

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA, AGRONEGOCIOS
Y BIOTECNOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN
AGRONEGOCIOS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERA EN AGRONEGOCIOS**

**“ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA
FINANCIERA DE LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LÁCTEOS MONTAÑA
DORADA, LEVANTO-2022”**

**Autora: Bach. Karen Yajayra Torrejon Zuta
Asesores: Mg. Lenin Yoél Delgado Santillán
Mg. Jonathan Campos Trigoso**

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2023

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Torrejón Zuta Karen Yajayra
DNI N°: 73752972
Correo electrónico: 7375297262@UNTRM.edu.pe
Facultad: Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología
Escuela Profesional: Ingeniería en Agronegocios

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
DNI N°: _____
Correo electrónico: _____
Facultad: _____
Escuela Profesional: _____

2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

"Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y Comercialización de lacteos Montaña Dorada, Levanto - 2022"

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Delgado Santillán Lenin Yoel
DNI, Pasaporte, C.E N°: 43209135
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) <https://orcid.org/0000-0001-7404-0112>

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: Campos Trigosso Jonathan Alberto
DNI, Pasaporte, C.E N°: 45861852
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) <https://orcid.org/0000-0002-4605-6005>

4. Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica- Inmunología)

https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html
5.02.00 Economía, negocios.

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

6. Autorización de publicación

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 03 / mayo / 2023



Firma del autor 1


Firma del Asesor 1

Firma del autor 2


Firma del Asesor 2

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a Dios por guiarme por el camino del bien y a todos mis seres queridos que me han brindado su apoyo incondicional, aunque algunos ya no están en este mundo, sus recuerdos los llevaré siempre en mi mente y en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer infinitamente a mi madre: Magna Zuta Quintana, por ser mi principal motivo para concluir con mis estudios profesionales y llevar a cabo el desarrollo de esta tesis, por su apoyo moral y por todos sus consejos que día a día me fortalecieron.

Un agradecimiento especial a mis abuelitos: María Quintana Tafur porque siempre confío en que lograría cada meta que me he trazado a lo largo de mi vida y a mi abuelito Hildebrando Zuta Vilca por todo su amor incondicional que me brindó y que ahora desde el cielo sigue guiando mis pasos.

Un agradecimiento sincero a mis tíos Elizabeth Zuta Quintana y Roger Alberto Montano Ricce porque siempre confiaron en que lo lograría, por apoyarme para crecer profesionalmente y por sus palabras de aliento que me ayudaron a ser mejor persona.

Un agradecimiento afectivo a mis amigos y familiares que de una u otra manera me brindaron su ayuda durante el desarrollo de esta tesis.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO
RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Ph.D. Jorge Luis Maicelo Quintana

Rector

Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres

Vicerrector Académico

Dra. María Nelly Luján Espinoza

Vicerrectora de Investigación

Dr. Héctor Vladimir Vásquez Pérez

Decano de la Facultad de Ingeniería Zootecnista,
Agronegocios y Biotecnología

VISTO BUENO DEL ASESOR 1 DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y Comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanto 2022. del egresado Karen Yajaira Torreón Zúta de la Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios. de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 20 de Octubre de 2022



Firma y nombre completo del Asesor
Lenin Yoel Delgado Santillán

VISTO BUENO DEL ASESOR 2 DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, levanto 2022; del egresado Karen Yajaira Torrejón Iuta de la Facultad de Ingeniería Zootecnista Agonegocios y Biotecnología, Escuela Profesional de Ingeniería en Agonegocios de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 20 de octubre de 2022




Firma y nombre completo del Asesor

Jonathan Alberto Ceapros Triguero

JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Dr. Raúl Rabanal Oyarce
Presidente



Ing. Nelson Oswaldo Parejas Quevedo
Secretario



Mg. Leonardo Napoleón Mendoza Zumaeta
Vocal

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y
comercialización de lotes Montaña Dorada, Levanta 2022.

presentada por el estudiante (egresado (x) Karen Yacenia Torrealba Zota
de la Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios

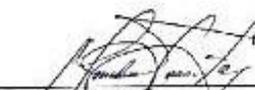
con correo electrónico institucional 7375297262@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 22 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.

Chachapoyas, 24 de Marzo del 2023


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 04 de Abril del año 2023 siendo las 11 horas, el aspirante: Karen Vajayra Torrijón Zuta, asesorado por Mg. Lenin Yael Delgado Santillán y Dr. Juan Carlos de la Cruz Campos Trujillo defiende en sesión pública presencial () a distancia () la Tesis titulada: "Análisis de la Rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanta-2022" para obtener el Título Profesional de Ingeniero en Agonegocios, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dr. Raúl Rosado Oyero

Secretario: Ing. Nelson Pajara Quevedo

Vocal: Mg. Leonardo Mendoza Zunzeta



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () por Unanimidad ()/Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

CONTENIDO GENERAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	v
VISTO BUENO DEL ASESOR 1 DE LA TESIS	vi
VISTO BUENO DEL ASESOR 2 DE LA TESIS	vii
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	viii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS	ix
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS	x
CONTENIDO GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
I. INTRODUCCIÓN	17
II. MATERIAL Y MÉTODOS	20
2.1 Método	20
2.1.1 Tipo de investigación	20
2.1.2 Diseño de investigación	20
2.2 Población y muestra	20
2.2.1 Población	20
2.2.2 Muestra	21
2.3 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	21
2.3.1 Técnicas	21
2.3.2 Instrumentos	21
2.3.3 Procedimientos de recolección	21

2.4	Análisis de Datos	21
2.5	Procedimiento para el análisis de la rentabilidad económica	22
a)	Costos variables	22
b)	Costos fijos	22
c)	Valor Actual Neto (VAN)	22
d)	Relación Beneficio Costo	23
e)	Tasa Interna de Retorno (TIR)	23
2.6	Validez	23
III.	RESULTADOS	24
3.1	Costos de producción y comercialización	24
3.2	Estudio económico financiero de la producción y comercialización	32
3.3	Determinar y calcular indicadores de rentabilidad económica - financiera	35
3.4	Propuestas de estrategias económicas y financieras al corto, mediano y largo plazo	36
3.4.1	A corto plazo	36
3.4.2	A mediano plazo	37
3.4.3	A largo plazo	37
3.5	Propuesta de comercialización	37
3.5.1	Estrategias de producto	37
3.5.2	Estrategias de precio	37
3.5.3	Estrategias de plaza	38
3.5.4	Estrategias de promoción	39
IV.	DISCUSIÓN	40
V.	CONCLUSIONES	42
VI.	RECOMENDACIONES	43
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXOS		47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costo unitario de la producción del queso tipo suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022	24
Tabla 2. Punto de equilibrio del queso suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022	25
Tabla 3. Costo unitario de producción del queso fresco (200gramos) de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022	26
Tabla 4. Punto de equilibrio del queso fresco (200gramos) de la Planta Montaña Dorada, Levanto - 2022	27
Tabla 5. Costo unitario de producción del Yogurt (1 L) de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022.	28
Tabla 6. Punto de equilibrio del Yogur de la Planta Montaña Dorada, Levanto 2022	29
Tabla 7. Costo unitario de producción del manjar blanco de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022	30
Tabla 8. Punto de equilibrio de la producción del Manjar blanco (250 g) de la Planta	31
Tabla 9. Estado de resultados del queso suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto - 2022	32
Tabla 10. Estado de resultados del queso fresco (200gramos) de la Planta Montaña Dorada, Levanto - 2022	32
Tabla 11. Estado de resultados del Yogur de la Planta Montaña Dorada, Levanto - 2022	33
Tabla 12. Estado de resultados del Manjar blanco (250 g) de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022	34
Tabla 13. Cuadro resumen del estado de resultados general de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022	34
Tabla 14. Desempeño operativo de la planta de lácteos Montaña Dorada, Levanto2022	35
Tabla 15. Indicadores de rentabilidad económica financiera para la producción y comercialización de lácteos de la empresa de lácteos Montaña Dorada Levanto 2022	36
Tabla 16. Estrategias de Precio	38
Tabla 17. Estrategias de Plaza	38
Tabla 18. Estrategias de Promoción.	39
Tabla 19. Costo total de la producción de queso suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022	61

Tabla 20. Costo total de la producción de queso fresco (200 gramos) de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022	62
Tabla 21. Costo total de la producción de yogurt de la empresa Montaña Dorada Levanto -2022	62
Tabla 22. Costo total de la producción de manjar blanco de 250 gramos de la empresa Montaña Dorada Levanto -2022	62
Tabla 23. Balance General de la producción y comercialización de la planta de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022	63
Tabla 24. Flujo de caja económico de productos lácteos de la empresa Montaña Dorada, Levanto -2022.	64
Tabla 25. Precio de venta de los productos Montaña Dorada 2022	64

RESUMEN

Comprobado algunos desajustes en la aplicación de un sistema técnico de costeo; sumado al elevado costo de los insumos alimenticios que trae como consecuencia la disminución de la rentabilidad en la producción y comercialización de derivados lácteos, lo cual repercute en no valorar correctamente el producto final en las empresas de este rubro, llevó a plantear el siguiente problema de investigación ¿Cuál es la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanto - 2022?. Se buscó analizar la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanto-2022. La metodología de investigación estuvo basada en el método descriptivo, de carácter deductivo/inductivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó, el cuestionario estructurado con 45 preguntas, validado por juicio de expertos: Coeficiente=0.83. Se obtuvo: VAN=70,872.08 soles, una Relación Beneficio Costo= 5.08 S/ y una TIR= 52%, indicando que el negocio en funcionamiento de la empresa es viable, de los 4 productos que se evaluaron, el producto más rentable es el manjar blanco, seguido del yogur, se propone incrementar la compra de la leche fresca a 10 céntimos por litro sobre el precio de las tres empresas existentes, como incentivos de mejora para la producción de lácteos de la empresa.

Palabras Clave: Rentabilidad, producción, comercialización

ABSTRACT

Checked some imbalances, in the application of a technical system of costing; Added to the high cost of food inputs that results in decreased profitability in the production and marketing of dairy products, which has repercussions in not correctly valuing the final product in companies in this area, led to the following problem of research What is the financial economic profitability of the production and commercialization of dairy products Montaña Dorada, Levanto - 2022? It was sought to analyze the financial economic profitability of the production and commercialization of dairy products Montaña Dorada, Levanto-2022. The research methodology was based on the descriptive method, of a deductive/inductive nature, non-experimental design, cross-sectional, the structured questionnaire was applied with 45 questions, validated by expert judgment: Coefficient=0.83. It was obtained: VAN=70,872.08 soles, a Cost Benefit Ratio= 5.08 S/ and an IRR= 52%, indicating that the business in operation of the company is viable, of the 4 products that were evaluated, the most profitable product is delicacy white, followed by yogurt, it is proposed to increase the purchase of fresh milk to 10 cents per liter over the price of the three existing companies, as incentives to improve the company's dairy production.

Keywords: Profitability, production, commercialization

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación, permitió evaluar la rentabilidad de la producción de derivados lácteos, y determinar propuestas y recomendaciones para superar las dificultades productivas y comerciales de la Planta de derivados lácteos Montaña Dorada, de tal manera que permita mejorar los ingresos de esta empresa y por ende de la comunidad de Levanto quienes finalmente son los que proveen la materias primas y mano de obra para elaboración de diferentes derivados lácteos especialmente yogurt y quesos destinados al mercado local, regional y nacional.

Según, Sisk & Sverdlik (1979) mencionan que; para que una empresa logre sus objetivos establecidos tiene que tener una buena coordinación especialmente en los procesos de planeación, dirección y control, actualmente la Planta presenta algunas dificultades que en adelante podría afectar a la empresa, tal es el caso que es administrada por una persona con conocimientos empíricos, entonces no se tiene un control adecuado de ingresos y egresos, este problema viene ocurriendo desde hace cuatro años. El gerente general de la empresa desconoce el proceso que se ejecuta en la Planta, lo que puede traer consigo efectos negativos al no tener sistematizado los procesos productivos y por ende los costos por cada actividad.

En este sentido, Chalcualán (2020) en su investigación titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de yogurt de tuna en el Cantón Ibarra, provincia de Imbabura”. Busco establecer la viabilidad de creación de una microempresa de producción y comercialización de yogur de tuna en el cantón de Ibarra provincia de Imbabura. Se empleó la observación directa a productores de yogur en las ciudades de Ibarra, dentro del estudio de mercado se realizó encuestas a los competidores, para ingresar en la oferta de 72.000 litros anuales, una inversión total de S/ 9.083.28, un VAN de \$3.534,17, una TIR de 17%, un costo/beneficio de \$1,39, y recuperando la inversión en 3 años, por ende, son valores aceptables para una inversión.

De manera que, Luna et al., (2020) en su trabajo de investigación persiguió el objetivo de determinar la viabilidad económica de la microempresa de producción y comercialización de Quesos Luna, ubicada en San Luis de Upala Costa Rica. El tipo de investigación fue explicativa, descriptiva correlacional y explicativa. Se encontró que el proyecto no fue

viable tuvo un VAN de s/. 23112,32, un TIR negativo esto se debió a que la mayoría de los gastos son operativos ya que representa un 55% de las ventas anuales, por lo tanto, se recomendó generar encadenamientos con los productores locales y diversificar los productos es decir producir yogurt y otros derivados.

De forma similar, Gamarra (2019) en su trabajo de investigación sobre “rentabilidad económica de la producción de queso de la provincia de Melgar- Puno, 2016-2017”. Tuvo como objetivo, analizar la rentabilidad económica del proceso de producción de queso en la provincia de Melgar en los años 2016-2017. Se empleó el análisis a las tres empresas de dicho distrito donde la de mayor producción fue el Lecherito con una capacidad de producir 80,370 unidades de quesos, seguido de la fábrica quesos San Fernando con 36,953 unidades de queso y la última que produce una cantidad de 23,717 unidades de queso, el VAN fue de 65.06%, 57.82% y 53.21%, y el riesgo de la inversión cuando la TIR sea igual a 0 son relativamente bajo.

Po otra parte, Holguín et al., (2019) en su investigación “Estudios de la rentabilidad económica de la producción y comercialización de yogurt frutado enriquecido con tarwi (*lupinus mutabilis*) en la ciudad de Piura. Tuvo como objetivo realizar un análisis de la rentabilidad para la producción y comercialización de yogurt frutado enriquecido con tarwi (*lupinus mutabilis*) en la ciudad de Piura. La investigación fue cuantitativa, tipo descriptiva deductiva no experimental. Se encontró que para la elaboración de dicha bebida se requería de un 25% de leche de tarwi, 65% de leche de vaca y un 10% de pulpa de fruta, también se observó utilidades positivas desde el primer año y el proyecto resulta viable financieramente, con un VAN positivo y una tasa interna de retorno del 55,97%.

Por consiguiente, Flores (2019) en su investigación buscó analizar la rentabilidad económica de la producción de quesos en el distrito de Atuncolla-Puno, período 2016-2017. El tipo de investigación fue descriptiva, analítica y sintética. Se encontró que con el 8% de costo de oportunidad (COK) de evaluación y por tecnologías productivas implementadas, las artesanales mostraron una TIR de 87.45% y las tecnificadas de 48.11% quedando como viable el proyecto.

Pilco (2017) en su investigación titulado, “evaluación económica de la producción de derivados lácteos en tres cuencas ganaderas de la región de Amazonas (Pomacochas,

Leymebamba y Molinopampa), Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza”, tuvo como objetivo conocer la rentabilidad de la producción de los derivados lácteos de las tres cuencas ganaderas de la Región de Amazonas. Se empleó un diseño no experimental. Como resultado se obtuvo que la cuenca de Leymebamba tuvo mejores indicadores de rentabilidad con una TIR de 38.95%, un VAN de 33597.22 soles y un B/C de 2.3, a su vez la cuenca de Pomacochas se encuentra con menor índice de rentabilidad debido a las deficiencias limitadas que tienen para el acopio.

A lo anterior, es necesario acotar la parte teórica según, Contreras (2006) “la rentabilidad es la diferencia entre los ingresos y gastos como también es el retorno sobre la inversión, siendo una evaluación para la gestión empresarial, medida a través de las ventas, activos y capital”. Contreras & Díaz (2015) refieren que “la rentabilidad económica, muestra la eficacia en el uso de los activos, se mide dividiendo el beneficio operativo después de impuestos entre el activo neto promedio”, por su parte Forsyth (2004) refiere que la rentabilidad financiera o también llamado ratio de retorno determina la rentabilidad con respecto al patrimonio que se mide dividiendo la utilidad neta sobre patrimonio.

En tanto, Rodríguez, (2009), afirma que las ventas se entienden generalmente como la acción de comercializar. Esta descripción es demasiado limitada desde el punto de vista en el que se va desarrollar. Comercializar implica una serie de actividades previas (preproducción, demostración, prueba) y otras posteriores a la venta en si (postventa, mantenimiento, reparaciones). Por lo tanto, cuando se utiliza el termino comercializar se está hablando de todas las actividades que se desarrollan al realizar dicha actividad.

Se aplicó el método descriptivo, con un diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó, el cuestionario al gerente, colaboradores y clientes de la empresa Montaña Dorada, lo cual fue validado por juicio de expertos y se obtuvo un Coeficiente=0.83. Se empleó diferentes fórmulas matemáticas para realizar los cálculos y Como resultados se obtuvo un VAN=70,872.08 soles, una Relación Beneficio Costo= 5.08 S/ y una TIR= 52%, indicando que el proyecto es viable, el producto más rentable es el yogurt, finalmente se propone incrementar la compra de la leche fresca a 10 céntimos por litro sobre el precio de las tres empresas existentes.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Método

2.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación fue de tipo descriptiva, orientado a realizar el análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada. Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población (Hernández, *et al.*, 2014)

2.1.2 Diseño de investigación

Para la presente investigación, se siguió un diseño de tipo no experimental de corte transversal, con el propósito de entender su naturaleza y factores o predecir su ocurrencia en un momento de terminado. Los datos de interés fueron recogidos en forma directa de la realidad. La investigación no experimental, son estudios que observan y analizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su entorno natural sin realizar ningún tipo de cambio. (Hernández, *et al.*, 2014)

M-----> O

Donde:

M: Muestra planta de producción.

O: Observación de la variable, Análisis descriptivo.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

La población estuvo constituida por 17 personas tanto de la Planta de lácteos Montaña Dorada, Levanto como personal que comercializa el producto dentro de la ciudad de Chachapoyas.

2.2.2 Muestra

Estuvo conformada por el total de la población 17 personas tanto de la Planta de lácteos Montaña Dorada como los que comercializan el producto dentro de la ciudad de Chachapoyas.

2.3 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

2.3.1 Técnicas

Las técnicas utilizadas fueron: la entrevista y la revisión documental

2.3.2 Instrumentos

La guía de entrevista estructurada en base a 45 preguntas.

2.3.3 Procedimientos de recolección

- Se elaboró la guía de la entrevista.
- En un expediente, se hizo llegar a 3 jueces para su validación.
- Se realizó el cálculo de validación del instrumento dando como respuesta de 0.85 de la confiabilidad del mismo (ver anexo 03).
- Una vez validado la guía de la entrevista, se procedió a la adaptación de la misma herramienta a las personas de la empresa en dos momentos con un intervalo de 30 días.
- Luego se calculó la confiabilidad, con la técnica denominada Test y Retest dando como resultado una confiabilidad de 0.995 de la prueba.
- Se organizó el trabajo de recolección de datos.
- El titular gerente de la empresa de lácteos Montaña Dorada, autorizó el permiso para la recolección de datos.
- Se aplicó la guía de la entrevista valida y confiable.
- Se realizó la tabulación de los datos, en la hoja de cálculo Excel.

2.4 Análisis de Datos

Se realizó mediante la hoja de cálculo Excel, donde se ingresaron los datos del análisis documental y de la guía de entrevista, seguidamente se realizaron los cálculos matemáticos y se analizaron por cada producto, finalmente se presentaron en forma de tablas en el presente informe.

2.5 Procedimiento para el análisis de la rentabilidad económica

- Se obtuvo por medio de la siguiente fórmula:

$$R = (\text{Ventas totales} / \text{Costos totales}) \times 100$$

- Los Costos, se desglegaron en costos fijos y costos variables:

a) Costos variables

Mano de obra, transporte de materia prima, insumos, servicios, etc.

b) Costos fijos

Sueldos y salarios, depreciaciones, y pago de impuestos.

- La Depreciación, se calculó mediante la siguiente fórmula

$$\text{Dep. Lineal} = \frac{\text{Costo de adquisicion} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de vida util}} \\ = \text{Valor depreciacion Anual}$$

- Los Ingresos se determinaron a través de las ventas diarias, semanales, mensuales y anuales de los derivados lácteos
- Se organizó los datos para el flujo de caja
- Se calcularon los indicadores de rentabilidad tales como:

c) Valor Actual Neto (VAN)

Este valor se calculará restando del ingreso total actualizado, el costo total actualizado más la inversión total. (Criterio de decisión, si el $\text{VAN} \geq 0$ aceptar, si el $\text{VAN} < 0$ rechazar. Para el efecto, se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -I + \sum_{i=1}^n \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Donde:

VAN: Valor Actual Neto

I: Inversión o desembolso inicial n: periodo de evaluación, años

Qn: Flujos de caja neto

r: Interés

d) Relación Beneficio Costo

Este coeficiente resultará de la división del valor bruto de la producción entre el valor del total de costos en que se ha incurrido. Este coeficiente se llama también índice de rentabilidad.

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Ingresos totales}}{\text{Costos totales}}$$

Donde:

B: Beneficio

C: Costo

e) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Esta es la tasa de interés más alta que un inversionista o productor puede pagar sin perder dinero. Se utiliza para establecer la rentabilidad en función de una oportunidad de inversión.

La TIR mide el porcentaje de beneficio o pérdida del proyecto de inversión para ello hace que el VAN = 0

2.6 Validez

La validación del instrumento se realizó de la siguiente manera:

- A cada uno de los expertos se les envió un expediente con la solicitud de participar como experto en la validación.
- Se aplicó la validez por contenido de criterio y constructo mediante juicio de expertos y se calculó mediante el estadístico de cuantificación: V de Aiken. (ver anexo 2)
- A través de la guía de análisis documental, se obtuvo datos como: producción diaria y semanal, costos, mano de obra, capital de trabajo, inversión, financiamiento, etc. (ver anexo 3)

III. RESULTADOS

3.1 Costos de producción y comercialización

Tabla 1

Costo unitario de la producción del queso tipo suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022

Costo Unitario de la Producción de Queso Suizo						
Periodo	Descripción			Total, costos S/.	Total, kg. producidos	Costo unitario s/.
	Materia	Mano de obra	CIF			
	prima S/.	obra S/.				
Enero	11070	3900	110.70	15080.70	738	20.43
Febrero	11070	3900	110.70	15080.70	738	20.43
Marzo	11070	3900	110.70	15080.70	738	20.43
Abril	11070	3900	110.70	15080.70	738	20.43
Mayo	10125	3900	101.25	14126.25	675	20.93
Junio	10125	3900	101.25	14126.25	675	20.93
Julio	10125	3900	101.25	14126.25	675	20.93
Agosto	9450	3900	94.50	14126.25	630	21.34
Setiembre	8100	3900	81.00	13444.50	540	22.37
Octubre	8100	3900	81.00	12081.00	540	22.37
Noviembre	8100	3900	81.00	12081.00	540	22.37
Diciembre	7425	3900	74.25	11339.25	495	23.03
PROMEDIO						21.33

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 1, se observa el costo unitario en la producción del queso tipo suizo de la Planta Montaña Dorada. Es decir, a la empresa le cuesta en promedio producir 1 kg de queso tipo suizo, a S/ 21.33 soles. El costo unitario tiende a incrementarse a partir del mes de mayo en adelante esto debido a que los costos totales disminuyen a consecuencia de un menor abastecimiento de leche por día a la Planta y en consecuencia es menor la producción en unidades de queso suizo por día. (Ver anexo 6 Precio de venta y cálculo del punto de equilibrio)

Tabla 2

Punto de equilibrio del queso suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022

Meses	CF	CV	Cvu	Qequequilibrio (kg) Mensual	Qequequilibrio (kg) Diario	Qequequilibrio (S/.) Mensual
Enero	3900	11181	15.15	300	10	6399
Febrero	3900	11181	15.15	300	10	6399
Marzo	3900	11181	15.15	300	10	6399
Abril	3900	11181	15.15	300	10	6399
Mayo	3900	10226	15.15	300	10	6399
Junio	3900	10226	15.15	300	10	6399
Julio	3900	10226	15.15	300	10	6399
Agosto	3900	9545	15.15	300	10	6399
Setiembre	3900	8181	15.15	300	10	6399
Octubre	3900	8181	15.15	300	10	6399
Noviembre	3900	8181	15.15	300	10	6399
Diciembre	3900	7499	15.15	300	10	6399

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 2, se observa el punto de equilibrio del queso suizo en la empresa Montaña Dorada; dentro de los meses de enero a diciembre, tuvo que vender como mínimo la cantidad de 300 kg de queso tipo suizo al mes y 10 kg por día lo cual representa S/ 6,399.00 soles mensuales, para que obtuviera ganancias de lo contrario registraría pérdidas.

Tabla 3

Costo unitario de producción del queso fresco de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022

Costo unitario producción de queso fresco de 200 gramos (prensita de queso fresco)						
Periodo	Detalle			Total costos S/.	Total queso fresco(200g)	Costo Unitario S/.
	Materia Prima S/.CV	Mano Obra S/.CF	CIF S/. CV			
Enero	14760	3900	1234.68	19894.676	8200	2.43
Febrero	14760	3900	1234.68	19894.676	8200	2.43
Marzo	14760	3900	1234.68	19894.676	8200	2.43
Abril	14760	3900	1234.68	19894.676	8200	2.43
Mayo	13500	3900	1130.69	18530.68537	7500	2.47
Junio	13500	3900	1130.69	18530.68537	7500	2.47
Julio	13500	3900	1130.69	18530.68537	7500	2.47
Agosto	12600	3900	1056.41	17556.40634	7000	2.51
Setiembre	10800	3900	907.85	15607.84829	6000	2.60
Octubre	10800	3900	907.85	15607.84829	6000	2.60
Noviembre	10800	3900	907.85	15607.84829	6000	2.60
Diciembre	9900	3900	833.57	14633.56927	5500	2.66
	154440	46800	12944.28059	214184.28	85800	2.5

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 3, se observa el costo unitario en la producción del queso fresco de la Planta Montaña Dorada. Es decir, a la empresa le cuesta en promedio producir una unidad de queso fresco(200g), S/ 2.50 soles. El costo unitario tiende a incrementarse a partir del mes de mayo en adelante esto debido a que los costos totales disminuyen a consecuencia de un menor abastecimiento de leche por día a la Planta y en consecuencia es menor la producción en unidades de queso fresco por día. (Ver anexo 6 Precio de venta y cálculo del punto de equilibrio).

Tabla 4*Punto de equilibrio del queso fresco de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022*

Meses	CF	CV	CVU	Equilibrio mensual (prensa x 200gr)	Equilibrio diario (prensa 200gr)	Equilibrio en S/ mensual
Enero	3900	15995	1.95057024	3120	104	7800
Febrero	3900	15995	1.95057024	3120	104	7800
Marzo	3900	15995	1.95057024	3120	104	7800
Abril	3900	15995	1.95057024	3120	104	7800
Mayo	3900	14631	1.95075805	3121	104	7802.5
Junio	3900	14631	1.95075805	3121	104	7802.5
Julio	3900	14631	1.95075805	3121	104	7802.5
Agosto	3900	13656	1.95091519	3122	104	7805
Setiembre	3900	11708	1.95130805	3123	104	7807.5
Octubre	3900	11708	1.95130805	3123	104	7807.5
Noviembre	3900	11708	1.95130805	3123	104	7807.5
Diciembre	3900	10734	1.95155805	3124	104	7810

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 4, se observa el punto de equilibrio del queso fresco en la empresa Montaña Dorada; dentro de los meses de enero al mes de abril tuvo que vender como mínimo la cantidad de 3120 unidades de queso fresco(200g) los meses mayo junio y julio, 3121 unidades, el mes de agosto 3122, los meses de setiembre a noviembre 3123 y el último mes 3124 unidades, vendiendo 104 unidades por día lo cual representa a los primeros meses S/ 7,800 soles para los meses de mayo a julio S/. 7,802.50 para el mes de agosto s/. 7805, para los meses de setiembre a noviembre s/. 7807.50 soles y para el último mes s/. 7810 soles; estas diferencias en el punto de equilibrio son debido a que los costos variables unitarios se van modificando en el transcurrir de los meses; es lo mínimo que se debe vender para obtener ganancias de lo contrario se registraría pérdidas.

Tabla 5

Costo unitario de producción del Yogurt (1 L) de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022.

Costo Unitario Producción de Yogur						
Periodo	Detalle			Total, costos S/.	Total, litros yogur producidos	Costo Unitario S/.
	Materia Prima S/.	Mano Obra S/.	CIF S/.			
Enero	7380	3900	10545.68	21825.6812	5805.6	3.7594187
Febrero	7380	3900	10545.68	21825.6812	5805.6	3.7594187
Marzo	7380	3900	10545.68	21825.6812	5805.6	3.7594187
Abril	7380	3900	10545.68	21825.6812	5805.6	3.7594187
Mayo	6750	3900	10545.68	21195.6812	5310	3.99165371
Junio	6750	3900	10545.68	21195.6812	5310	3.99165371
Julio	6750	3900	10545.68	21195.6812	5310	3.99165371
Agosto	6300	3900	10545.68	20745.6812	4956	4.1859728
Setiembre	5400	3900	10545.68	19845.6812	4248	4.67177052
Octubre	5400	3900	10545.68	19845.6812	4248	4.67177052
Noviembre	5400	3900	10545.68	19845.6812	4248	4.67177052
Diciembre	4950	3900	10545.68	19395.6812	3894	4.98091453
Promedio						4.18

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 5, se observa el costo unitario en la producción del yogur de la Planta Montaña Dorada. Es decir, a la empresa le cuesta en promedio producir 1 litro de yogur S/ 4.18 soles. El costo unitario tiende a incrementarse a partir del mes de mayo en adelante esto debido a que los costos totales disminuyen a consecuencia de un menor abastecimiento de leche por día a la Planta y en consecuencia es menor la producción en unidades de yogur por día.

Tabla 6*Punto de equilibrio del Yogur de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022*

Meses	CF	CV	CVu	Equilibrio (L) mensual	Equilibrio (L) diario	Equilibrio S/. mes
Enero	3900	14446	2.488232255	1440	48	6019.20
Febrero	3900	14446	2.488232255	1440	48	6019.20
Marzo	3900	14446	2.488232255	1440	48	6019.20
Abril	3900	14446	2.488232255	1440	48	6019.20
Mayo	3900	14446	2.720467265	1560	52	6520.80
Junio	3900	14446	2.720467265	1560	52	6520.80
Julio	3900	14446	2.720467265	1560	52	6520.80
Agosto	3900	14446	2.914786356	1710	57	7147.80
Setiembre	3900	14446	3.400584081	2160	72	9028.80
Octubre	3900	14446	3.400584081	2160	72	9028.80
Noviembre	3900	14446	3.400584081	2160	72	9028.80
Diciembre	3900	14446	3.709728089	2610	87	10909.80

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 6, se observa el punto de equilibrio del yogur. Es decir, la empresa Montaña Dorada dentro de los meses de enero a abril, tuvo que vender como mínimo la cantidad de 1440 unidades de yogur al mes en la presentación de 1 litro, lo cual representó en soles S/ 6,019.20 a su vez tuvo que vender de manera diaria la cantidad de 48 unidades de yogur, en cuanto a los meses de mayo a julio tuvo que vender como mínimo 1560 unidades de yogur, lo cual representó en soles S/ 6,520.80, a su vez tuvo que vender de manera diaria 52 unidades de yogur, en el mes de agosto la empresa tuvo que vender 1710 unidades de yogurt, lo cual representó en soles s/. 7,147.80, a su vez tuvo que vender de manera diaria como mínimo 57 unidades de yogurt. De la misma manera para los meses de setiembre a noviembre la empresa tuvo que vender 2160 unidades de yogurt lo cual represento en soles s/.9028.80, a su vez durante estos meses la empresa tuvo que vender como mínimo 72 unidades de yogurt, por último, durante el mes de diciembre la empresa tuvo que vender 2610 unidades de yogurt, el cual representó en soles s/.10,909.80, a su vez tuvo que vender de manera diaria la cantidad mínima de 87 unidades de yogur en la presentación de 1 litro. Estas diferencias en el

punto de equilibrio son debido a que los costos variables unitarios se van modificando en el transcurrir de los meses; por lo tanto, es lo mínimo que se debe vender para obtener ganancias de lo contrario se registraría pérdidas. (Ver anexo 6) Precio de venta y cálculo del punto de equilibrio.

Tabla 7

Costo unitario de producción del manjar blanco de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022

Periodo	Detalle			Total, costos S/.	Total, envases de 250 gr de manjar	Costo Unitario S/.
	Materia prima S/.	Mano obra S/.	CIF S/.			
Enero	3690	3900	9962.16	17552.16	4920	3.5675122
Febrero	3690	3900	9962.16	17552.16	4920	3.5675122
Marzo	3690	3900	9962.16	17552.16	4920	3.5675122
Abril	3690	3900	9962.16	17552.16	4920	3.5675122
Mayo	3375	3900	9112.09	16387.09024	4500	3.64157561
Junio	3375	3900	9112.09	16387.09024	4500	3.64157561
Julio	3375	3900	9112.09	16387.09024	4500	3.64157561
Agosto	3150	3900	8504.90	15554.89756	4200	3.70354704
Setiembre	2700	3900	7290.51	13890.5122	3600	3.85847561
Octubre	2700	3900	7290.51	13890.5122	3600	3.85847561
Noviembre	2700	3900	7290.51	13890.5122	3600	3.85847561
Diciembre	2475	3900	6683.32	13058.31951	3300	3.957006652
Promedio						3.7

En la tabla 7, se observa el costo unitario en la producción de manjar blanco de la Planta Montaña Dorada. Es decir, a la empresa le cuesta en promedio producir 1 unidad de manjar(250g) S/ 3.70 soles. El costo unitario tiende a incrementarse a partir del mes de mayo en adelante esto debido a que los costos totales disminuyen a consecuencia de un menor abastecimiento de leche por día a la Planta y en consecuencia es menor la producción en unidades de manjar blanco.

Tabla 8*Punto de equilibrio de la producción del Manjar blanco (250 g) de la Planta*

Meses	CF	CV Total	CVu	Equilibrio mensual (unid)	Equilibrio diario (unid)	Equilibrio mes S/.
Enero	3900	13652	2.774829268	1740	58	6438.37
Febrero	3900	13652	2.774829268	1740	58	6438.37
Marzo	3900	13652	2.774829268	1740	58	6438.37
Abril	3900	13652	2.774829268	1740	58	6438.37
Mayo	3900	12487	2.774908943	1740	58	6438.69
Junio	3900	12487	2.774908943	1740	58	6438.69
Julio	3900	12487	2.774908943	1740	58	6438.69
Agosto	3900	11655	2.77497561	1740	58	6438.95
Setiembre	3900	9991	2.775142276	1740	58	6438.61
Octubre	3900	9991	2.775142276	1740	58	6438.61
Noviembre	3900	9991	2.775142276	1740	58	6438.61
Diciembre	3900	9158	2.775248337	1740	58	6439.02

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 8, se observa el punto de equilibrio del manjar blanco. Es decir, la empresa Montaña Dorada durante los meses de enero a diciembre del año, tuvo que vender como mínimo la cantidad de 1740 y 58 unidades(250g) de manera mensual y diaria respectivamente; lo cual representa en soles una venta mensual que va de S/ 6,438.37 soles en los primeros meses hasta S/ 6439,02 en los últimos meses. Estas diferencias en el punto de equilibrio en soles mensual son debido a que los costos variables unitarios se van modificando en el transcurrir de los meses; por lo tanto, es lo mínimo que se debe vender para obtener ganancias de lo contrario se registraría pérdidas. (Ver anexo 6) Precio de venta y cálculo del punto de equilibrio

3.2 Estudio económico financiero de la producción y comercialización

Tabla 9

Estado de resultados del queso suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto - 2022

(+) Ventas	S/220,077.00
(-) Costo producción	S/ 163,788.30
Utilidad bruta	S/ 56,288.70
(-) Gastos de administración y ventas	S/50,560.00
Salarios administrativos	S/ 42,000.00
Depreciación	S/4,000.00
Interés	S/ 2,160.00
Mantenimientos	S/ 2,400.00
Utilidad Operativa	S/ 5,708.70
(-) Impuesto a la renta régimen mype tributario 10%	S/ 570.87
Utilidad neta	S/ 5,155.83

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 9, se tiene el estado de resultados del queso suizo de la Planta Montaña Dorada, donde se aprecia que la planta obtuvo en ventas S/220,077.00 soles; en costo de producción S/ 163.788.00 soles, gastos de administración y ventas igual a S/ 50,560.00 soles lo que finalmente da como resultado una utilidad neta de S/ 5,155.83 soles lo cual indica un resultado favorable para la empresa.

Tabla 10

Estado de resultados del queso fresco de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022

(+) Ventas	S/ 274,560.00
(-) Costo producción	S/ 214,184.28
Utilidad bruta	S/ 60,375.72
(-) Gastos de administración y ventas	S/ 50,560.00
Salarios administrativos	S/ 42,000.00
Depreciación	S/ 4,000.00
interés	S/ 2,160.00
Mantenimientos	S/ 2,400.00
Utilidad Operativa	S/ 9,815.72
(-) Impuesto a la renta régimen mype tributario 10%	S/ 981.6
Utilidad neta	S/ 8,834.15

En la tabla 10, se tiene el estado de resultados del queso fresco de la Planta Montaña Dorada, donde se aprecia que la planta obtuvo en ventas S/274,560.00 soles; en costo de producción S/ 214,184.00 soles, gastos de administración y ventas igual a S/ 50,560.00 soles lo que finalmente da como resultado una utilidad neta de S/ 8,834.83 soles lo cual indica un resultado favorable para la empresa.

Tabla 11

Estado de resultados del Yogur de la Planta Montaña Dorada, Levanto - 2022

(+) Ventas	S/ 315,881.28
(-) Costo producción	S/ 250,568.17
Utilidad bruta	S/ 65,313.11
(-) Gastos de administración y ventas	S/ 50,560.00
Salarios administrativos	S/ 42,000.00
Depreciación	S/ 4,000.00
interés	S/ 2,160.00
Mantenimientos	S/ 2,400.00
Utilidad Operativa	S/ 14,753.11
(-) Impuesto a la renta régimen mype tributario 10%	S/ 1475.3
Utilidad neta	S/13,277.80

Nota: Resultados del análisis documental -2022

En la tabla 11, se tiene el estado de resultados del yogur de la Planta Montaña Dorada, donde se aprecia que la planta obtuvo en ventas S/315,881.28 soles; en costo de producción S/ 250,568.17 soles, gastos de administración y ventas igual a S/ 50,560.00 soles lo que finalmente da como resultado una utilidad neta de S/ 13,277.80 soles lo cual indica un resultado favorable para la empresa.

Tabla 12

Estado de resultados del Manjar blanco (250 g) de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022

Ventas	S/ 54,697.50
Costo producción	S/ 33,294.30
Utilidad bruta	S/ 21,403.20
Gastos de administración y ventas	S/ 4,530.00
Salarios administrativos	S/ 3,600.00
Depreciación	S/ 500.00
Interés	S/ 180.00
Mantenimientos	S/ 250.00
Utilidad Operativa	S/ 16,873.20
Impuesto a la renta	S/ 1,687.30
Utilidad neta	S/ 15,185.86

En la tabla 12, se tiene el estado de resultados del manjar blanco de la Planta Montaña Dorada, donde se aprecia que la planta obtuvo en ventas S/54,697.50 soles; en costo de producción S/ 33,924.30 soles, gastos de administración y ventas igual a S/ 50,560.00 soles lo que finalmente da como resultado una utilidad neta de S/ 15,185.86 soles lo cual indica un resultado favorable para la empresa.

Tabla 13

Cuadro resumen del estado de resultados general de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022

Descripción	Utilidad neta
Elaboración de queso suizo	5,155.83
Elaboración de queso fresco	8,834.15
Elaboración de Yogur frutado	13,277.80
Elaboración de manjar blanco	15,466.80
Total	42,734.58

En la tabla 13, se tiene el estado de resultados general de los 4 productos de manera anual, que se evaluaron, teniendo en total una utilidad neta de S/ 42,734.58, donde se puede apreciar que el producto que genera mayor utilidad en favor de la empresa es el manjar blanco, seguido del yogur.

3.3 Determinar y calcular indicadores de rentabilidad económica- financiera

Tabla 14

Desempeño operativo de la planta de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022

Indicador	Total
	%
ROA	13.091
ROE	14.415
ROI	7.0

Nota: Resultados de la encuesta-2022

La tabla 14 se observa el desempeño operativo de los cuatro productos de la empresa Montaña Dorada. Teniendo una ROA de 13,091% es decir que la empresa montaña dorada por cada sol invertido en activos obtuvo una rentabilidad de 13,091% se sabe que para que este indicador sea considerado como bueno tiene que superar el 5% pudiendo observar que la empresa Montaña Dorada en cuanto al indicador ROA supera el porcentaje mínimo.

La empresa Montaña Dorada obtuvo un ROE de 14.415% es decir que por cada sol que la empresa invirtió en el capital se obtuvo una rentabilidad de 14.415% este indicador midió que tan rentable es la empresa con respecto a su patrimonio. El ROE es una ratio que indica la ganancia que obtienen los accionistas por el capital que han invertido en la empresa. Cuando el ROE > ROA Es relativamente positivo la ratio del ROE cuando es superior al ROA significa que parte del activo se ha financiado con deuda y de esta forma crecerá la rentabilidad económica. La empresa Montaña Dorada en cuanto a los 4 productos obtuvo un ROI de 7% esto quiere decir que de cada sol invertido en los 4 productos la ganancia es de 7%.

Se determinó el Valor Neto Actual (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Relación Beneficio Costo (B/C) en la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022.

Tabla 15

Indicadores de rentabilidad económica financiera para la producción y comercialización de lácteos de la empresa de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022

Indicadores	Total
Valor Actual Neto (VAN)	S/ 70,872.08
Tasa Interna de Retorno (TIR)	52%
Relación Beneficio Costo (B/C)	5.08

Nota: Resultados del análisis documental 2022

En la tabla 15, se observa que con un VAN=S/ 70 872.08, una TIR de 52% y una Relación Beneficio Costo de 5.08 (Ver anexo 6 Tabla 24).

La empresa montaña dorada obtuvo un van positivo lo cual da seguridad a la empresa para que siga invirtiendo, el valor del TIR también arroja la ganancia que se obtuvo en las partes involucradas de la empresa.

El análisis de costo-beneficio ayudó a saber si la empresa fue rentable. Si la cantidad que obtenemos como resultado, según los números de la empresa, es mayor a 1 se puede considerar que la empresa es rentable. Teniendo como resultado que la empresa montaña dorada obtuvo un B/C de 5.08 es decir los beneficios superaron a los costos. Estos datos indican que el negocio en funcionamiento de la empresa montaña Dorada incluso al ser proyectado a futuro en un periodo de 5 años muestran resultados favorables por lo tanto se puede decir que es viable económica y financieramente.

3.4 Propuestas de estrategias económicas y financieras al corto, mediano y largo plazo

3.4.1 A corto plazo

Incrementar el pago a los proveedores en 10 cm por litro de leche fresca sobre el precio de las tres empresas existentes, como incentivos de mejora para la comunidad campesina; continuar con la producción de yogurt natural ya que en este producto no se desperdicia la materia prima. Por otro lado, existe la interrogante de ¿Cómo utilizar el suero y demás desperdicios para disminuir la contaminación ambiental de la industria?, con el suero de la leche se podría producir licores, bebidas hidratantes y helados.

3.4.2 A mediano plazo

En primer lugar, se debe acondicionar la planta de procesos según norma técnica y luego gestionar el registro sanitario a la DIGESA, de la empresa, esto hará que se mejore la calidad de los productos y se pueda vender en el mercado nacional, asociado a ello se debe elaborar y ejecutar un plan de marketing para poder posicionar a la empresa en el mercado nacional, estas acciones mejorarían la rentabilidad de la empresa.

3.4.3 A largo plazo

Implementar un proyecto de regadío para los ganaderos de la comunidad de Levanto como parte de la responsabilidad social empresarial, debido a que en épocas de verano disminuye la producción láctea del ganado por la sequía de los pastos.

3.5 Propuesta de comercialización

La comercialización mixta 7p se añade un sistema de comercialización moderno, es decir, Productos, Costes, Venta, Promoción, RR.HH., Presentaciones y Procesos (Ramírez, 2015). Los factores del marketing-mix son variables independientes correlacionadas con la variable dependiente del comportamiento de compra, ya que “producto, precio, promoción y distribución son los factores que pueden ser controlados” (Gallardo, 2013). Siguiendo las definiciones de Huaita (2017), tenemos las siguientes estrategias:

3.5.1 Estrategias de producto

Dentro de estas estrategias también está las estrategias de sabor, estrategia de diseño, marca y logotipo, las cuales ya están establecidas en la empresa Montaña Dorada.

3.5.2 Estrategias de precio

Esta estrategia permite establecer la fijación de costos para penetrar el mercado y la fijación de costos para capturar la mayor parte del mercado.

Tabla 16*Estrategias de Precio*

Estrategias	Descripción
Fijación de precio para penetrar el mercado	El objetivo de penetrar en el mercado y posicionarse a un menor costo, con el objetivo de llegar y conquistar a un gran segmento de consumidores
Fijación de costos para capturar el nivel más alto del mercado	Se debe hacer según la competencia y según costos de producción

Nota: Obtenido de Huaita (2017)

3.5.3 Estrategias de plaza

Dentro de las estrategias de plaza que se deben implementar tenemos:

Tabla 17*Estrategias de Plaza*

Estrategias	Descripción
De cobertura	Tomar en cuenta los factores costo y rentabilidad.
Distribución exclusiva	La distribución es exclusiva a los mini mercados, panaderías, bodegas de la ciudad de Chachapoyas.
Distribución selectiva	Utilizar intermediarios dispuestos a distribuir yogurt y quesos de Montaña Dorada
Distribución intensiva en la ciudad de Tarapoto	Distribuir los productos en diferentes lugares de venta, esta, estrategia será adecuada para posicionar la marca, en lugares de mayor población.

Nota: Obtenido de Huaita (2017)

3.5.4 Estrategias de promoción

Tenemos dos tipos: Primero la promoción de empuje de los productos mediante los canales de marketing hacia los consumidores finales. Segundo la estrategia de atracción, donde el fabricante centra su atención de publicidad y promoción en los consumidores. Las estrategias de promoción que se deben implementar se detallan a continuación.

Tabla 18

Estrategias de Promoción.

Estrategias	Descripción
Publicidad masiva (televisión, radio, prensa)	La publicidad puede llegar a un gran segmento de consumidores dispersos en algunas regiones geográficas a un precio bajo debido a la capacidad del vendedor de repetir un mensaje con frecuencia.
Promoción de ventas	Las promociones de ventas crean incentivos a corto plazo para promover la comercialización o la compra de bienes o servicios.
Publicidad impresa	Los periódicos son conocidos por la publicidad local, especialmente para los minoristas, las revistas son generalmente más efectivas para crear imágenes de usuario y uso.
Publicidad digital (redes sociales)	Internet se ha convertido en un servicio de uso masivo y accesible a todos los estratos sociales, y en la actualidad está experimentando el mayor auge.

Nota: Obtenido de Huaita (2017)

IV. DISCUSIÓN

Respecto a los costos de producción y comercialización de lácteos montaña dorada 2022, se obtuvo que el costo unitario mensual y promedio de queso suizo es de 21.97 soles, el costo unitario mensual y promedio de queso fresco es de 2.70 soles, el costo unitario mensual y promedio de Yogur es de 4.42 soles y el costo unitario mensual y promedio de manjar blanco es de 3.70 soles. En concordancia con los resultados (Gonzales Espinoza *et al.*, 2021) encontró que los consumidores pagan mayoritariamente quesos de menos de S/. 20 soles el kilo y ahí le siguen aquellos entre S/. 20 y S/.30 y también compran presentaciones de 250 gramos o incluso más pequeñas. Así mismo (Luna Barahona *et al.*, 2020) refiere que el queso en presentaciones de 500 gramos, es el producto más vendido a un costo de 4.38 dólares.

Luego en el estudio económico financiero de la empresa Montaña Dorada y analizando el estado de resultados de la producción y comercialización de queso suizo, queso fresco, yogurt frutado y manjar blanco, muestran que la industria de productos lácteos tiene un gran potencial económico. La elaboración del manjar blanco demostró ser la actividad más rentable, con una utilidad de S/15,466.80, seguida de cerca por la elaboración del yogurt con una utilidad de S/13,277.80. Sin embargo, la elaboración de queso fresco y queso suizo también presentaron resultados satisfactorios, generando una utilidad de S/8,834.15 y S/5,155.83, respectivamente. Resultados que concuerdan con Mora & Tirado (2014) encontrando en su trabajo de investigación sobre viabilidad en la producción de yogurt probiótico a base de aguaymanto, que la utilidad neta obtenida en el estado de pérdidas y ganancias supera los S/ 5600.00 soles.

También, al analizar los indicadores de rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada -2022 y con una proyección a 5 años de la actividad productiva; en consecuencia, del mismo, se obtuvo un VAN=70,872.08 soles, una TIR= 52% y una Relación Beneficio Costo= 5.08 S/, por lo que se califica como viable para la empresa. Estos datos se asemejan a los obtenidos por Holguin *et al.*, (2019) quien observó utilidades positivas y que el proyecto resulta viable financieramente con un VAN positivo y una tasa interna de retorno del 55,9%. También estos datos son similares a Flores

(2019), con un COK= 8% obtuvo una TIR de 87.45% calificó como viable el proyecto de investigación.

Finalmente, la empresa Montaña Dorada no cuenta con una adecuada implementación de estrategias en cuanto al marketing tradicional ni digital; estas herramientas tecnológicas dentro de la empresa, tendrían mucha relevancia ya que traería un sin número de ventajas lo cual ayudará a que la empresa sea más competitiva y pueda posicionarse dentro del mercado digital, consiguiendo captar a más clientes. Encontrando similitud con, Faican (2022) quien determina que las estrategias de marketing inciden de forma positiva en la comercialización y rentabilidad de la empresa de lácteos “Viglac”, a pesar que estas no son aplicadas por diferentes razones una de la más relevante es que la empresa cuenta con marketing tradicional el cual no ha sido suficientes para elevar de una manera considerable las ventas de los diferentes productos que oferta.

V. CONCLUSIONES

Se encontró que la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022, es positiva por lo tanto la actividad económica que desarrolla la empresa es viable.

De los costos de producción analizados por cada producto: queso suizo, queso fresco, yogur y manjar blanco, se evidenció que el costo unitario incrementa de mitad de año en adelante debido a que la materia prima escasea en ese periodo lo cual repercute en la cantidad de producto final obtenido.

Es necesario que la empresa determine los costos fijos de la producción, los costos variables unitarios y el precio de venta del producto; de tal manera que con estos datos pueda calcular el punto de equilibrio tanto en unidades como en valores monetario para poder conocer cuál es la cantidad mínima que debe vender para obtener beneficios o de lo contrario pérdidas.

Los estados de resultados de la empresa al año 2022, indican que los cuatro productos estudiados tienen una utilidad neta positiva, destacando entre ellos el manjar blanco el cual presenta una mayor utilidad por año.

Se calculó los indicadores de rentabilidad económica-financiera, obteniendo como resultado: VAN=70,872.08 S/, TIR= 52% B/C= 5.08 S/ en la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022, los mismos que indican que si el negocio continuara operando incluso por un periodo de 5 años, sigue siendo rentable.

Se propuso estrategias de comercialización a corto, mediano y largo plazo que aseguren la sostenibilidad de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022.

VI. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones plasmadas en la investigación, se recomienda a los estudiantes de pregrado que consideren estudios a mayor profundidad en este tema para mejorar algunas debilidades encontradas durante el desarrollo de esta investigación.

Para comprender mejor las implicancias de estos resultados, los estudios futuros podrían abordar de manera desagregada las variables concernientes a la rentabilidad.

Se necesita profundizar más la investigación para determinar los ratios financieros de cálculo tales como los ratios de solvencia y de liquidez.

Se recomienda a los involucrados en esta línea de producción, implementar políticas de marketing basadas en estrategias para poder llegar a más clientes y tener una mayor participación en el mercado.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chalcualán Córdova, N. V. C. (2020). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de yogurt de tuna en el cantón ibarra, provincia de imbabura [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica del Norte].
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10379/2/02%20ICO%20726%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Contreras Ismaira. (2006). Análisis de la rentabilidad económica (ROI) y financiera (ROE) en empresas comerciales y en un contexto inflacionario. 17.
- Contreras Salluca, N. P., & Díaz Correa, E. D. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: Origen, teorías y definiciones Financial structure and profitability: Origin, theories and definitions. 2, 10.
- Escurra Mayaute, L. M. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. Revista de Psicología, 6(1-2), 103-111.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6123333>
- Flores Apaza, R. (2019). Análisis de rentabilidad económica de producción de quesos en el distrito de Atuncolla – Puno, periodo 2016—2017 [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Altiplano].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11809/Rosel_Flores_Apaza.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Faicán Bermeo, V. (2022). Estrategias de Marketing Orientadas al Fortalecimiento de la Comercialización de productos lácteos “Viglac” del Cantón Cañar. Ecuador.
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9917>
- Gallardo Vera, L. (2013). El significado de las variables del marketing-mix para los públicos objetivo. 18.
- Gamarra Chipana, D. G. (2019). Rentabilidad Económica de la Producción de Queso de la Provincia de Melgar - Puno, 2016-2017 [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Altiplano].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/13694/Gamarra_Chipana_Darwin_Gustavo.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Gonzales Espinoza, C. A., Rimari Barzola, R. E., & Ospina Orihuela, J. L. (2021). Plan de negocios para la producción y comercialización de quesos Andino, Mozzarella y Fresco para el sector retail (supermercados y multimarkets) de Lima Metropolitana mediante Joint Venture entre la empresa Prusia Lácteos SAC y la Asociación de Ganaderos Lecheros de Oxapampa – (AGOX). <https://repositorio.esan.edu.pe///handle/20.500.12640/2730>
- Holguín Holguín, C. M., Huertas Silva, F. A., & López Ramírez, M. E. (2019). Estudio de rentabilidad de la producción y comercialización de yogurt frutado enriquecido con tarwi (*lupinus mutabilis*) en la ciudad de Piura [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Piura]. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1868/IND-HOL-HOL-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huaita Rocha, C. P. A. (2017). Estrategias de marketing mix y su relación con la satisfacción del cliente: Empresa Agua de Mesa La Samaritana, Tarapoto, 2017. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1007/Christofer_tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Luna Barahona, C., Ortiz Ortega, J. D., Rojas Matarrita, K., & Salguera Rodríguez, W. (2020). Viabilidad económica financiera para la producción y comercialización de queso para la microempresa Quesos Luna, ubicada en San Luis de Upala, Alajuela [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Costa Rica]. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/17945>
- Mora Terrones, K., & Tirado Novoa, L. (2014). Viabilidad Económica y Financiera del proyecto de inversión elaboración de comercialización de yogurt probiótico de aguaymanto enriquecido con quinua en la ciudad de Cajamarca. <https://hdl.handle.net/11537/4940>
- Pilco Mori, L. A. (2017). Evaluación económica de la producción de derivados lácteos en las tres cuencas ganaderas de la región Amazonas (Pomacochas, Leymebamba y molinopampa) 2016. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/1200>

Ramirez Ortiz, M. E. R. (2015). Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos. OmniaScience.

Rodriguez, R. H. (2009). Comercialización con Canales de Distribución. Lulu.com.

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Rentabilidad Económica Financiera	La rentabilidad económica es la relación que existe entre el beneficio antes de interés e impuestos (BAII) o beneficio bruto y el activo total, que comprende el activo corriente y n corriente	La rentabilidad económica financiera, se medirá mediante un cuestionario, compuesto de cuarenta y cinco ítems y permitirá recoger datos de sus tres dimensiones: Producción, comercialización y rentabilidad	Producción	Inversión Inicial Proveedores Materia Prima Precio de Leche Tipo de Productores Frecuencia de Producción Presentación de Productos Análisis de Producción Contabilidad Número de Personas Costo de Mano de Obra	De razón
			Comercialización	Tipo de Mercado Puntos de Venta Marca Público Objetivo Promoción de Productos Incremento de Ventas Precio de Productos	
			Rentabilidad	Rentabilidad Económica Rentabilidad Financiera Producto más Vendido Stock de Productos Optimización de Recursos Activo Corriente Activo no Corriente Gastos Totales Punto de Equilibrio	

Anexo 2: Informe de juicio de expertos

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGIA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres: Trigozo Yalta Milton Sailer
- 1.2. Grado Académico: Doctor
- 1.3. Institución donde labora: UNTRM
- 1.4. Cargo que desempeña: Docente
- 1.5. Título de la Investigación: "Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, 2022".
- 1.6. Autor del Instrumento: Torrejon Zuta Karen Yajayra.
- 1.7. Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista.

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILICE LA SIGUIENTE ESCALA, PARA VALORAR LOS CRITERIOS Y SUS INDICADORES RESPECTO AL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: MUY DEFICIENTE (1), DEFICIENTE (2), ACEPTABLE (3), BUENA (4), EXCELENTE (5)

1

CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán medir las variables de estudio y sus objetivos específicos.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems traducen organicidad lógica.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en calidad y cantidad.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems demuestran estar adecuados para valorar aspectos del estudio.					X
CONSISTENCIA	Los ítems permitirán obtener información para analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems expresan coherencia con la variable de estudio.				X	
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.				X	
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno y más adecuado.					X
	SUB TOTAL				30	20
	TOTAL			5		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

sin observaciones

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (Puntaje total x 0.10):

Lugar y fecha:


Firma del Evaluador
DNI: 44303928

2

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres: *Reinau Marin, Yuri*
- 1.2. Grado Académico: *Magister en Supply Chain Management*
- 1.3. Institución donde labora: *Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza*
- 1.4. Cargo que desempeña: *Docente Universitario*
- 1.5. Título de la Investigación: *"Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Mantaha Dorada, 2022"*
- 1.6. Autor del Instrumento: *Torrejon Zuta Karen Yajayta*
- 1.7. Nombre del Instrumento: *Guía de Entrevista*

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILICE LA SIGUIENTE ESCALA, PARA VALORAR LOS CRITERIOS Y SUS INDICADORES RESPECTO AL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: MUY DEFICIENTE (1), DEFICIENTE (2), ACEPTABLE (3), BUENA (4), EXCELENTE (5)

2

CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, libre de ambigüedades.				X	
OBJETIVIDAD	Los ítems permiten medir las variables en estudio y sus objetivos específicos.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems tienen organización lógica.					X
SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems demuestran estar adecuados para valorar aspectos del estudio.				X	
CONSISTENCIA	Los ítems permiten obtener información para analizar, discutir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems expresan coherencia con la variable de estudio.					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos involucrados en el instrumento responden al propósito de la investigación.				X	
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno y más adecuado.					X
	SUB TOTAL.				10	50
	TOTAL.	4,0				

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Debe aplicar este instrumento en los encuestados indicando a los encuestados los objetivos de la investigación.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (Puntaje total x 0,10):

Lugar y fecha: Chechapoymas 23 mayo 2022

Tuarez
Firma del Evaluador
DNI: 09671063

3

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS
FACULTAD DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres: Guevara Alvarado Hacia María
- 1.2. Grado Académico: Maestría en Gestión en Agronegocios
- 1.3. Institución donde labora: UNTM - A
- 1.4. Cargo que desempeña: Docente Autónoma
- 1.5. Título de la Investigación: "Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de Lacteos Morstana Dorada 2022".
- 1.6. Autor del Instrumento: Torrejon Zuta Karri Yajayra.
- 1.7. Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista.

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILICE LA SIGUIENTE ESCALA, PARA VALORAR LOS CRITERIOS Y SUS INDICADORES RESPECTO AL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: MUY DEFICIENTE (1), DEFICIENTE (2), ACEPTABLE (3), BUENA (4), EXCELENTE (5)

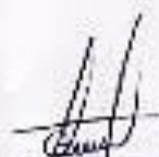
3

CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados en lenguaje apropiado. Care de ambigüedades.				4	
OBJETIVIDAD	Los ítems permiten medir las variables de estudio y sus objetivos específicos.				4	
ACTUALIDAD	El instrumento es actual y acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.				4	
ORGANIZACIÓN	Los ítems tienen una estructura lógica.				4	
SUFICIENCIA	Los ítems expresan la relación en calidad y cantidad.				4	
INTENCIONALIDAD	Los ítems demuestran una adhesión para valorar aspectos del estudio.				4	
CONSISTENCIA	Los ítems permiten obtener información para analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.				4	
COHERENCIA	Los ítems expresan coherencia con la variable de estudio.				4	
METODOLOGÍA	Los procedimientos utilizados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					5
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno y más adecuado.					5
	SUB TOTAL				32	10
	TOTAL				42	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (Puntaje total x 0,10): 4-2

Lugar y fecha: Chachapoyas


Firma del Evaluador
DNI: 70433758

Anexo 3:

3.1 Resultados de cuantificación de juicio de expertos mediante la V de Aiken

Criterios	Dimensiones			Promedio
	Producción	Comercialización	Rentabilidad	
Claridad	0.83	0.83	0.83	0.83
Objetividad	0.75	0.75	0.75	0.75
Actualidad	0.89	0.89	0.89	0.89
Organización	0.83	0.83	0.83	0.83
Suficiencia	0.83	0.83	0.83	0.83
Intencionalidad	0.83	0.83	0.83	0.83
Consistencia	0.83	0.83	0.83	0.83
Coherencia	0.83	0.83	0.83	0.83
Metodología	0.83	0.83	0.83	0.83
Pertinencia	1	1	1	1.00
Promedio Dimensiones	0.85	0.85	0.85	0.85

3.2 Interpretación del coeficiente de confiabilidad, según (Escrura Mayaute, 1988)

Rangos	Magnitud
0.81-1.00	Muy alta
0.61-0.8	Alta
0.41-0.60	Moderada
0.21-0.40	Baja
0.01-0.20	Muy baja

Escrura recomienda utilizar el instrumento si confiabilidad está por encima de 0.81, en este caso se obtuvo 0.85 lo cual es válido para su aplicación.

Anexo 4: Instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA- AMAZONAS							
FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA							
La presente entrevista se realiza con el objetivo de obtener información para el desarrollo de la investigación sobre "Análisis de la rentabilidad económica financiera de la producción y comercialización de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022.							
INFORMACIÓN GENERAL							
NOMBRE:							
DNI:							
FECHA:							
PRODUCCIÓN							
1	¿Cuál fue el monto de su inversión inicial?						
2	¿Quiénes son sus principales proveedores de materia prima?						
		Productores locales no asociados o asociados		1			
		Asociaciones		2			
		Otros		3			
3	¿Cada cuánto tiempo compra usted la materia prima (leche)?						
		Diario		1			
		Semanal		2			
		Mensual		3			
4	¿Qué cantidad de materia prima (leche en litros) compra por vez?						
5	¿Cuál es el precio que usted paga por litro de leche?						
6	¿Qué tipo de derivados lácteos produce usted?						
		Queso		1			
		Yogurt		2			
		Ambos		3			
7	¿Con que frecuencia usted produce yogurt?						
		Diario		1			
		Toda la semana		2			

		Tres veces a la semana		3			
	Especifique cantidad.						
8	¿Con que frecuencia usted produce queso?						
		Diario		1			
		Toda la semana		2			
		3 veces a la semana		3			
	Especifique cantidad.						
9	¿Cuál es la presentación de yogurt que usted produce con mayor frecuencia?						
		250ml		1			
		500ml		2			
		1ltr		3			
		Otro		4			
10	¿Cuál es el tipo queso que usted produce con mayor frecuencia?						
		Queso fresco		1			
		Queso suizo		2			
		Queso madurado		3			
		Otros		4			
11	¿Cree usted que es necesario realizar un análisis de la producción y comercialización de estos productos lácteos?						
		Si		1			
		No		2			
12	¿Llevan un registro contable de los ingresos y gastos de la producción?						
		Si		1			
		No		2			
13	¿Cuántos trabajadores tiene actualmente tiene laborando en la Planta y que cargos ocupan?						
14	¿Cuál es el costo de la mano de obra en la zona?						

COMERCIALIZACIÓN						
15	¿Dónde comercializa sus productos?					
	Mercado Local		1			
	Mercado Regional		2			
	Mercado Nacional		3			
	Otro		4			
16	¿Dónde son sus principales puntos de ventas de sus productos?					
	Puestos de mercado		1			
	Panaderías		2			
	Tiendas de derivados lácteos		3			
	Otro		4			
17	¿Tiene alguna marca para su producto? ¿Cuál es su nombre?					
	Si		1			
	No		2			
18	¿Conoce usted quien es su público objetivo de sus productos?					
	Niños		1			
	Jóvenes		2			
	Adultos		3			
19	¿De qué manera promociona sus productos?					
	Ferias		1			
	Redes Sociales		2			
	Publicidad de Pago		3			
	Otro		4			
20	¿Cómo incrementaría usted las ventas de sus productos?					
	Mejora en la tecnología		1			
	Mayor producción		2			
	Profesionales capacitados		3			
21	¿Cómo fija el precio de sus productos?					
	De acuerdo al mercado		1			

		De acuerdo a la competencia		2			
		De acuerdo al consumidor		3			
		De acuerdo a los costos		4			
22	¿Cuál es el precio de venta del yogurt que produce con mayor frecuencia?						
23	¿Cuál es el precio de venta del queso que produce con mayor frecuencia?						
RENTABILIDAD							
24	¿Cómo evalúa usted la rentabilidad del negocio en los últimos años?						
		Aumentó		1			
		No aumentó		2			
		Disminuyó		3			
25	¿Considera usted que el negocio es rentable?						
		Si		1			
		No		2			
26	¿Cuál es el producto más rentable?						
		Yogurt		1			
		Queso		2			
		Ambos		3			
27	¿Usted mantienen un stock de yogurt y queso de manera satisfactoria?						
		Si		1			
		No		2			
28	¿Cree que la optimización de recursos volverá más rentable a la empresa?						
		Si		1			
		No		2			

Anexo 5: Encuesta a comerciantes de productos lácteos del distrito de Chachapoyas

COMERCIALIZACIÓN								
1	¿Cuánto compra usted de queso fresco por semana?							
		100 unidades		1				
		80 unidades		2				
		200 unidades		3				
		150 unidades		4				
2	¿Cuánto de yogurt compra usted por semana?							
		50 unidades		1				
		38 unidades		2				
		45 unidades		3				
		35 unidades		4				
3	¿Cuánto de queso suizo compra usted por semana?							
		20 kilos		1				
		30 kilos		2				
		25 kilos		3				
		15 kilos		4				
4	¿Cuánto de manjar blanco compra usted por semana?							
		15 unidades		1				
		18 unidades		2				
		25 unidades		3				
		20 unidades		4				
5	¿A cuánto compra usted la unidad de queso fresco?							
		2.8		1				
		3		2				
		3.2		3				
		3.5		4				
6	¿A cuánto compra usted el kilo de queso suizo?							
		20		1				
		23		2				
		25		3				

		27		4			
7	¿A cuánto compra usted el litro de yogurt?						
		4.2		1			
		4.5		2			
		4.8		3			
		5		4			
8	¿A cuánto compra usted el pote de manjar blanco?						
		3		1			
		3.5		2			
		4		3			
		4.2		4			
9	¿A cuánto lo vende usted la unidad del queso fresco?						
		3		1			
		3.5		2			
		3.7		3			
		2.8		4			
10	¿A cuánto lo vende usted el kilo de queso suizo?						
		27		1			
		28		2			
		30		3			
		32		4			
11	¿A cuánto lo vende usted el litro de yogurt?						
		5.5		1			
		6		2			
		6.2		3			
		6.5		4			
12	¿A cuánto vende usted el pote de manjar blanco?						
		3.5		1			
		4		2			
		4.2		3			
		5		4			
13	¿Cada cuánto tiempo compra usted queso fresco?						
		2 veces por semana		1			
		3 veces por semana		2			
		2 veces al mes		3			

		todos los días		4			
14	¿Cada cuánto tiempo compra usted queso suizo?						
		2 veces a la semana		1			
		3 veces a la semana		2			
		1 vez a la semana		3			
		depende de la demanda		4			
15	¿Cada cuánto tiempo compra usted yogurt?						
		2 veces a la semana		1			
		1 vez a la semana		2			
		3 veces a la semana		3			
		depende de la demanda		4			
16	¿Cada cuánto tiempo compra usted manjar blanco?						
		1 vez al mes		1			
		3 veces por semana		2			
		2 veces a la semana		3			
		1 vez a la semana		4			
17	¿De los 4 productos que usted vende cual es el que tiene mayor demanda?						
		queso fresco		1			
		queso suizo		2			
		yogurt		3			
		manjar blanco		4			

Anexo 6: Resultados de la investigación

Tabla 19

Costo total de la producción de queso suizo de la Planta Montaña Dorada, Levanto – 2022

Mano de obra	S/ 46,800.00
Materia prima	S/ 115,830.00
Otros materiales directos	S/ 1,158.30
Costos indirectos de fabricación	S/ 48,400.00
TOTAL	S/ 212,188.30

Nota: Resultados del análisis documental -2022

Tabla 20

Costo total de la producción de queso fresco (200 gramos) de la Planta Montaña Dorada, Levanto -2022

Descripción	Costo
Mano de obra	S/46,800.00
Materia prima	S/ 154,440.00
Otros materiales directos	S/ 12,944.28
Costos indirectos de fabricación	S/ 48,400.00
Total	S/ 262,584.28

Nota: Resultados del análisis documental -2022

Tabla 21

Costo total de la producción de yogurt de la empresa Montaña Dorada Levanto -2022

Descripción	Costo
Mano de obra	S/ 46,800.00
Materia prima	S/ 77,220.00
Otros materiales directos	S/ 126,548.17
Costos indirectos de fabricación	S/ 48,400.00
Total	S/298,968.17

Tabla 22

Costo total de la producción de manjar blanco de 250 gramos de la empresa Montaña Dorada Levanto -2022

Descripción	Costo
Mano de obra	S/46,800.00
Materia prima	S/38,610.00
Materiales directos	S/ 104,244.66
Costos indirectos de fabricación	S/ 48,400.00
Total	S/ 238,054.66

Tabla 23*Balance General de la producción y comercialización de la planta de lácteos Montaña Dorada, Levanto -2022*

Activo	Costo	Pasivo y Patrimonio	Costo
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	S/ 373,000.00	Sobregiros bancarios	
Valores negociables		Cuentas por pagar comerciales	S/ 3,600.00
Cuentas por cobrar comerciales	S/ 8,400.00	Cuentas por pagar vinculadas	
Otras cuentas por cobrar		Otras cuentas por pagar	
Existencias	S/ 1,200.00	Parte corriente de las deudas a largo plazo	
Gastos pagados por anticipado		TOTAL, PASIVO CORRIENTE	S/ 3,600.00
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	S/ 382,600.00		
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Cuentas por cobrar a largo plazo		Deudas a largo plazo	S/ 38,000.00
Cuentas por cobrar vinculadas a largo plazo		Cuentas por pagar a vinculadas	
Otras cuentas a largo plazo		Impuesto a la renta y participaciones diferidos pasivo	
Inversiones permanentes	S/ 3,600.00	TOTAL, PASIVO NO CORRIENTE	S/ 38,000.00
Inmuebles maquinarias y equipos (neto de Depreciación acumulada)	S/ 28,550.00	TOTAL, PASIVO	S/ 41,600.00
Activos intangibles (neto de amortización Acumulable)		PATRIMONIO NETO	
Impuesto a la renta		Capital social	S/ 411,150.00
Otros activos		Capital adicional	
Inversiones	S/ 38,000.00	Acciones de inversión	
TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE	S/ 70,150.00	Excedentes de revaluación	
		Reservas legales	
		Resultados acumulados	
		TOTAL, PATRIMONIO NETO	S/ 411,150.00
TOTAL, ACTIVO	S/ 452,750.00	TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	S/ 452,750.00

Nota: Resultados de la encuesta-2022

Tabla 24

Flujo de caja económico de productos lácteos de la empresa Montaña Dorada, Levanto -2022.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Free cash Flow		33205.91	34866.21	36609.52	38439.99	40361.99
Equipos	38000					
Capital trabajo	21968.8					
Total, inversiones	59968.76793	0	0	0	0	0
	-59968.76793	33205.91	34866.21	36609.52	38440.00	40362.00

Nota: Resultados de la encuesta-2022

Anexo 7: Fórmula para calcular el punto de Equilibrio

$$PE(cantidad) = \frac{CF}{Pv - CVu}$$

Donde:

CF: costo fijo total

Pv: Precio de venta del producto

CVu: Costo variable unitario del producto

NOTA: Para el cálculo del punto de equilibrio en \$/, Se multiplicó **PE(cantidad) x Pv**

Anexo 8: Precio de venta de los productos Montaña Dorada 2022

Tabla 25

Precio de venta de los productos Montaña Dorada 2022

Producto	Precio de venta (Pv) (\$/)
Queso Suizo	28.50
Queso fresco	3.20
Yogur	5.20
Manjar blanco	5.00

Anexo 9: Panel fotográfico

