas*	Costo total	
Enero	2 450	S/. 4,69	98	S/. 459,38	S/. 4,69	98	S/. 459,38	S/. 918,75
Febrero	2 550	S/. 4,69	102	S/. 478,13	S/. 4,69	102	S/. 478,13	S/. 956,25
Marzo	2 430	S/. 4,69	97	S/. 455,63	S/. 4,69	97	S/. 455,63	S/. 911,25
Abril	2 560	S/. 4,69	102	S/. 480,00	S/. 4,69	102	S/. 480,00	S/. 960,00
Mayo	2 400	S/. 4,69	96	S/. 450,00	S/. 4,69	96	S/. 450,00	S/. 900,00
Junio	2 500	S/. 4,69	100	S/. 468,75	S/. 4,69	100	S/. 468,75	S/. 937,50
Julio	2 450	S/. 4,69	98	S/. 459,38	S/. 4,69	98	S/. 459,38	S/. 918,75
Agosto	2 450	S/. 4,69	98	S/. 459,38	S/. 4,69	98	S/. 459,38	S/. 918,75
Setiembre	2 580	S/. 4,69	103	S/. 483,75	S/. 4,69	103	S/. 483,75	S/. 967,50
Octubre	2 470	S/. 4,69	99	S/. 463,13	S/. 4,69	99	S/. 463,13	S/. 926,25
Noviembre	2 570	S/. 4,69	103	S/. 481,88	S/. 4,69	103	S/. 481,88	S/. 963,75
Diciembre	2 590	S/. 4,69	104	S/. 485,63	S/. 4,69	104	S/. 485,63	S/. 971,25
TOTAL	30 000	S/. -	1 200	S/. 5 625,00	S/. -	1 200	S/. 5 625,00	S/. 11 250,00

Cálculo:

Concepto	Sueldo	Cantidad de Horas Trabajadas	Costo Unitario
Costo por Hora	S/. 750,00	160	S/. 4,69

* Las cantidad de horas trabajadas fueron obtenidas en la recolección de datos

Fuente: Aderscorp SRL

e. ANEXO n.º 6: Ficha de Observación N° 5

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 5
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE PÉRDIDAS
AÑO 2016
VARIEDAD DE PAPA NATIVA: PERUANITA
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)**

DESCRIPCIÓN	Kg de papa	Costo de Adquisición de papa	Merma de papa nativa Kg. (5%)*	COSTO TOTAL DE PÉRDIDAS
Enero	2 450	S/. 1,50	123	S/. 183,75
Febrero	2 550	S/. 1,50	128	S/. 191,25
Marzo	2 430	S/. 1,50	122	S/. 182,25
Abril	2 560	S/. 1,50	128	S/. 192,00
Mayo	2 400	S/. 1,50	120	S/. 180,00
Junio	2 500	S/. 1,50	125	S/. 187,50
Julio	2 450	S/. 1,50	123	S/. 183,75
Agosto	2 450	S/. 1,50	123	S/. 183,75
Setiembre	2 580	S/. 1,50	129	S/. 193,50
Octubre	2 470	S/. 1,50	124	S/. 185,25
Noviembre	2 570	S/. 1,50	129	S/. 192,75
Diciembre	2 590	S/. 1,50	130	S/. 194,25
TOTAL	30 000	S/. -	1 500	S/. 2 250,00

* Según la información proporcionada por el especialista encargado del proyecto

Fuente: Aderscorp SRL

f. ANEXO n.º 7: Ficha de Observación N° 6

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 6
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE TRANSPORTE EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A.
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)**

DESCRIPCIÓN	Costo unitario	Kg de papa	COSTO TOTAL DE TRANSPORTE
Enero	S/. 0,05	2 450	S/. 124,58
Febrero	S/. 0,05	2 550	S/. 129,66
Marzo	S/. 0,05	2 430	S/. 123,56
Abril	S/. 0,05	2 560	S/. 130,17
Mayo	S/. 0,05	2 400	S/. 122,03
Junio	S/. 0,05	2 500	S/. 127,12
Julio	S/. 0,05	2 450	S/. 124,58
Agosto	S/. 0,05	2 450	S/. 124,58
Setiembre	S/. 0,05	2 580	S/. 131,19
Octubre	S/. 0,05	2 470	S/. 125,59
Noviembre	S/. 0,05	2 570	S/. 130,68
Diciembre	S/. 0,05	2 590	S/. 131,69
TOTAL	S/. -	30 000	S/. 1 525,42

Fuente: Aderscorp SRL

g. ANEXO n.º 8: Ficha de Observación N° 7

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 7
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE COMERCIALIZACIÓN EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A.
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

DESCRIPCIÓN	Costo de Adquisición (1)	Costo de Almacenamiento (2)	Costo de Costales (3)	Costo de Manipuleo (4)	Costo de Transporte (5)	COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN
Enero	S/. 3 675,00	S/. 144,57	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 124,58	S/. 4 917,34
Febrero	S/. 3 825,00	S/. 145,68	S/. 56,67	S/. 956,25	S/. 129,66	S/. 5 113,25
Marzo	S/. 3 645,00	S/. 144,35	S/. 54,00	S/. 911,25	S/. 123,56	S/. 4 878,16
Abril	S/. 3 840,00	S/. 145,79	S/. 56,89	S/. 960,00	S/. 130,17	S/. 5 132,84
Mayo	S/. 3 600,00	S/. 144,02	S/. 53,33	S/. 900,00	S/. 122,03	S/. 4 819,39
Junio	S/. 3 750,00	S/. 145,12	S/. 55,56	S/. 937,50	S/. 127,12	S/. 5 015,30
Julio	S/. 3 675,00	S/. 144,57	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 124,58	S/. 4 917,34
Agosto	S/. 3 675,00	S/. 144,57	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 124,58	S/. 4 917,34
Setiembre	S/. 3 870,00	S/. 146,01	S/. 57,33	S/. 967,50	S/. 131,19	S/. 5 172,03
Octubre	S/. 3 705,00	S/. 144,79	S/. 54,89	S/. 926,25	S/. 125,59	S/. 4 956,53
Noviembre	S/. 3 855,00	S/. 145,90	S/. 57,11	S/. 963,75	S/. 130,68	S/. 5 152,43
Diciembre	S/. 3 885,00	S/. 146,12	S/. 57,56	S/. 971,25	S/. 131,69	S/. 5 191,62
TOTAL	S/. 45 000,00	S/. 1 741,50	S/. 666,67	S/. 11 250,00	S/. 1 525,42	S/. 60 183,59

Referencia:

- (1) Ficha de Observación N° 1
- (2) Ficha de Observación N° 2
- (3) Ficha de Observación N° 3
- (4) Ficha de Observación N° 4
- (5) Ficha de Observación N° 6

Fuente: Aderscorp SRL

h. ANEXO n.º 9: Ficha de Observación N° 8

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 8
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE TRANSPORTE EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A.
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

DESCRIPCIÓN	Costo unitario	Cantidad (kg)	COSTO TOTAL DE TRANSPORTE
Enero	S/. 0,22	2 450	S/. 539,83
Febrero	S/. 0,22	2 550	S/. 561,86
Marzo	S/. 0,22	2 430	S/. 535,42
Abril	S/. 0,22	2 560	S/. 564,07
Mayo	S/. 0,22	2 400	S/. 528,81
Junio	S/. 0,22	2 500	S/. 550,85
Julio	S/. 0,22	2 450	S/. 539,83
Agosto	S/. 0,22	2 450	S/. 539,83
Setiembre	S/. 0,22	2 580	S/. 568,47
Octubre	S/. 0,22	2 470	S/. 544,24
Noviembre	S/. 0,22	2 570	S/. 566,27
Diciembre	S/. 0,22	2 590	S/. 570,68
TOTAL	S/. -	30 000	S/. 6 610,17

i. ANEXO n.º 10: Ficha de Observación N° 9

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 9
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DEL SEGURO EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A.
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)**

DESCRIPCIÓN	Costo del Seguro Unitario	Kg de papa	COSTO DEL SEGURO
Enero	S/. 0,18	2 450	S/. 450,00
Febrero	S/. 0,18	2 550	S/. 450,00
Marzo	S/. 0,19	2 430	S/. 450,00
Abril	S/. 0,18	2 560	S/. 450,00
Mayo	S/. 0,19	2 400	S/. 450,00
Junio	S/. 0,18	2 500	S/. 450,00
Julio	S/. 0,18	2 450	S/. 450,00
Agosto	S/. 0,18	2 450	S/. 450,00
Setiembre	S/. 0,17	2 580	S/. 450,00
Octubre	S/. 0,18	2 470	S/. 450,00
Noviembre	S/. 0,18	2 570	S/. 450,00
Diciembre	S/. 0,17	2 590	S/. 450,00
TOTAL	S/. -	30 000	S/. 5 400,00

j. ANEXO n.º 11: Ficha de Observación N° 10

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 10
EMPRESA ADERSCORP SRL
PRECIO DE VENTA UNITARIO EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A.
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)**

DESCRIPCIÓN	Precio de Venta Unitario	IGV	Valor de Venta Unitario
Enero	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Febrero	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Marzo	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Abril	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Mayo	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Junio	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Julio	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Agosto	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Setiembre	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Octubre	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Noviembre	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30
Diciembre	S/. 2,30	S/. -	S/. 2,30

k. ANEXO n.º 12: Ficha de Observación N° 11

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 11
EMPRESA ADERSCORP SRL
COSTO DE COMERCIALIZACIÓN EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A.
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

DESCRIPCIÓN	Costo de Adquisición (1)	Costo de Almacenamiento (2)	Costo de Costales (3)	Costo de Manipuleo (4)	Costo de Pérdidas (5)	Costo del Seguro (6)	Costo de Transporte (7)	COSTO DE COMERCIALIZACIÓN
Enero	S/. 3 675,00	S/. 144,57	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 183,75	S/. 450,00	S/. 539,83	S/. 5 966,35
Febrero	S/. 3 825,00	S/. 145,68	S/. 56,67	S/. 956,25	S/. 191,25	S/. 450,00	S/. 561,86	S/. 6 186,71
Marzo	S/. 3 645,00	S/. 144,35	S/. 54,00	S/. 911,25	S/. 182,25	S/. 450,00	S/. 535,42	S/. 5 922,28
Abril	S/. 3 840,00	S/. 145,79	S/. 56,89	S/. 960,00	S/. 192,00	S/. 450,00	S/. 564,07	S/. 6 208,74
Mayo	S/. 3 600,00	S/. 144,02	S/. 53,33	S/. 900,00	S/. 180,00	S/. 450,00	S/. 528,81	S/. 5 856,17
Junio	S/. 3 750,00	S/. 145,12	S/. 55,56	S/. 937,50	S/. 187,50	S/. 450,00	S/. 550,85	S/. 6 076,53
Julio	S/. 3 675,00	S/. 144,57	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 183,75	S/. 450,00	S/. 539,83	S/. 5 966,35
Agosto	S/. 3 675,00	S/. 144,57	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 183,75	S/. 450,00	S/. 539,83	S/. 5 966,35
Setiembre	S/. 3 870,00	S/. 146,01	S/. 57,33	S/. 967,50	S/. 193,50	S/. 450,00	S/. 568,47	S/. 6 252,81
Octubre	S/. 3 705,00	S/. 144,79	S/. 54,89	S/. 926,25	S/. 185,25	S/. 450,00	S/. 544,24	S/. 6 010,42
Noviembre	S/. 3 855,00	S/. 145,90	S/. 57,11	S/. 963,75	S/. 192,75	S/. 450,00	S/. 566,27	S/. 6 230,78
Diciembre	S/. 3 885,00	S/. 146,12	S/. 57,56	S/. 971,25	S/. 194,25	S/. 450,00	S/. 570,68	S/. 6 274,85
TOTAL	S/. 45 000,00	S/. 1 741,50	S/. 666,67	S/. 11 250,00	S/. 2 250,00	S/. 5 400,00	S/. 6 610,17	S/. 72 918,33

Referencia:

- (1) Ficha de Observación N° 1
- (2) Ficha de Observación N° 2
- (3) Ficha de Observación N° 3
- (4) Ficha de Observación N° 4
- (5) Ficha de Observación N° 5
- (6) Ficha de Observación N° 9
- (7) Ficha de Observación N° 8

I. ANEXO n.º 13: Ficha de Observación N° 12

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 12
EMPRESA ADERSCORP SRL
PRECIO DE VENTA UNITARIO EN CENCOSUD RETAIL PERÚ S.A.
AÑO 2016
(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)**

DESCRIPCIÓN	Precio de Venta Unitario	IGV	Valor de Venta Unitario
Enero	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Febrero	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Marzo	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Abril	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Mayo	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Junio	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Julio	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Agosto	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Setiembre	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Octubre	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Noviembre	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30
Diciembre	S/. 3,30	S/. -	S/. 3,30

3. Consolidados

a. ANEXO n.º 14: Estado de Costo de Servicio en CencosudRetail Perú S.A. año 2016

Estado de Costo de Servicio
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS									COSTOS INDIRECTOS				COSTO TOTAL DE SERVICIO	
	MATERIALES			MANO DE OBRA		SERVICIOS/OTROS				TOTAL COSTOS DIRECTOS	SERVICIOS				TOTAL COSTOS INDIRECTOS
	Costo de Adquisición (1)	Costo de Costales (2)	COSTO TOTAL DE MATERIALES	Costo de Manipuleo (3)	COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA	Costo del Agua (4)	Costo de Transporte (5)	COSTO TOTAL SERVICIOS/OTROS	Costo de Alquiler (6)		Costo de Luz (7)	COSTO TOTAL SERVICIOS			
Enero	S/. 3 675,00	S/. 54,44	S/. 3 729,44	S/. 918,75	S/. 918,75	S/. 26,99	S/. 124,58	S/. 151,57	S/. 4 799,76	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 4 917,34	
Febrero	S/. 3 825,00	S/. 56,67	S/. 3 881,67	S/. 956,25	S/. 956,25	S/. 28,09	S/. 129,66	S/. 157,75	S/. 4 995,67	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 5 113,25	
Marzo	S/. 3 645,00	S/. 54,00	S/. 3 699,00	S/. 911,25	S/. 911,25	S/. 26,77	S/. 123,56	S/. 150,33	S/. 4 760,58	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 4 878,16	
Abril	S/. 3 840,00	S/. 56,89	S/. 3 896,89	S/. 960,00	S/. 960,00	S/. 28,20	S/. 130,17	S/. 158,37	S/. 5 015,26	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 5 132,84	
Mayo	S/. 3 600,00	S/. 53,33	S/. 3 653,33	S/. 900,00	S/. 900,00	S/. 26,44	S/. 122,03	S/. 148,47	S/. 4 701,81	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 4 819,39	
Junio	S/. 3 750,00	S/. 55,56	S/. 3 805,56	S/. 937,50	S/. 937,50	S/. 27,54	S/. 127,12	S/. 154,66	S/. 4 897,71	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 5 015,30	
Julio	S/. 3 675,00	S/. 54,44	S/. 3 729,44	S/. 918,75	S/. 918,75	S/. 26,99	S/. 124,58	S/. 151,57	S/. 4 799,76	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 4 917,34	
Agosto	S/. 3 675,00	S/. 54,44	S/. 3 729,44	S/. 918,75	S/. 918,75	S/. 26,99	S/. 124,58	S/. 151,57	S/. 4 799,76	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 4 917,34	
Setiembre	S/. 3 870,00	S/. 57,33	S/. 3 927,33	S/. 967,50	S/. 967,50	S/. 28,42	S/. 131,19	S/. 159,61	S/. 5 054,44	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 5 172,03	
Octubre	S/. 3 705,00	S/. 54,89	S/. 3 759,89	S/. 926,25	S/. 926,25	S/. 27,21	S/. 125,59	S/. 152,80	S/. 4 838,94	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 4 956,53	
Noviembre	S/. 3 855,00	S/. 57,11	S/. 3 912,11	S/. 963,75	S/. 963,75	S/. 28,31	S/. 130,68	S/. 158,99	S/. 5 034,85	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 5 152,43	
Diciembre	S/. 3 885,00	S/. 57,56	S/. 3 942,56	S/. 971,25	S/. 971,25	S/. 28,53	S/. 131,69	S/. 160,23	S/. 5 074,03	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 117,58	S/. 117,58	S/. 5 191,62	
TOTAL	S/. 45 000,00	S/. 666,67	S/. 45 666,67	S/. 11 250,00	S/. 11 250,00	S/. 330,48	S/. 1 525,42	S/. 1 855,90	S/. 58 772,57	S/. 1 125,00	S/. 286,02	S/. 1 411,02	S/. 1 411,02	S/. 60 183,59	

Referencia:

- (1) Ficha de Observación N° 1
- (2) Ficha de Observación N° 3
- (3) Ficha de Observación N° 4
- (4) Ficha de Observación N° 2
- (5) Ficha de Observación N° 6
- (6) Ficha de Observación N° 2
- (7) Ficha de Observación N° 2

b. ANEXO n.º 15: Consolidado N° 1: Distribución de los Costos de Comercialización Variables y Fijos en CencosudRetail Perú S.A. año 2016

Consolidado N° 1: Distribución de los Costos de Comercialización Variables y Fijos en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

DESCRIPCIÓN	COSTOS VARIABLES (1)						COSTOS FIJOS (2)			COSTO TOTAL
	Costo de Adquisición	Costo de Agua	Costo de Costales	Costo de Manipuleo	Costo de Transporte	COSTO VARIABLE TOTAL	Costo de Almacenamiento		COSTO FIJO TOTAL	
							Costo de Luz	Costo de Alquiler		
Enero	S/. 3 675,00	S/. 26,99	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 124,58	S/. 4 799,76	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 4 917,34
Febrero	S/. 3 825,00	S/. 28,09	S/. 56,67	S/. 956,25	S/. 129,66	S/. 4 995,67	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 5 113,25
Marzo	S/. 3 645,00	S/. 26,77	S/. 54,00	S/. 911,25	S/. 123,56	S/. 4 760,58	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 4 878,16
Abril	S/. 3 840,00	S/. 28,20	S/. 56,89	S/. 960,00	S/. 130,17	S/. 5 015,26	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 5 132,84
Mayo	S/. 3 600,00	S/. 26,44	S/. 53,33	S/. 900,00	S/. 122,03	S/. 4 701,81	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 4 819,39
Junio	S/. 3 750,00	S/. 27,54	S/. 55,56	S/. 937,50	S/. 127,12	S/. 4 897,71	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 5 015,30
Julio	S/. 3 675,00	S/. 26,99	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 124,58	S/. 4 799,76	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 4 917,34
Agosto	S/. 3 675,00	S/. 26,99	S/. 54,44	S/. 918,75	S/. 124,58	S/. 4 799,76	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 4 917,34
Setiembre	S/. 3 870,00	S/. 28,42	S/. 57,33	S/. 967,50	S/. 131,19	S/. 5 054,44	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 5 172,03
Octubre	S/. 3 705,00	S/. 27,21	S/. 54,89	S/. 926,25	S/. 125,59	S/. 4 838,94	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 4 956,53
Noviembre	S/. 3 855,00	S/. 28,31	S/. 57,11	S/. 963,75	S/. 130,68	S/. 5 034,85	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 5 152,43
Diciembre	S/. 3 885,00	S/. 28,53	S/. 57,56	S/. 971,25	S/. 131,69	S/. 5 074,03	S/. 23,83	S/. 93,75	S/. 117,58	S/. 5 191,62
TOTAL	S/. 45 000,00	S/. 330,48	S/. 666,67	S/. 11 250,00	S/. 1 525,42	S/. 58 772,57	S/. 286,02	S/. 1 125,00	S/. 1 411,02	S/. 60 183,59

Referencia:

(1) Estado de costo de servicio en Cajamarca

(2) Estado de costo de servicio en Cajamarca

c. ANEXO n.º 16: Estado de resultados por Costeo Directo en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016

Estado de Resultados por Costeo Directo N° 1: En CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

DESCRIPCIÓN	Kg de papa	Valor de Venta Unitario	Ventas	Costos Variables	Margen de Contribución Total	Costo Fijos	Utilidad Bruta
Enero	2 450	S/. 2,30	S/. 5 635,00	S/. 4 799,76	S/. 835,24	S/. 117,58	S/. 717,66
Febrero	2 550	S/. 2,30	S/. 5 865,00	S/. 4 995,67	S/. 869,33	S/. 117,58	S/. 751,75
Marzo	2 430	S/. 2,30	S/. 5 589,00	S/. 4 760,58	S/. 828,42	S/. 117,58	S/. 710,84
Abril	2 560	S/. 2,30	S/. 5 888,00	S/. 5 015,26	S/. 872,74	S/. 117,58	S/. 755,16
Mayo	2 400	S/. 2,30	S/. 5 520,00	S/. 4 701,81	S/. 818,19	S/. 117,58	S/. 700,61
Junio	2 500	S/. 2,30	S/. 5 750,00	S/. 4 897,71	S/. 852,29	S/. 117,58	S/. 734,70
Julio	2 450	S/. 2,30	S/. 5 635,00	S/. 4 799,76	S/. 835,24	S/. 117,58	S/. 717,66
Agosto	2 450	S/. 2,30	S/. 5 635,00	S/. 4 799,76	S/. 835,24	S/. 117,58	S/. 717,66
Setiembre	2 580	S/. 2,30	S/. 5 934,00	S/. 5 054,44	S/. 879,56	S/. 117,58	S/. 761,97
Octubre	2 470	S/. 2,30	S/. 5 681,00	S/. 4 838,94	S/. 842,06	S/. 117,58	S/. 724,47
Noviembre	2 570	S/. 2,30	S/. 5 911,00	S/. 5 034,85	S/. 876,15	S/. 117,58	S/. 758,57
Diciembre	2 590	S/. 2,30	S/. 5 957,00	S/. 5 074,03	S/. 882,97	S/. 117,58	S/. 765,38
TOTAL	30 000	-	S/. 69 000,00	S/. 58 772,57	S/. 10 227,43	S/. 1 411,02	S/. 8 816,41

**d. ANEXO n.º 17: Estado de Resultados por Costeo
Absorbente N° 2**

**Estado de Resultados por Costeo Absorbente N° 2: En
CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)**

DESCRIPCIÓN	Ventas	Costos de Ventas	Utilidad Bruta
Enero	S/. 5 635,00	S/. 4 917,34	S/. 717,66
Febrero	S/. 5 865,00	S/. 5 113,25	S/. 751,75
Marzo	S/. 5 589,00	S/. 4 878,16	S/. 710,84
Abril	S/. 5 888,00	S/. 5 132,84	S/. 755,16
Mayo	S/. 5 520,00	S/. 4 819,39	S/. 700,61
Junio	S/. 5 750,00	S/. 5 015,30	S/. 734,70
Julio	S/. 5 635,00	S/. 4 917,34	S/. 717,66
Agosto	S/. 5 635,00	S/. 4 917,34	S/. 717,66
Setiembre	S/. 5 934,00	S/. 5 172,03	S/. 761,97
Octubre	S/. 5 681,00	S/. 4 956,53	S/. 724,47
Noviembre	S/. 5 911,00	S/. 5 152,43	S/. 758,57
Diciembre	S/. 5 957,00	S/. 5 191,62	S/. 765,38
TOTAL	S/. 69 000,00	S/. 60 183,59	S/. 8 816,41

e. ANEXO n.º 18: Estado de Costo de Servicio N° 2

Estado de Costo de Servicio N° 2: En CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)

DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS										COSTOS INDIRECTOS					COSTO TOTAL DE SERVICIO	
	MATERIALES			MANO DE OBRA		SERVICIOS/OTROS					TOTAL COSTOS DIRECTOS	SERVICIOS					TOTAL COSTOS INDIRECTOS
	Costo de Adquisición (1)	Costo de Costales (2)	COSTO TOTAL DE MATERIALES	Costo de Manipuleo (3)	COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA	Costo del Agua (4)	Costo de Pérdidas (5)	Costo de Transporte (6)	COSTO TOTAL SERVICIOS/ OTROS	Costo de Alquiler (7)		Costo de Luz (8)	Costo del Seguro (9)	COSTO TOTAL SERVICIOS			
Enero	S/. 3 675,00	S/. 54,44	S/. 3 729,44	S/. 918,75	S/. 918,75	S/. 26,99	S/. 183,75	S/. 539,83	S/. 750,57	S/. 5 398,76	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 5 966,35	
Febrero	S/. 3 825,00	S/. 56,67	S/. 3 881,67	S/. 956,25	S/. 956,25	S/. 28,09	S/. 191,25	S/. 561,86	S/. 781,21	S/. 5 619,12	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 6 186,71	
Marzo	S/. 3 645,00	S/. 54,00	S/. 3 699,00	S/. 911,25	S/. 911,25	S/. 26,77	S/. 182,25	S/. 535,42	S/. 744,44	S/. 5 354,69	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 5 922,28	
Abril	S/. 3 840,00	S/. 56,89	S/. 3 896,89	S/. 960,00	S/. 960,00	S/. 28,20	S/. 192,00	S/. 564,07	S/. 784,27	S/. 5 641,16	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 6 208,74	
Mayo	S/. 3 600,00	S/. 53,33	S/. 3 653,33	S/. 900,00	S/. 900,00	S/. 26,44	S/. 180,00	S/. 528,81	S/. 735,25	S/. 5 288,59	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 5 856,17	
Junio	S/. 3 750,00	S/. 55,56	S/. 3 805,56	S/. 937,50	S/. 937,50	S/. 27,54	S/. 187,50	S/. 550,85	S/. 765,89	S/. 5 508,94	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 6 076,53	
Julio	S/. 3 675,00	S/. 54,44	S/. 3 729,44	S/. 918,75	S/. 918,75	S/. 26,99	S/. 183,75	S/. 539,83	S/. 750,57	S/. 5 398,76	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 5 966,35	
Agosto	S/. 3 675,00	S/. 54,44	S/. 3 729,44	S/. 918,75	S/. 918,75	S/. 26,99	S/. 183,75	S/. 539,83	S/. 750,57	S/. 5 398,76	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 5 966,35	
Setiembre	S/. 3 870,00	S/. 57,33	S/. 3 927,33	S/. 967,50	S/. 967,50	S/. 28,42	S/. 193,50	S/. 568,47	S/. 790,40	S/. 5 685,23	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 6 252,81	
Octubre	S/. 3 705,00	S/. 54,89	S/. 3 759,89	S/. 926,25	S/. 926,25	S/. 27,21	S/. 185,25	S/. 544,24	S/. 756,70	S/. 5 442,84	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 6 010,42	
Noviembre	S/. 3 855,00	S/. 57,11	S/. 3 912,11	S/. 963,75	S/. 963,75	S/. 28,31	S/. 192,75	S/. 566,27	S/. 787,33	S/. 5 663,19	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 6 230,78	
Diciembre	S/. 3 885,00	S/. 57,56	S/. 3 942,56	S/. 971,25	S/. 971,25	S/. 28,53	S/. 194,25	S/. 570,68	S/. 793,46	S/. 5 707,26	S/. 93,75	S/. 23,83	S/. 450,00	S/. 567,58	S/. 567,58	S/. 6 274,85	
TOTAL	S/. 45 000,00	S/. 666,67	S/. 45 666,67	S/. 11 250,00	S/. 11 250,00	S/. 330,48	S/. 2 250,00	S/. 6 610,17	S/. 9 190,65	S/. 66 107,32	S/. 1 125,00	S/. 286,02	S/. 5 400,00	S/. 6 811,02	S/. 6 811,02	S/. 72 918,33	

Referencia:

- (1) Ficha de Observacion N° 1
- (2) Ficha de Observacion N° 3
- (3) Ficha de Observacion N° 4
- (4) Ficha de Observacion N° 2
- (5) Ficha de Observacion N° 6
- (6) Ficha de Observacion N° 2
- (7) Ficha de Observacion N° 2
- (8) Ficha de Observacion N° 2
- (9) Ficha de Observacion N° 9

**f. ANEXO n.º 19: Estado de Resultados por Costeo
Absorbente en CencosudRetail Perú S.A. del año 2016**

**Estado de Resultados por Costeo Absorbente N° 4: En
CencosudRetail Perú S.A. del año 2016
Empresa Aderscorp SRL
(Expresado en Nuevos Soles)**

DESCRIPCIÓN	Ventas	Costos de Ventas	Utilidad Bruta
Enero	S/. 8 085,00	S/. 5 966,35	S/. 2 118,65
Febrero	S/. 8 415,00	S/. 6 186,71	S/. 2 228,29
Marzo	S/. 8 019,00	S/. 5 922,28	S/. 2 096,72
Abril	S/. 8 448,00	S/. 6 208,74	S/. 2 239,26
Mayo	S/. 7 920,00	S/. 5 856,17	S/. 2 063,83
Junio	S/. 8 250,00	S/. 6 076,53	S/. 2 173,47
Julio	S/. 8 085,00	S/. 5 966,35	S/. 2 118,65
Agosto	S/. 8 085,00	S/. 5 966,35	S/. 2 118,65
Setiembre	S/. 8 514,00	S/. 6 252,81	S/. 2 261,19
Octubre	S/. 8 151,00	S/. 6 010,42	S/. 2 140,58
Noviembre	S/. 8 481,00	S/. 6 230,78	S/. 2 250,22
Diciembre	S/. 8 547,00	S/. 6 274,85	S/. 2 272,15
TOTAL	S/. 99 000,00	S/. 72 918,33	S/. 26 081,67