

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



Una Institución Adventista

Costos de producción y la comercialización de productos textiles en el establecimiento penitenciario de Qencoro - Varones Cusco, 2018

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

Autor:

Bach. Yhurema Schandy Zapana Florez

Bach. Mariza Mio Torres

Asesor:

Mg. Vilma Pérez Sánchez

Lima, julio del 2020

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Mg. Vilma Pérez Sánchez, de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **"Costos de Producción y la Comercialización de Productos Textiles en el Establecimiento Penitenciario de Qencoro - Varones Cusco, 2018"** constituye la memoria que presentan los Bachilleres Yhurema Schandy Zapana Florez y Mariza Mio Torres para obtener el título de Profesional de Contador Público, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Cusco, a los 11 días del mes de marzo del año 2021



Mg. Vilma Pérez Sánchez

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 13 días del mes de julio del año 2020 siendo las 17:00 horas., se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Dra. Maria Vallejos Atalaya de Cornejo el secretario: Mg. Margarita Jesús Ruiz Rodríguez y como miembro: Mg. Sinforiano Martínez Huisa; Mg. Walter Antonio Ugarte Portuondo y el asesor Mg. Vilma Pérez Sánchez, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis titulada: “Costos de Producción y Comercialización de productos textiles en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro – Varones Cusco, 2018” de las Bachilleres:

1. Zapana Flores, Yhurema Schandy
2. Mio Torres Mariza

Conducente a la obtención del Título profesional de Contador Público

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado. Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Zapana Flores, Yhurema Schandy

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	15	B -	Bueno	Muy bueno

Candidato (b): Mio Torres Mariza

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	15	B -	Bueno	Muy bueno

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el Presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.



_____ Presidente	_____ Secretario	
_____ Asesor	_____ Miembro	_____ Miembro
_____ Candidato/a (a)	_____ Candidato/a (b)	_____ Candidato/a (c)

DEDICATORIA

A Dios por permitirme haber llegado hasta este momento de mi formación profesional quien me da fortaleza espiritual en los momentos difíciles. A mis padres, quienes me han enseñado con su ejemplo de superar todas las barreras que la vida nos presenta, a entender que no hay nada imposible en la vida y que solo hay que sacrificarse para lograr las metas que nos planteamos.

Yhurema Schandy Zapana Florez

DEDICATORIA

A Dios que me ha dado la vida y fortaleza para seguir adelante, a mis padres por estar ahí cuando más los necesite, quienes con sus consejos me han enseñado a superar las dificultades que en la vida se nos presenta.

Demostrando que cada obstáculo representa una oportunidad para llegar al éxito.

Mariza Mio Torres

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar conmigo en todo momento y enseñarme a superar los obstáculos que la vida me da.

A mis padres, por su ejemplo de lucha y perseverancia me enseñaron que nada es imposible si te propones objetivos a pesar de las dificultades que la vida nos puede presentar debemos saber superarlo.

A la Universidad Peruana Unión por darme la gran oportunidad de cumplir mis sueños de estudiar en su casa lacarrera que siempre he anhelado por enseñanzas impartidas.

A la coordinadora de la Universidad por su apoyo y consejo incondicional.

Yhurema Schandy Zapana Florez

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme permitido formarme y en ella, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso. A mis padres, que fueron mis mayores promotores durante este proceso.

Mariza Mio Torres

ÍNDICE

DECLARACIÓN JURADA.....	ii
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
Capítulo I.....	18
El problema.....	18
1.1 Identificación del problema.....	18
1.2 Formulación del problema.....	20
1.2.1. Problema general.....	20
1.2.2. Problemas específicos.....	20
1.3 Objetivos.....	20
1.3.1. Objetivo general.....	20
1.3.2. Objetivos específicos.....	20
1.4 Justificación de la investigación.....	20
1.5 Presuposición filosófica.....	21
Capítulo II.....	22
Marco teórico.....	22
2.1. Antecedentes de la investigación.....	22
2.2. Bases teóricas.....	24
2.2.1. Costos.....	24
2.2.2. Costos de producción.....	24
2.2.3. Elementos del costo del producto.....	25
2.2.4. Clasificación de costos.....	26
2.2.4.1. De acuerdo con la función en la que se originan.....	26
2.2.4.2. De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto..	27
2.2.4.3. De acuerdo con el tiempo en el que fueron calculados.....	27

2.2.4.4. De acuerdo con el tiempo que se cargan o se enfrentan a los ingresos	27
2.2.4.5. De acuerdo con el control que se tenga sobre la ocurrencia del costo	27
2.2.4.6. De acuerdo con su comportamiento.....	28
2.2.5. Contabilidad de costos.	28
2.2.5.1. Objetivos de la contabilidad de costos	28
2.2.5.2. Importancia de la contabilidad de costos	29
2.2.5.3. Finalidad de la contabilidad de costos	29
2.2.6. Norma Internacional de Contabilidad – Inventarios	30
2.2.7. Comercialización.....	31
2.2.7.1. Funciones de comercialización	31
2.2.7.2. Tipos de comercialización.....	32
2.2.7.3. Precio de venta	33
2.2.7.4. Margen de utilidad	34
2.2.7.5. Calidad de producto	34
2.2.7.6. Canales de venta	35
2.3. Marco Conceptual	35
2.3.1. Costo.	35
2.3.2. Contabilidad de costos.	35
2.3.3. Descuento.....	36
2.3.4. Gasto.	36
2.3.5. Pérdida.	36
2.3.6. Rebaja.	36
2.3.7. Materia prima.....	36
2.3.8. Materia prima directa.....	36
2.3.9. Mano de obra.	36
2.3.10. Mano de obra directa.	37
2.3.11. Mano de obra indirecta.	37
2.3.12. Cargos indirectos.	37
2.3.13. Costo de transformación o conversión.....	37
2.3.14. Costo de producción.	37
2.3.15. Gastos de operación.....	37
2.3.16. Costo total.....	38
2.3.17. Comercialización.	38
Capítulo III	39

Materiales y método	39
3.1. Tipo de investigación.....	39
3.2. Diseño de investigación	39
3.3. Hipótesis.....	39
3.3.1. Hipótesis general.....	39
3.3.2. Hipótesis específicas	39
3.4. Identificación de variables	40
3.5. Operacionalización de variables	40
3.6. Delimitación espacial y temporal.....	41
3.7. Población y muestra	41
3.7.1. Población.	41
3.7.2. Muestra.	41
3.8. Diseño de instrumentos de investigación.....	42
3.9. Técnicas de recolección de datos	42
3.10. Descripción de la aplicación de instrumentos	42
3.11. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos	42
3.12. Técnicas para el procesamiento de la información	42
Capítulo IV	43
Resultados y discusión.....	43
4.1. Presentación de los resultados.....	43
4.1.1. Caracterización de la población.....	43
4.1.2. Análisis descriptivo de los indicadores de la variable costos de producción	53
4.1.2.1. <i>Grado de conocimiento respecto al manejo de costos</i>	53
4.1.2.2. <i>Capital de trabajo</i>	55
4.1.2.3. <i>Cantidad y precio de máquinas, equipos y herramientas</i>	59
4.1.2.4. <i>Costos de alquiler y servicios (agua, luz) gastos administrativos</i>	62
4.1.2.5. <i>Costos de operación y mantenimiento</i>	65
4.1.2.6. <i>Volumen de producción</i>	66
4.1.2.7. <i>Costo de materia prima, mano de obra y otros</i>	73
4.1.3. Análisis descriptivo de los indicadores de la variable comercialización.....	74
4.1.3.1. <i>Precio de venta</i>	74
4.1.3.2. <i>Margen de utilidad</i>	77
4.1.3.3. <i>Calidad del producto</i>	78
4.1.3.4. <i>Canales de venta</i>	79

4.1.4. Descripción de los hallazgos más significativos.....	83
4.1.4.1. <i>Primer objetivo específico</i>	83
4.1.4.2. <i>Segundo objetivo específico</i>	85
4.1.4.3. <i>Objetivo general</i>	85
4.2. Discusión.....	86
Conclusiones.....	88
Recomendaciones	90
Bibliografía.....	91
Anexo	93
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	94
Anexo 2: Instrumento	95
Anexo 3: Comprobante de entrada y salida de productos	101
Anexo 4: Solicitud.....	103
Anexo 5: Validación.....	104
Anexo 6: Constancia de autorización	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Distribución de los items del cuestionario</i>	43
Tabla 2. <i>Pregunta N° 1. Edad</i>	44
Tabla 3. <i>Pregunta N° 2. Grado de instrucción</i>	45
Tabla 4. <i>Pregunta N° 3. ¿Cuánto tiempo tiene elaborando productos textiles en el centro penitenciario?</i>	45
Tabla 5. <i>Pregunta N° 4. ¿Usted pertenece a alguna asociación dentro del centro penitenciario?</i>	46
Tabla 6. <i>Pregunta N° 4.Especificar: Nombre de la asociación</i>	47
Tabla 7. <i>Pregunta N° 5. ¿Antes de entrar al centro penitenciario tenia conocimientos sobre textilería?</i>	48
Tabla 8. <i>Pregunta N° 6. ¿Su familia depende de usted económicamente?</i>	49
Tabla 9. <i>Pregunta N° 7. ¿El centro penitenciario brinda capacitaciones en temas de costos de producción y comercialización?</i>	50
Tabla 10. <i>Pregunta N° 8. Califique ¿Cómo son las capacitaciones?</i>	50
Tabla 11. <i>Pregunta N° 9. Las condiciones del taller de telar pedal y cintura son:</i>	51
Tabla 12. <i>Pregunta N° 10. ¿Para usted, cual es el principal problema del taller de telar pedal y cintura?</i>	52
Tabla 13. <i>Pregunta N° 11. ¿Si las condiciones del taller de telar pedal y cintura serian adecuadas, produciría más textiles?</i>	53
Tabla 14. <i>Pregunta N° 12. ¿Cuál es su nivel de conocimiento respectos a los costos de producción?</i>	54
Tabla 15. <i>Pregunta N° 13. ¿Cuál es su nivel de conocimiento para hallar los costos de producción?</i>	54
Tabla 16. <i>Pregunta N° 14. ¿Cuenta con capital de trabajo?</i>	55
Tabla 17. <i>Pregunta N° 14. Especificar cuanto</i>	56
Tabla 18. <i>Pregunta N° 15. ¿Cómo financia usted los costos de materia prima, insumos y otros para la producción de textiles?</i>	57
Tabla 19. <i>Pregunta N° 15. Especificar cómo financia usted los costos de materia prima, insumos y otros para la producción de textiles</i>	57
Tabla 20. <i>Pregunta N° 16. ¿Quién le provee o proporciona la materia prima y otros materiales para la elaboración de productos textiles?</i>	58
Tabla 21. <i>Pregunta N° 16.Especificar</i>	59

Tabla 22. <i>Pregunta N° 17. Especifique. ¿Con que máquinas, equipos y herramientas cuenta usted, cuantas tiene y cuanto le costaron?</i>	60
Tabla 23. <i>Pregunta N° 18. ¿Las máquinas, equipos y herramientas que utiliza son?</i>	61
Tabla 24. <i>Pregunta N° 18. Especificar propiedad de las máquinas, equipos y herramientas que utiliza</i>	61
Tabla 25. <i>Pregunta N° 19. ¿Usted paga por el espacio del taller?</i>	62
Tabla 26. <i>Pregunta N° 19. Especificar</i>	63
Tabla 27. <i>Pregunta N° 20. ¿Usted paga por electricidad o consumo de energía eléctrica?</i>	63
Tabla 28. <i>Pregunta N° 21. ¿Usted paga por consumo de agua?</i>	64
Tabla 29. <i>Pregunta N° 22. ¿Usted paga por el mantenimiento de las maquinarias, equipos de herramientas?</i>	65
Tabla 30. <i>Pregunta N° 22. Especificar Anual</i>	66
Tabla 31. <i>Pregunta N° 23. ¿Cuántos productos elabora durante la semana aproximadamente? Cantidad</i>	67
Tabla 32. <i>Pregunta N° 24. Los productos que elabora principalmente son</i>	68
Tabla 33. <i>Pregunta N° 25. ¿Cuándo fabrica a pedido, el cliente le proporciona la materia prima y demás materiales para la elaboración del producto?</i>	69
Tabla 34. <i>Pregunta N° 26. ¿El centro penitenciario INPE fomenta la elaboración de textiles?</i>	70
Tabla 35. <i>Pregunta N° 27. ¿Cuáles son los productos que más elabora?</i>	71
Tabla 36. <i>Pregunta N° 28. ¿Cuál es la materia prima que más utiliza en la elaboración de dichos productos?</i>	72
Tabla 37. <i>Pregunta N° 29. ¿Cuánto es el costo de la elaboración de dichos productos?</i> ..	73
Tabla 38. <i>Pregunta N° 29. Continuación</i>	74
Tabla 39. <i>Pregunta N° 30. ¿Cómo establece el precio de venta de sus productos?</i>	74
Tabla 40. <i>Pregunta N° 31. ¿Considera que el precio de venta de sus productos es adecuado? Explique el por qué</i>	75
Tabla 41. <i>Pregunta N° 31. Especificar</i>	76
Tabla 42. <i>Pregunta N° 32. ¿Sabe cuánto es el porcentaje de utilidad (ganancia) por cada producto elaborado?</i>	77
Tabla 43. <i>Pregunta N° 32. Especificar</i>	78
Tabla 44. <i>Pregunta N° 33. ¿Sus productos pasan por un control de calidad?</i>	78

Tabla 45. <i>Pregunta N° 34. La elaboración de textiles es orientada por campañas, por ejemplo, navidad, san valentín, día de la madre, día del padre, día del Cusco y demás fechas conmemorativas.</i>	79
Tabla 46. <i>Pregunta N° 35. ¿Quién se encarga de la venta de sus productos?</i>	80
Tabla 47. <i>Pregunta N° 36. ¿Dónde se venden sus tejidos generalmente?</i>	81
Tabla 48. <i>Pregunta N° 36. Especificar</i>	82

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Pregunta N° 1. Edad.....	44
<i>Figura 2.</i> Pregunta N° 2. Grado de instrucción	45
<i>Figura 3.</i> Pregunta N° 3. ¿Cuánto tiempo tiene elaborando productos textiles en el centro penitenciario?.....	46
<i>Figura 4.</i> Pregunta N° 4. ¿Usted pertenece a alguna asociación dentro del centro penitenciario?.....	47
<i>Figura 5.</i> Pregunta N° 4. Nombre de la asociación	48
<i>Figura 6.</i> Pregunta N° 5. ¿Antes de entrar al centro penitenciario tenía conocimientos sobre textilería?	49
<i>Figura 7.</i> Pregunta N° 6. ¿Su familia depende de usted económicamente?	49
<i>Figura 8.</i> Pregunta N° 7. ¿El centro penitenciario brinda capacitaciones en temas de costos de producción y comercialización?	50
<i>Figura 9.</i> Pregunta N° 8. Califique ¿Cómo son las capacitaciones?	51
<i>Figura 10.</i> Pregunta N° 9. Las condiciones del taller de telar pedal y cintura son:	51
<i>Figura 11.</i> Pregunta N° 10. ¿Para usted, cual es el principal problema del taller de telar pedal y cintura?.....	52
<i>Figura 12.</i> Pregunta N° 11. ¿Si las condiciones del taller de telar pedal y cintura serian adecuadas, produciría más textiles?.....	53
<i>Figura 13.</i> Pregunta N° 12. ¿Cuál es su nivel de conocimiento respectos a los costos de producción?	54
<i>Figura 14.</i> Pregunta N° 13. ¿Cuál es su nivel de conocimiento para hallar los costos de producción?	55
<i>Figura 15.</i> Pregunta N° 14. ¿Cuenta con capital de trabajo?.....	55
<i>Figura 16.</i> Pregunta N° 14. Especificar cuanto	56
<i>Figura 17.</i> Pregunta N° 15. ¿Cómo financia usted los costos de materia prima, insumos y otros para la producción de textiles?	57
<i>Figura 18.</i> Pregunta N° 16. ¿Quién le provee o proporciona la materia prima y otros materiales para la elaboración de productos textiles?	58
<i>Figura 19.</i> Pregunta N° 16. Especificar.....	59
<i>Figura 20.</i> Pregunta N° 17. Especifique. ¿Con que máquinas, equipos y herramientas cuenta usted, cuantas tiene y cuanto le costaron?.....	60
<i>Figura 21.</i> Pregunta N° 18. ¿Las máquinas, equipos y herramientas que utiliza son?.....	61

<i>Figura 22.</i> Pregunta N° 18. Especificar.....	62
<i>Figura 23.</i> Pregunta N° 19. ¿Usted paga por el espacio del taller?.....	62
<i>Figura 24.</i> Pregunta N° 19. Especificar.....	63
<i>Figura 25.</i> Pregunta N° 20. ¿Usted paga por electricidad o consumo de energía eléctrica?.....	64
<i>Figura 26.</i> Pregunta N° 21. ¿Usted paga por consumo de agua?	64
<i>Figura 27.</i> Pregunta N° 22. ¿Usted paga por el mantenimiento de las maquinarias, equipos de herramientas?	65
<i>Figura 28.</i> Pregunta N° 22. Especificar.....	66
<i>Figura 29.</i> Pregunta N° 23. ¿Cuántos productos elabora durante la semana aproximadamente? Cantidad	68
<i>Figura 30.</i> Pregunta N° 24. Los productos que elabora principalmente son.....	69
<i>Figura 31.</i> Pregunta N° 25. ¿Cuándo fabrica a pedido, el cliente le proporciona la materia prima y demás materiales para la elaboración del producto?	69
<i>Figura 32.</i> Pregunta N° 26. ¿El centro penitenciario INPE fomenta la elaboración de textiles mediante proyectos?.....	70
<i>Figura 33.</i> Pregunta N° 27. ¿Cuáles son los productos que más elabora?	71
<i>Figura 34.</i> Pregunta N° 28. ¿Cuál es la materia prima que más utiliza en la elaboración de dichos productos?	72
<i>Figura 35.</i> Pregunta N° 30. ¿Cómo establece el precio de venta de sus productos?.....	75
<i>Figura 36.</i> Pregunta N° 31. ¿Considera que el precio de venta de sus productos es adecuado? Explique el por qué.....	75
<i>Figura 37.</i> Pregunta N° 31. Especificar.....	76
<i>Figura 38.</i> Pregunta N° 32. ¿Sabe cuánto es el porcentaje de utilidad (ganancia) por cada producto elaborado?	77
<i>Figura 39.</i> Pregunta N° 32. Especificar.....	78
<i>Figura 40.</i> Pregunta N° 33. ¿Sus productos pasan por un control de calidad?.....	79
<i>Figura 41.</i> Pregunta N° 34. La elaboración de textiles es orientada por campañas, por ejemplo, navidad, san valentín, día de la madre, día del padre, día del Cusco y demás fechas conmemorativas.....	80
<i>Figura 42.</i> Pregunta N° 35. ¿Quién se encarga de la venta de sus productos?.....	81
<i>Figura 43.</i> Pregunta N° 36. ¿Dónde se venden sus tejidos generalmente?	82
<i>Figura 44.</i> Pregunta N° 36. Especificar.....	83

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar de qué manera los costos de producción intervienen en la comercialización de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018. La investigación fue de enfoque cuantitativo porque se hizo uso de la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico del Taller de Textilería, de alcance descriptivo y diseño No experimental – Transversal, ya que dicho estudio se realizó sin la manipulación deliberada de variables observándose los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, la población estuvo conformada por 367 personas dedicados a la producción textil y que son parte del Taller del Establecimiento Penitenciario del Cusco Varones.

El cuestionario empleado fue validado por expertos, fue aplicado a una muestra de 188 internos del Taller de telar, pedal y cintura, los resultados indicaron que los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de manera empírica, sin nivel técnico, consecuentemente existe una inadecuada comercialización, esto debido al desconocimiento para establecer los costos por productos, lo que hace que los internos no sepan que precios de venta establecer, por ende la comercialización se da de manera deficiente, lo cual les limita establecer precios justos, asimismo, los productos terminados no pasan por un control de calidad.

Palabras Clave: Costos de Producción y Comercialización

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine how production costs intervene in the commercialization of textile products of the Penitentiary Establishment of Quencoro Varones Cusco, 2018. The investigation was of a quantitative approach because data collection was used to test hypotheses , based on the numerical measurement and the statistical analysis of the Textile Workshop, of descriptive scope and non - experimental design - Transversal, since this study was carried out without the deliberate manipulation of variables observing the phenomena in their natural environment and then analyzing them, the The population was conformed by 367 people dedicated to the textile production and who are part of the Workshop of the Penitentiary Establishment of Cusco Varones.

The questionnaire used was validated by experts, was applied to a sample of 188 inmates of the loom, pedal and waist workshop, the results indicated that the production costs of textile products of the Penitentiary Establishment of Quencoro Varones of the city of Cusco, are established empirically, without technical level, consequently there is an inadequate commercialization, this due to the lack of knowledge to establish the costs for products, which means that the inmates do not know what sale prices to establish, therefore the commercialization occurs in a deficient manner, which limits them to establish fair prices, likewise, the finished products do not go through a quality control.

Keywords: Production and Marketing Costs

Capítulo I

El problema

1.1 Identificación del problema

El Sistema Penitenciario tiene su propia problemática, siendo una de las principales el gran hacinamiento de internos dentro del penal de Quencoro el mismo que está construido y habilitado para albergar a un total 600 internos, pero que actualmente tiene una población aproximada de 2500 internos que purgan condena dentro de este establecimiento penitenciario. Asimismo, dentro de esta problemática se suscitan otras que también son propias del mismo establecimiento penitenciario y que están relacionadas al cumplimiento de objetivos y finalidades de un centro penitenciario.

De acuerdo, al marco jurídico vigente, el sistema penitenciario tiene por objeto la reeducación, rehabilitación y reincorporación del recluso a la sociedad, así como asegurar las condiciones adecuadas para su reclusión. Si bien el objetivo parece adecuadamente acotado y entendido a nivel institucional como legal, la problemática que aquejan a este sector no corresponde a acciones exclusivas del Instituto Nacional Penitenciario (INPE), sino necesita la articulación de otras instituciones como el Ministerio de Justicia, el Poder Judicial, el Congreso de la República, el Ministerio del Interior y el Ministerio de Economía y Finanzas.

Para el cumplimiento de las funciones y objetivos que corresponden al Sistema Nacional Penitenciario en el Establecimiento Penitenciario del Cusco Varones, conocido como Penal de Quencoro, se han implementado diversos talleres para el cumplimiento de los objetivos de readaptación de los internos; dentro de los talleres que se han implementado son: carpintería en madera, tallados en madera, tejidos a máquina, cerámica, costura y/o sastrería, panadería, telares, zapatería, gastronomía, cosmetología y/o peluquería, manualidades, lavandería y cocina.

El problema materia de la presente investigación radica en que en el Taller de Textilería del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones del Cusco, debido a su singular naturaleza al estar dentro de un establecimiento penitenciario tiene un tratamiento especial distinto a otros talleres, la Ley establece que los centros o talleres de producción de estos

establecimientos tienen la única finalidad de resocializar y reinserter al interno a la sociedad.

Es por esta razón que se dan características peculiares en el proceso de producción de productos textiles, ya que el ingreso y salida de materiales y herramientas es restringida y supervisada por el Instituto Nacional Penitenciario (INPE), asimismo, la mano de obra de este taller lo constituyen únicamente los internos de dicho establecimiento quienes por mandato expreso de la Ley no tienen vínculo laboral con el establecimiento penitenciario, repercutiendo directamente en los costos de producción al no considerarse dentro de la estructura de costos la carga social que tiene todo trabajador con vínculo laboral de cualquier empresa.

De otro lado, el Instituto Nacional Penitenciario (INPE) como supervisor de estos talleres en el cumplimiento de sus funciones implementa y propicia proyectos, sin embargo, por falta de asignación de presupuesto y recursos no son adecuadamente propiciadas y ejecutadas.

Como consecuencia de ello, los internos que trabajan actualmente en el Taller de Textilería y por las mismas limitaciones a las que están sujetos realizan la producción de productos textiles sin tomar en cuenta una estructura de costos lo que ocasiona que la fijación de precios de venta sea inadecuada y genere perjuicios en el productor.

El trabajo de investigación busca determinar los costos de producción que se establecen en los talleres de Textilería para la elaboración de mantas, pasadisos, ponchos, chalinas, fajas, playeras, sobasqueras, monederos, chuspas y carteras, implicando que haya un análisis de todos los costos directos e indirectos que se incurren y asimismo cuales son las modalidades en la comercialización de dichos productos, esto debido a la singular naturaleza del Establecimiento Penitenciario del Cusco a razón de que los fines son eminentemente sociales en la readaptación del interno y contraviene con la comercialización y generación de utilidades por parte del establecimiento penitenciario.

Hoy en día, los internos venden sus productos a través de sus familiares quienes ofertan los productos en las ferias locales de los fines de semana y directamente a establecimientos especializados, reflejándose que la comercialización que se ve limitada principalmente por la inadecuada fijación de precios y por la calidad de los productos, por lo que es necesario determinar adecuadamente los costos de producción y modalidades en su comercialización.

Cabe resaltar, que dicha comercialización se da de manera informal, es decir, los internos no emiten ningún comprobante de pago a sus clientes.

1.2 Formulación del problema

1.2.1. Problema general.

¿De qué manera los costos de producción intervienen en la comercialización de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018?

1.2.2. Problemas específicos.

1. ¿De qué manera se establecen los costos de producción de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018?
2. ¿De qué manera se realiza la comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018?

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general.

Describir de qué manera se establecen los costos de producción que intervienen en la comercialización de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018

1.3.2. Objetivos específicos.

1. Describir de qué manera se establecen los costos de producción de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018.
2. Describir de qué manera se realiza la comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018.

1.4 Justificación de la investigación

En cuanto a la justificación teórica el presente estudio trata de adicionar nuevos conocimientos con teorías sobre la importancia en la determinación de costos de producción y la importancia del mismo en su comercialización dentro del Establecimiento Penitenciario de Varones del Cusco, asimismo, la presente investigación permitirá utilizar bibliografía lo cual ayudará a entender de mejor manera las variables de estudio con sus

respectivas dimensiones e indicadores. Asimismo, cumplido este trabajo será una fuente de información para trabajos futuros.

Referente a la justificación práctica el presente trabajo de investigación pretende poner en evidencia que la determinación de los costos de producción dentro del Establecimiento Penitenciario de Varones del Cusco, están siendo subvencionados por el Estado Peruano, asimismo los internos muchas veces tienen que asumir sus costos al rematar los productos que producen. Por otro lado, la presente investigación permite acercarse a la realidad y determinar la intervención de una variable sobre la otra, por lo tanto, concluido el trabajo arriba a las conclusiones y recomendaciones los cuales podrán ser consideradas por el jefe de la institución en estudio.

La investigación se justifica metodológicamente, ya que permitirá construir, validar y aplicar los instrumentos de recolección de datos en forma adecuada, de tal manera que permitan medir y/o establecer la relación de las variables de estudio entre ellos: costos de producción y la comercialización.

1.5 Presuposición filosófica

Los costos que se generan en nuestro diario vivir por un trabajo forman parte del crecimiento empresarial del hombre en cada emprendimiento.

Cada persona busca crecer en algún campo en el cual se haya visto trabajando, por lo que se entiende que estamos sujetos a analizar sobre lo que decidimos hacer, así como ser bien recompensados por nuestro empeño en lo que decidimos desarrollarnos.

Donde cada aspecto que emprendamos trabajar debemos poner la debida atención en lo que nos cuesta llegar para obtener lo que buscamos, analizando que cada vez seamos más eficientes hasta encontrar el método adecuado para dicha operación, y esto se logra siendo realista a la hora de calcular el costo que nos generaría dicho trabajo.

Un emprendedor eficiente primero trabaja en la idea que desarrollará, haciendo cálculos sobre lo que necesitará o costará para buscar obtener su capital, y saber si está en condiciones de afrontarlo, asimismo evaluar la comercialización de los productos que ofertará.

El escritor Lucas nos recuerda lo que Jesús enseñó cuando estuvo en la tierra, mencionando este tema importante para nuestra vida en el libro de Lucas 14:28, donde dice lo siguiente: “Porque ¿quién de vosotros, queriendo edificar una torre, no se sienta primero y calcula los gastos (costo), a ver si tiene lo que necesita para acabarla”.

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Guillén (2012), en su investigación titulada “Determinación del costo de fabricación de muebles en la Empresa “La Madera” de la Universidad Nacional de Loja, tuvo como objetivo determinar el costo de los inventarios de productos fabricados tanto unitario como global, con miras a la presentación del Balance General. Metodología: la investigación pertenece al diseño descriptivo no experimental, de tipo básico y enfoque cuantitativo. Resultados: con la determinación de los presupuestos, utilizando los tres elementos del costo, se cumple con el objetivo general y con los específicos, contribuyendo a que la propietaria establezca costos de fabricación, lo más certero posible y mantenga un margen de utilidad acorde con lo establecido entre las pequeñas empresas aliadas, de tal manera que se vuelva competitiva en el mercado, cada vez más exigente. Conclusiones: por la falta de planificación en su producción, la empresa ha tenido pérdidas en la parte productiva y se encuentra en una difícil competencia con empresas que están a la vanguardia

Asimismo, Charca (2015) realizó una investigación titulada “Diseño de un Sistema de Costos por procesos para una industria manufacturera de queso prensado - Fundo San Francisco, Arapa Azangaro 2015” de la Universidad Peruana Unión, tuvo como objetivo diseñar un sistema de costos por procesos para una Industria Manufacturera de Queso Prensado - Fundo San Francisco, Arapa Azángaro 2015. Metodología: la investigación fue de diseño Estudio de Caso Explicativo. Resultados: se observó un atraso administrativo y gastos innecesarios al no tener un sistema de costeo; el sistema de costo aplicado a la empresa es adecuado y eficiente porque facilita la evaluación y control de los costos en los que ha incurrido en el proceso de producción. Conclusiones: es necesario contar con un control exacto de los elementos de costos con la finalidad de que los costos de producción sean reales, es necesario considerar los pequeños gastos, porque a largo plazo se hacen grandes, por lo tanto, el costo actual no responde al costo verdadero de producción.

Indican Delgado y Chalco (2016), en su investigación titulada “Costos de Producción y la Comercialización de Muebles de Madera en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro –Varones Del Cusco – Período 2015” en la Universidad Andina del Cusco, la cual tuvo como objetivo determinar los costos de producción y las modalidades en la comercialización de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, Periodo 2015. La hipótesis general estableció que los

costos de producción de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, son identificados de forma empírica generando una inadecuada comercialización. En el desarrollo de la investigación se aplicó un enfoque cuantitativo, en base en la medición numérica y el análisis estadístico del Taller de Carpintería del Establecimiento Penitenciario del Cusco, cuyo diseño de investigación es de carácter no experimental y descriptivo, en razón de que se describen las actividades de producción de muebles de madera desde la compra de la materia prima hasta su comercialización. Finalmente se concluye que en el Taller de Carpintería del Establecimiento Penitenciario de Varones del Cusco, los costos de producción de muebles de madera se determinan de forma empírica y anti técnica, repercutiendo directamente en el establecimiento de precios y la comercialización, esto debido principalmente al desconocimiento por parte de los internos en aplicar correctamente los costos de producción sin seguir una adecuada estructura de costos, esto se debe al incipiente grado de instrucción de los internos, la falta de capacitación por parte del INPE y a causa de otros factores como las condiciones desfavorables de los ambientes físicos del taller, que han ocasionado hacinamiento y desorganización dentro del mismo.

Finalmente, Chino (2018) en su tesis titulada “Costos de producción y la fijación de precios de los productos de cerámica en arcilla en la Asociación de Artesanos Virgen del Carmen Pucará – 2017” de la Universidad Andina del Cusco, dicha investigación tuvo como objetivo determinar los costos de producción y la fijación de precios, en la asociación de artesanos Virgen del Carmen Pucará 2017. Metodología: la investigación fue de tipo aplicada y/o práctica con un enfoque cuantitativo dado que se midieron los resultados. Resultados: los costos de producción y la fijación de precios asociación de artesanos Virgen del Carmen Pucará 2017, se determinan de forma empírica de la investigación se obtuvieron los siguientes resultados 1. Los costos de producción y la fijación de precios de los productos de cerámica en arcilla en la asociación de artesanos Virgen del Carmen Pucará-2017, se establecen de forma empírica donde los costos de producción y la fijación de precio son determinados como consecuencia de la experiencia adquirida a través de los años. Asimismo, los costos de producción de los productos de cerámica en arcilla en la asociación de artesanos Virgen del Carmen Pucará 2017 se establecen de forma empírica ya que no se consideran y no se valorizan algunos elementos del costo entre ellos el valor de la arcilla, y los costos indirectos que intervienen en el proceso producción. Por otra parte, la fijación de precios de los productos de cerámica en arcilla en la asociación de artesanos Virgen del Carmen Pucará 2017 se determinan en

forma empírica, evidenciándose que la fijación de precios obedece a los precios establecidos por el mercado y que muchas veces son establecidas por el propio comprador.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Costos.

Si se recurre a la acepción amplia del concepto, costo es el “sacrificio que debe realizarse para alcanzar un objetivo, cualquiera sea este”. Esta definición refiere al esfuerzo consciente que es necesario llevar a cabo de lograr un resultado perseguido. Pero si nos limitamos a su sentido económico más estricto, costo es “el insumo de determinados elementos valorizables económicamente, aplicado a lograr un objetivo económico” (Cashin y Polimeni, 2008).

Sobre la base de esta definición es posible decir que todos los contenidos que forman parte del precio de venta de una operación o producto, más allá de la ganancia, son costos, puesto que se trata de la adquisición y el consumo de “esfuerzos” que pueden ser valuados en dinero y que son imprescindibles para llevar a cabo la operación que nos permita recibir ese precio de venta.

El costo presenta la particularidad de ser relativamente controlable por quienes incurren en él, y esta característica lo diferencia de la pérdida, que es menos manejable, se presenta de un modo más inesperado y no conlleva a la consecución del objetivo. Costo y pérdida, entonces, si bien se parecen, no son una misma cosa, ya que con el costo se alcanza un objetivo mientras que con la pérdida no es posible lograrlo. Como veremos de inmediato, el concepto de costo se diferencia de otros con los que algunos suelen confundirlo, por lo que nuestro propósito es continuar aclarando dichos conceptos de modo de construir un lenguaje y comprensible. (Faga y Ramos, 2006)

2.2.2. Costos de producción.

Ferro (2018) refiere que el término costo tiene varias concepciones, tomando como base para los efectos de curso, aquella que la define desde el punto de vista económico en forma más general y a la cual se ciñe la técnica contable de costos, Esa acepción del término de costo lo define: “como los conjuntos de esfuerzos y recursos que se intervienen para obtener un bien, esto es, se refiere al costo de inversión.

Reyes (2008) indica que los factores de costos se dividen en:

A. Costos directos

Son aquellos que se pueden identificar plenamente ya sea en su aspecto físico o valor en cada unidad producida, y como tales tenemos: las materias primas básicas y la mano de obra directa en la fabricación.

B. Costos indirectos

Son aquellos que no se pueden localizar en forma precisa en una unidad producida, absorbiéndose en la producción a base de prorrateo. Los cargos indirectos se dividen en tres clases:

- a) Materiales indirectos.
- b) Mano de obra indirecta.
- c) Gastos de fabricación indirectos.

Son materiales indirectos aquellos que por su cantidad en la producción no es práctico precisarlos en cada unidad producida y que en términos generales lo podemos considerar como accesorios de fabricación. Se considera mano de obra indirecta todos los salarios o sueldos de superintendente de ayudantes, mozos de fábrica, etc. Los gastos de fabricación indirectos agrupan todas las demás erogaciones que siendo derivadas de la producción no es posible aplicarlas con exactitud a una unidad producida, ejemplo depreciaciones, amortizaciones, fuerza, combustible, etc. (Reyes, 2008)

Pudiéndose inferir que las tres subdivisiones que comentamos en párrafos anteriores se registran y acumulan en la contabilidad de costos a través de una cuenta que se puede denominar en la contabilidad de costos: Gastos de producción, gasto de fabricación y gastos indirectos.

2.2.3. Elementos del costo del producto.

Polimeri, Fabozzi, Adelberg y Kole (1998), indican que los elementos de costo de un producto o sus componentes son:

a) Materiales: Son los principales recursos que se usan en la producción; éstos se transforman en productos terminados con la adición de la mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. El costo de los materiales puede dividirse en materiales directos e indirectos, de la siguiente manera:

- **Materiales directos:** Son todos los que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con este y representan el principal

costo de materiales en la elaboración del producto. (Polimeri, Fabozzi, Adelberg y Kole, 1998)

- **Materiales indirectos:** Son aquellos involucrados en la elaboración de un producto, pero no son materiales directos. Estos se incluyen como parte de los costos indirectos de fabricación. (Polimeri, Fabozzi, Adelberg y Kole, 1998)

b) Mano de obra: Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto los costos de mano de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta. (Polimeri, Fabozzi, Adelberg y Kole, 1998)

- **Mano de obra directa:** Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que representa un importante costo de mano de obra en la elaboración de un producto. (Polimeri, Fabozzi, Adelberg y Kole, 1998)

- **Mano de obra indirecta:** Involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa. La mano de obra indirecta se considera como parte de los costos indirectos de fabricación. (Polimeri, Fabozzi, Adelberg y Kole, 1998)

c) Costos indirectos de fabricación: Se utiliza para acumular los materiales indirectos, mano de obra indirecta y los demás costos indirectos de fabricación que no puedan identificarse directamente con los productos específicos. (Polimeri, Fabozzi, Adelberg y Kole, 1998)

2.2.4. Clasificación de costos.

Los costos pueden ser clasificados de la siguiente forma:

2.2.4.1. De acuerdo con la función en la que se originan

- a) Costos de producción:** Los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados.
- b) Gastos de distribución o venta:** Los originarios en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor; por ejemplo, publicidad, comisiones, etc.

c) **Gastos de administración:** Los que se originan en el área administrativa, como son: sueldos, teléfonos, seguridad de local, etc.

2.2.4.2. De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto

- a) **Costos directos:** Los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto.
- b) **Costos indirectos:** El que no podemos identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de una máquina.

2.2.4.3. De acuerdo con el tiempo en el que fueron calculados

- a) **Costos históricos:** Los que se produjeron en determinado periodo; los costos de los productos vendidos o los costos de los que se encuentran en proceso estos costos son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.
- b) **Costos predeterminados:** Los que se estiman con base a la estadística y se utilizan para elaborar presupuestos.

2.2.4.4. De acuerdo con el tiempo que se cargan o se enfrentan a los ingresos

- a) **Costo del periodo:** Los que se identifican con los intervalos de tiempo y no con los productos o servicios; por ejemplo, el alquiler de las oficinas de la compañía cuyo costo se lleva en el periodo en el que utilizan las oficinas, al margen de cuanto se venden los productos.
- b) **Costo del producto:** Los que se llevan contra los ingresos únicamente cuando han contribuido a generarlos en forma directa; es decir, son los costos de los productos que se han vendido, sin importar el tipo de venta, de tal suerte que los costos que no contribuyen a generar ingresos en periodo determinado serán inventariados.

2.2.4.5. De acuerdo con el control que se tenga sobre la ocurrencia del costo

- a) **Costos controlables:** Aquellos sobre los cuales una persona, de determinado nivel, tiene autoridad para realizarlos o no. Por ejemplo, las comisiones de los directores de ventas en las diferentes zonas son controlables por el director general de ventas, etc.
- b) **Costos no controlables:** En algunas ocasiones no se tiene autoridad sobre los costos en que se incurren; tal es el caso de la depreciación del equipo para el supervisor, ya que los costos por depreciación fue una decisión tomada por la alta gerencia.

2.2.4.6. De acuerdo con su comportamiento

- a) Costos variables:** Los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o a ventas; la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdos a las ventas.
- b) Costos fijos:** Los que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambian el volumen; por ejemplo, los sueldos, las depreciaciones en línea recta, alquiler del edificio.
- c) Costos semi variables o semifijos:** Están integrados por una parte fija y una parte variable; el ejemplo típico son los servicios públicos: luz, teléfono, etc.

2.2.5. Contabilidad de costos.

Chambergo (2009), refiere que la Contabilidad de Costos, llamada también Contabilidad Analítica de Explotación, es una de las partes de la Contabilidad de Gestión y se centra en el cálculo de los costos de la mercadería y/o servicios y/o los productos terminados que ofrece la empresa.

Considerado también como un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos y con ello facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo. (Rámirez, 2008)

Cashin y Polimeni (2008), manifiesta que dicha contabilidad registra y sintetiza los costos de las empresas industriales, de servicios y comercialización con el fin de que puedan medirse, controlarse e interpretarse los resultados de cada uno de ellos a través de la obtención de costos unitarios y totales.

2.2.5.1. Objetivos de la contabilidad de costos

Indica García J. (2014), que los objetivos de la contabilidad de costos son, entre otros:

- a. Contribuir a fortalecer los mecánicos de coordinación y apoyo entre todas las áreas (compras, producción, recursos humanos, finanzas, distribución, ventas, etc.), para el logro de los objetivos de la empresa.
- b. Determinar costos unitarios para establecer estrategias que se conviertan en ventajas competitivas sostenibles y para efectos de evaluar los inventarios de producción en proceso y de artículos terminados.

- c. Generar información que permiten a los diferentes niveles de dirección una mejor planeación, evaluación y control de sus operaciones.
- d. Contribuir a mejorar los resultados operativos y financieros de la empresa, propiciando el ingreso a procesos de mejora continua.
- e. Contribuir en la elaboración de los presupuestos, en la planeación de utilidades y en la elección de alternativas, proporcionando información oportuna, e incluso anticipado, de los costos de producción, distribución, venta, administración y financiamiento.
- f. Controlar los costos incurridos a través de comparaciones con costos previamente establecidos y, en consecuencia, descubrir ineficiencias.
- g. Generar información que contribuya a determinar resultados por línea de negocios, productos y centros de costo.
- h. Atender los requerimientos de la Ley del Impuesto sobre la Renta y su Reglamento.
- i. Proporcionar información de costos en forma oportuna a la dirección de la empresa, para una mejor toma de decisión.

2.2.5.2.Importancia de la contabilidad de costos

La contabilidad es una herramienta esencial en cualquier empresa, ya que ella cuantifica los resultados de la gestión empresarial, en ella se ve reflejada la forma como se ha decidido el uso de recursos de la organización.

Por su parte Althona (2009), indica que la contabilidad de costos es una herramienta de la contabilidad financiera que permite el control de los tres elementos del costo (materia prima, mano de obra y los costos generales de producción), facilitando la determinación de los costos totales y los costos unitarios de fabricación, y de esta misma manera ayuda a la toma de decisiones que permiten mejorar los resultados finales como lo es la rentabilidad del negocio.

2.2.5.3.Finalidad de la contabilidad de costos

Giraldo (2007), manifiesta que la finalidad de la contabilidad de costos son:

- a. Conocer los costos de las diferentes asumidas por la empresa.
- b. Determinar las bases de evaluación de ciertos elementos del balance.
- c. Explicar los resultados mediante la acumulación del costo de los productos para su comparación con el precio de venta.
- d. Establecer provisiones de costos y de ingresos de explotación.

- e. Constatar la realización y explicar las desviaciones que resulten entre provisiones y los datos reales.

2.2.6. Norma Internacional de Contabilidad – Inventarios

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

Los medios de los inventarios son:

A. Costos de los inventarios

Comprende todos los costos derivados de su adquisición, transformación, así como otros costos en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

B. Costos de adquisición

Comprende el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales) y transporte, manejo y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de mercaderías, materiales y servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducen para determinar el costo de adquisición.

C. Costos de transformación

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

D. Otros costos

Los costos excluidos del costo de los inventarios, reconocidos como gastos del periodo en el que se incurren, los siguientes:

- (a) los importes anormales de desperdicio de materiales, mano de obra u otros costos de producción;
- (b) los costos de almacenamiento, a menos que sean necesarios en el proceso productivo, previos a un proceso de elaboración ulterior;
- (c) los costos indirectos de administración que no hayan contribuido a dar a los inventarios su condición y ubicación actuales; y
- (d) los costos de venta

2.2.7. Comercialización.

Rivadeneira (2012), refiere que la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

José (2012) menciona que “comercializar es un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por una de las partes de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento”.

2.2.7.1. Funciones de comercialización

Chávez (2014), hace referencia que las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios. A continuación, se detallan las funciones principales:

- Función comprar: Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros.
- Función venta: Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.

- Función transporte: Se refiere al traslado de bienes o servicio necesario para promover su venta o compra de los mismos.
- La financiación: Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.
- Toma de riesgos: Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

Por su parte Rivadeneira (2012) menciona que las funciones de la comercialización son ejecutadas por los productores, consumidores y especialistas en comercialización. Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar también las funciones de comercialización.

2.2.7.2. Tipos de comercialización

A. Comercialización directa

Constituye un canal de distribución dinámica, vibrante y de crecimiento rápido de comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores.

La comercialización de productos y servicios se realiza directamente al consumidor, cara a cara, generalmente en sus hogares o los hogares de otros, en el lugar de trabajo y otros lugares fuera de locales minoristas permanentes, normalmente mediante la explicación o demostración personal de un vendedor directo independiente. (Kotler & Armstrong, 2012)

B. Comercialización boca a boca

Publicidad de persona a persona ocurre como resultado de la experiencia positiva de un cliente. Enfócate en superar las expectativas de tus clientes y muy pronto podrás hacer uso de las estrategias de publicidad de persona a persona. (Kotler & Armstrong, 2012)

C. Comercialización estratégica

Analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales. La función del marketing estratégico es, orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa. (Kotler & Armstrong, 2012)

D. Comercialización operativa o táctica

Consiste en "el análisis y comprensión del mercado, la identificación de las oportunidades y formas de desarrollo de las habilidades y recursos de la empresa que permitan satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores mejor que la competencia". El Marketing táctico u operativo desciende al plano de la acción para hacer frente a la puesta en marcha de las estrategias. Toda acción táctica debe ir precedida de un profundo análisis del mercado y de una rigurosa reflexión estratégica, sin los cuales el mejor de los planes tiene pocas posibilidades de éxito. (Kotler & Armstrong, 2012)

E. Canal de distribución

Se definen como los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible. (Kotler & Armstrong, 2012)

2.2.7.3. Precio de venta

A. Precios altos o selección

Se trata de productos novedosos principalmente como consecuencia de procesos de investigación y desarrollo o de productos innovadores o diferenciados:

- El producto o la tecnología está patentada, la marca está registrada.
- Se trata de un servicio único y diferenciado de la competencia.
- No existen una elevada competencia debido a que la demanda es insuficiente.
- Se precisa de tecnología y de conocimientos técnicos avanzados o de know-how para su fabricación o elaboración.

B. Precios bajos de salida o penetración

Se trata de productos poco innovadores o diferenciados (Kotler & Armstrong, 2012). Se desea una rápida introducción en el mercado.

- Precios disuasorios. Se trata de disuadir a la competencia para que no entre en ese mercado a través de precios muy bajos.
- Reducción promocional. Se trata de dar a conocer el producto y de crear una demanda. Para ello, se fija un precio bajo al principio, pero con el tiempo se aumentará hasta mantener su precio normal.

C. Precios psicológicos

Mediante esta estrategia se intenta influir en la percepción del precio y del producto por los consumidores (Kotler & Armstrong, 2012). Se pueden destacar:

- Precios de prestigio, muchos consumidores relacionan el precio con la calidad.
- De esta forma las empresas pueden ofrecer productos, muy semejantes a los de mayor calidad, a un precio próximo al de ellos.
- Precio impar. Esta estrategia busca que el consumidor perciba el precio del producto como menor. Se consigue mediante la reducción de la cifra total dejando acabar el precio en un número impar.
- Precio par. Se pretende agilizar el cobro a los clientes.

D. Precios geográficos

Estas estrategias son utilizadas por empresas que distribuyen los productos vendidos al lugar de residencia o consumo de los clientes. (Kotler & Armstrong, 2012)

- Incluir en el precio fijado para un producto el coste del transporte.
- Vender a un mismo precio a todos los consumidores.
- Dividir el mercado en zonas o áreas, de forma que se fijará un precio distinto para cada una de ellas.

2.2.7.4. Margen de utilidad

Es la diferencia que hay entre el precio de venta y todos los costos fijos y variables que participan en el proceso de comercialización y en el mantenimiento de la compañía. El conocimiento del margen de utilidad resultará importante en la planificación del negocio. (Cashin & Polimeni, 2008)

2.2.7.5. Calidad de producto

Refiere Besterfield (2009), que es el uso de técnicas y actividades para lograr, mantener y mejorar la calidad de un producto o servicio. Implica la integración de las siguientes técnicas y actividades:

- Especificaciones de lo que se necesita.
- Diseño del producto o servicio, para cumplir las especificaciones.
- Producción o instalación que cumplan todas las intenciones de las especificaciones.
- Inspección para determinar la conformidad con las especificaciones.

- Examen de uso, para obtener información para modificar las especificaciones, si es necesario.

La adopción de estas medidas proporciona el mejor producto o servicio al cliente, con un costo mínimo. La intención debe ser una mejora continua de calidad.

2.2.7.6. Canales de venta

Son las vías que las empresas tienden para llevar sus productos a sus clientes de la forma más económica, eficiente y efectiva. Es uno de los puntos clave dentro de la comercialización de productos y en la gestión de ventas y espacios comerciales (Kotler & Armstrong, 2012).

A. Mayorista

Es un intermediario que se dedica a la venta de productos o servicios al por mayor y que realiza dicha venta principalmente a los minoristas, aunque también puede hacer a otros mayoristas o a la industria, en ocasiones se les denomina almacenistas o distribuidores, en sentido estricto a un mayorista habría que pedirle para calificarlo como tal de medios físicos para el movimientos y reparto de mercancías. (Sainz, 2009, pág. 37)

B. Minorista

Es el intermediario que se dedica a la venta de productos o servicios al menor a consumidor o usuario final, representa el punto de contacto del canal de distribución con el ultimo comprador, por lo que lógicamente es quien está en la mejor posición para recoger, analizar y transmitir información de gran relevancia sobre los gustos hábitos y necesidades de los consumidores. (Sainz, 2009, pág. 39)

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Costo.

Representa el precio de adquisición de artículos, propiedades o servicios que todavía no se han aplicado a la realización. (Giraldo, 2007)

2.3.2. Contabilidad de costos.

La contabilidad de costos se ocupa de la clasificación, acumulación y control de los costos; por ende, los costos son sinónimos de valores invertidos por una empresa para obtener un producto, una mercancía o un servicio. Los costos se clasifican de acuerdo a patrones de comportamiento, actividades y procesos con los cuales se relacionan en la obtención de un bien y/o servicio. (Cashin y Polimeni, 2008)

2.3.3. Descuento.

Es la disminución del precio de venta, originado por una política pre-establecida por la empresa; que generalmente está relacionado con volúmenes de venta a pronto pago. (Giraldo, 2007)

2.3.4. Gasto.

Son costos, los cuales han sido aplicados contra el ingreso de un periodo determinado. (Giraldo, 2007)

2.3.5. Pérdida.

Giraldo (2007), indica que son deducciones en razón distinta al activo de capital, por los cuales no han sido recibidos valores compensatorios.

2.3.6. Rebaja.

“Disminución del precio de venta, originado por la pérdida de cualidades físicas del producto o mercadería”(Giraldo, 2007, pág. 67).

2.3.7. Materia prima.

Elementos que serán sometidos a procesos de manufactura o transformación para su cambio físico y/o químico, antes de ser vendidos como productos terminados. (García J. , 2014)

2.3.8. Materia prima directa.

Castro (2013), hace mención que los elementos que serán sometidos a procesos de manufactura o transformación para su cambio físico y/o químico, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

2.3.9. Mano de obra.

Althona (2009), indica que es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.

2.3.10. Mano de obra directa.

Son los salarios, prestaciones y obligaciones correspondientes de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.(García J. , 2014)

2.3.11. Mano de obra indirecta.

Son los salarios, prestaciones y obligaciones correspondientes de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados. (García J. , 2014)

2.3.12. Cargos indirectos.

Flores (2010), refiere que también llamados gastos de fabricación, costos indirectos de fabricación, costos indirectos de producción o costos indirectos, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de las materias primas y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costos determinados.

2.3.13. Costo de transformación o conversión.

Es la suma de los elementos que intervienen en la transformación de las materias primas directas en productos terminados (mano de obra directa más cargos indirectos). (García J. , 2014)

2.3.14. Costo de producción.

García J. (2014) manifiesta que es la suma de los tres elementos que lo integran (materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos); también podemos decir que es la suma del costo primo más los cargos indirectos.

2.3.15. Gastos de operación.

“Es la suma de los gastos de venta, administración y financiamiento”(García J. , 2014, pág. 14).

2.3.16. Costo total.

“Es la suma del costo de producción más los gastos de operación”(García J. , 2014, pág. 13).

2.3.17. Comercialización.

Flores (2010), manifiesta que es el proceso de transacción comercial mediante el cual los bienes producidos o servicios prestados por los internos de los establecimientos penitenciarios llegan a los consumidores a cambio de una retribución económica.

Capítulo III

Materiales y método

3.1. Tipo de investigación

La investigación es de enfoque Cuantitativo porque se usará la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico del Taller de Textilería del Establecimiento Penitenciario del Cusco ubicado en el distrito de San Jerónimo, provincia y región del Cusco.

Asimismo, el presente trabajo de investigación tendrá un alcance descriptivo ya que describirá un fenómeno, especificando propiedades, características y rasgos importantes. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

3.2. Diseño de investigación

No experimental – Transversal, ya que dicho estudio se realizará sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

3.3. Hipótesis

3.3.1. Hipótesis general.

Los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de manera empírica, sin nivel técnico, consecuentemente existe una inadecuada comercialización.

3.3.2. Hipótesis específicas

1. Los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de forma empírica, sin nivel técnico.
2. La comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se realiza de manera inadecuada.

3.4. Identificación de variables

Variable independiente:

Costos de producción

Variable dependiente:

Comercialización

3.5. Operacionalización de variables

Variables	Definición operacional	Indicadores	Escala	Instrumentos
Variable independiente: Costos de producción	Es la suma de los tres elementos que lo integran (materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos); también podemos decir que es la suma del costo primo más los cargos indirectos. (García J. , 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Grado de conocimiento respecto al manejo de costos - Capital de trabajo - Cantidad y precio de máquinas, equipos y herramientas - Costo de alquiler y servicios (agua, luz) gastos administrativos - Costos de operación y mantenimiento - Volumen de producción - Costo de materia prima, mano de obra y otros 	Nominal	Cuestionario
Variable dependiente: Comercialización	Proceso de transacción comercial mediante el cual los bienes producidos o servicios prestados por los internos de los establecimientos penitenciarios llegan a los consumidores a cambio de una retribución económica. (Flores, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> - Precio de venta - Margen de utilidad - Calidad del producto - Canales de venta 		

3.6. Delimitación espacial y temporal

La investigación se realizó en los Talleres de Textilería del Establecimiento Penitenciario del Cusco Varones ubicado en el distrito de San Jerónimo, provincia y región del Cusco durante el período 2018.

3.7. Población y muestra

3.7.1. Población.

La población estuvo conformada por 367 personas dedicados a la producción textil y que son parte del Taller del Establecimiento Penitenciario del Cusco Varones.

3.7.2. Muestra.

Para determinar la muestra se aplicó la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

$$N = 367 \text{ personas}$$

$$\sigma = 1.96$$

$$e = 0.05$$

$$q = 0.5$$

$$p = 0.5$$

Operacionalizando se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 367}{0.05^2(367 - 1) + 1.96 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 188$$

Por tanto, la muestra estuvo conformada por 188 internos dedicados a la producción textil a mano que son parte del Taller del Establecimiento Penitenciario del Cusco Varones.

3.8. Diseño de instrumentos de investigación

El diseño de los instrumentos que se utilizaron en la investigación tuvo adecuado para estudiar las estructuras de costos y de la comercialización, posteriormente fue validado por un juicio de expertos.

3.9. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en la investigación fueron las encuestas y observación los cuales fueron aplicados a los trabajadores y los instrumentos fueron los cuestionarios y guía de entrevista.

3.10. Descripción de la aplicación de instrumentos

Los datos obtenidos en cuanto a las variables e indicadores fueron procesados en el programa Excel y posteriormente en el SPSS, donde se consideraron cuadros estadísticos para un determinado análisis.

3.11. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

Para el análisis estadístico se utilizó pruebas estadísticas como la varianza, coeficientes de correlación y la desviación estándar, los cuales nos permitieron dar validez a los resultados.

3.12. Técnicas para el procesamiento de la información

Se hizo uso del análisis estadístico descriptiva con tablas de frecuencias, lo que permitió conocer la realidad de los indicadores determinados en la investigación. Es por ello, que se utilizó el paquete estadístico SPSS 23 y el Excel como herramienta de análisis.

Capítulo IV

Resultados y discusión

4.1. Presentación de los resultados

Para determinar de qué manera los costos de producción intervienen en la comercialización de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018, se realizó una encuesta a 188 internos dedicados a la producción textil a mano que son parte del Taller del Establecimiento Penitenciario del Cusco Varones, el cuestionario estuvo conformado por 37 ítems, de los cuales los ítems del 1 al 11 correspondían a datos generales, y los demás se distribuyeron de acuerdo a la tabla 1.

Tabla 1.

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Indicadores	Preguntas
Variable independiente: Costos de producción	Grado de conocimiento respecto al manejo de costos	12, 13
	Capital de trabajo	14, 15, 16
	Cantidad y precio de máquinas, equipos y herramientas	17, 18
	Costo de alquiler y servicios (agua, luz) gastos administrativos	19, 20, 21
	Costos de operación y mantenimiento	22
	Volumen de producción	23, 24, 25, 26
	Costo de materia prima, mano de obra y otros	27, 28, 29
	Variable dependiente: Comercialización	Precio de venta
Margen de utilidad		32
Calidad del producto		33
Canales de venta		34, 35, 36, 37

Fuente: Elaboración Propia

4.1.1. Caracterización de la población.

En la tabla 2 y figura 1, se puede observar que del total de 188 encuestados se observa que el 27.1% tiene edades que oscilan entre 26-34 años de edad, además el 21.3% tiene edades que oscilan entre 35-43 años, mientras que el 18.1 % tiene edades que oscilan entre 53-61 años, seguido del 17.6% con edades que oscilan entre 44-52 años, por otro lado, un 8.0% son menores a 25 años de edad, el 7.4% tiene edades que oscilan entre 62-70 años de edad, finalmente un 0.5% son mayores a 71 años.

Tabla 2.

Pregunta N° 1. Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
<= 25	15	8.0%	8.0%	8.0%
26 - 34	51	27.1%	27.1%	35.1%
35 - 43	40	21.3%	21.3%	56.4%
44 - 52	33	17.6%	17.6%	73.9%
53 - 61	34	18.1%	18.1%	92.0%
62 - 70	14	7.4%	7.4%	99.5%
71+	1	0.5%	0.5%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

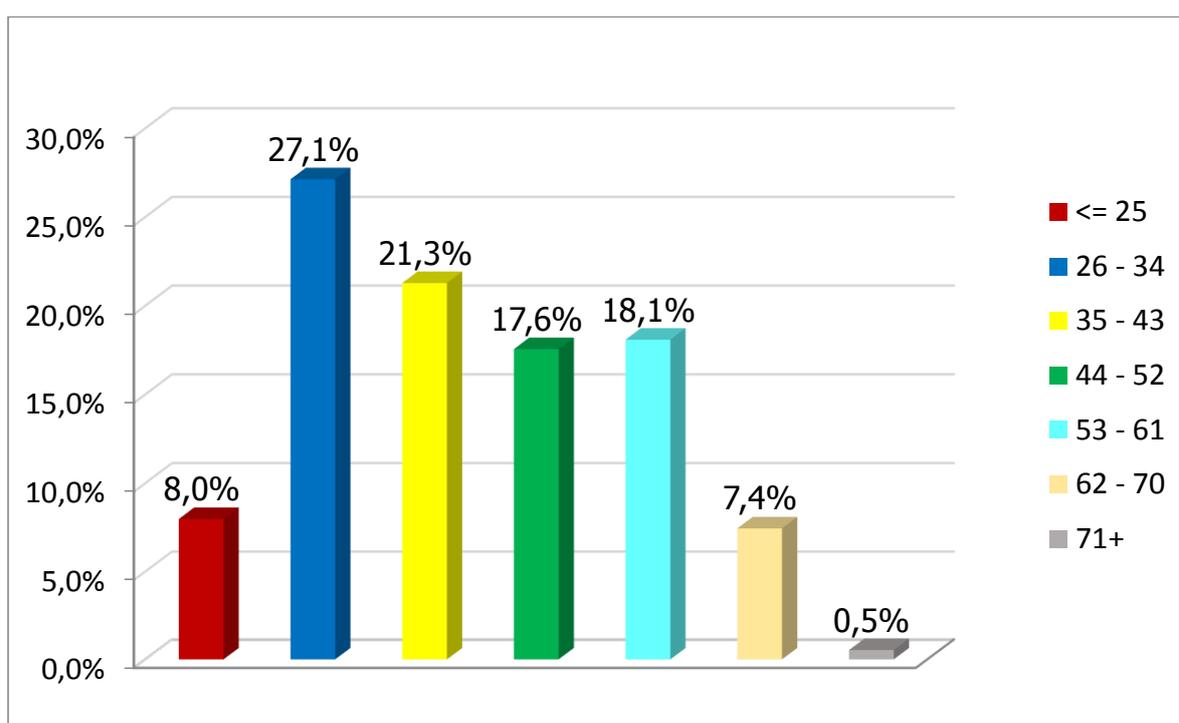


Figura 1. Pregunta N° 1. Edad

En la tabla 3 y figura 2, del total de 188 encuestados se observa que el 41.5% cuentan secundaria completa, además 34.0% cuentan con primaria completa, seguido del 8.5% que cuenta con técnico completa y también los que no tienen ningún estudio, el 6.4% cuenta con universitaria incompleta, finalmente el 1.1% cuenta con universitario completa.

Tabla 3.

Pregunta N° 2. Grado de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	16	8.5%	8.5%	8.5%
Primaria completa	64	34.0%	34.0%	42.6%
Secundaria completa	78	41.5%	41.5%	84.0%
Técnico completa	16	8.5%	8.5%	92.6%
Universitario incompleta	12	6.4%	6.4%	98.9%
Universitario completa	2	1.1%	1.1%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

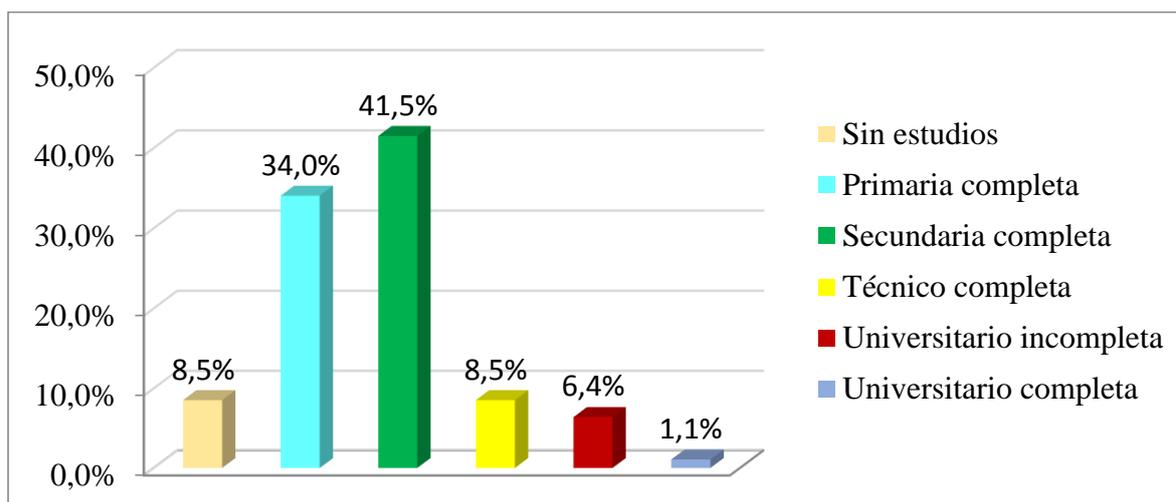


Figura 2. Pregunta N° 2. Grado de instrucción

En la tabla 4 y figura 3, del total de 188 encuestados se observa que el 44.7% tiene entre 5 años a más años elaborando productos textiles, mientras que el 21.8% tiene menos de 1 año elaborando productos textiles, seguido del 17.6% que tiene entre 3 a 5 años elaborando productos textiles, finalmente un 16.0% que tiene entre 1 a 3 años elaborando productos textiles.

Tabla 4.

Pregunta N° 3. ¿Cuánto tiempo tiene elaborando productos textiles en el centro penitenciario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	41	21.8%	21.8%	21.8%
De 1 año a 3 años	30	16.0%	16.0%	37.8%
De 3 años a 5 años	33	17.6%	17.6%	55.3%
De 5 años a mas	84	44.7%	44.7%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

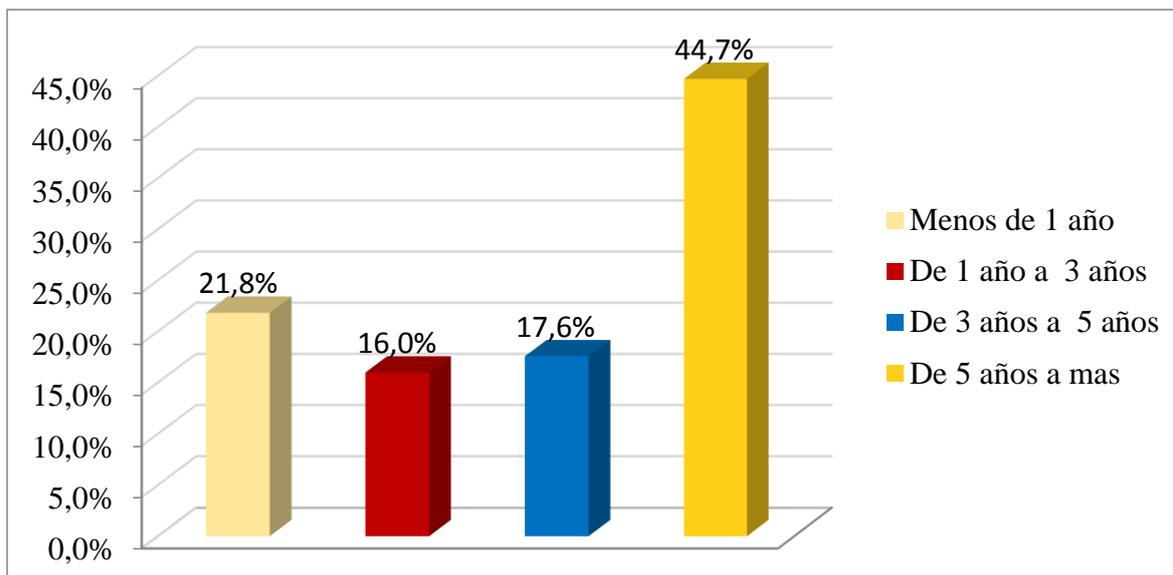


Figura 3. Pregunta N° 3. ¿Cuánto tiempo tiene elaborando productos textiles en el centro penitenciario?

En la tabla 5 y figura 4, del total de 188 encuestados se observa que el 62.8% indica que si pertenecen a una asociación en cambio el 37.2% indica que no pertenecen a una asociación.

Tabla 5.

Pregunta N° 4. ¿Usted pertenece a alguna asociación dentro del centro penitenciario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	118	62.8%	63.8%	63.8%
No	70	37.2%	36.2%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

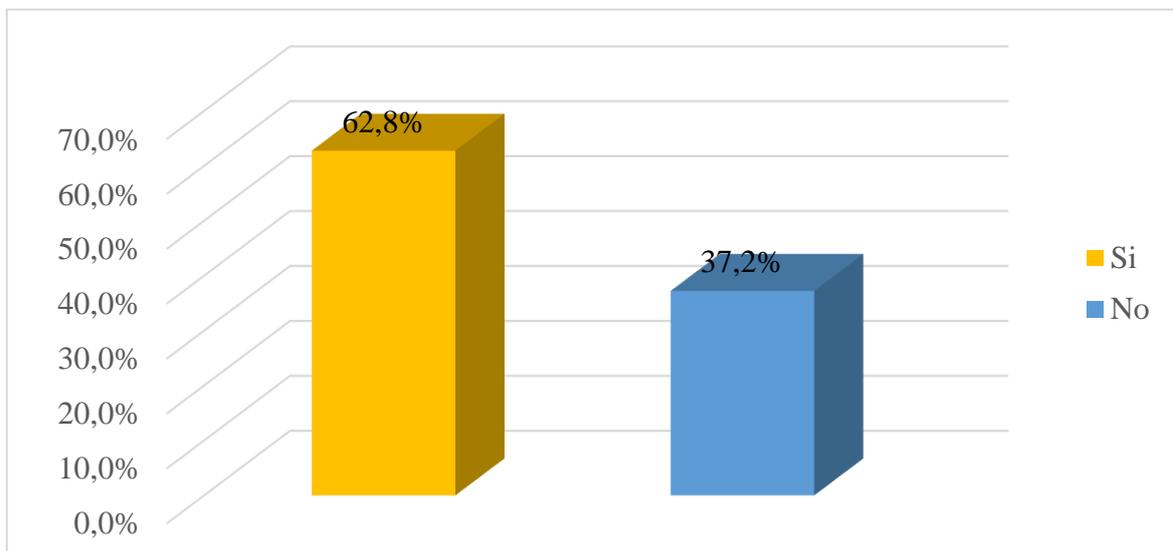


Figura 4. Pregunta N° 4. ¿Usted pertenece a alguna asociación dentro del centro penitenciario?

En la tabla 6 y figura 5, del total de 118 encuestados que pertenecen a alguna asociación se observa que el 16.1% pertenece a la Asociación Sol naciente, seguido de un 15.3% que pertenecen a la Asociación Paytiti, mientras que el 9.3% pertenecen a la Asociación Mype Anchaya, además el 6.8% pertenecen a la Asociación Mype Chaska, seguido de un 5.9% pertenece a la Mype Los incas.

Tabla 6.

Pregunta N° 4. Especificar: Nombre de la asociación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Sol naciente	19	16.1%	16.1%	16.1%
Asoc. Paytiti	18	15.3%	15.3%	31.4%
Mype Anchaya	11	9.3%	9.3%	40.7%
Mype Chaska	8	6.8%	6.8%	47.5%
Asoc. Los incas	7	5.9%	5.9%	53.4%
Asoc. Serrano	7	5.9%	5.9%	59.3%
Mype Convencianitos	7	5.9%	5.9%	65.3%
Mype Llanka q Maki	7	5.9%	5.9%	71.2%
Asoc. Arco iris	6	5.1%	5.1%	76.3%
Asoc. Solano	6	5.1%	5.1%	81.4%
Mype Coritur	5	4.2%	4.2%	85.6%
Mype Apurimeño	5	4.2%	4.2%	89.8%
Mype Chaskis	3	2.5%	2.5%	92.4%
Mype Andino	3	2.5%	2.5%	94.9%
Mype Manco Inca	3	2.5%	2.5%	97.5%
Sumaq Maki	3	2.5%	2.5%	100.0%
Total	118	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

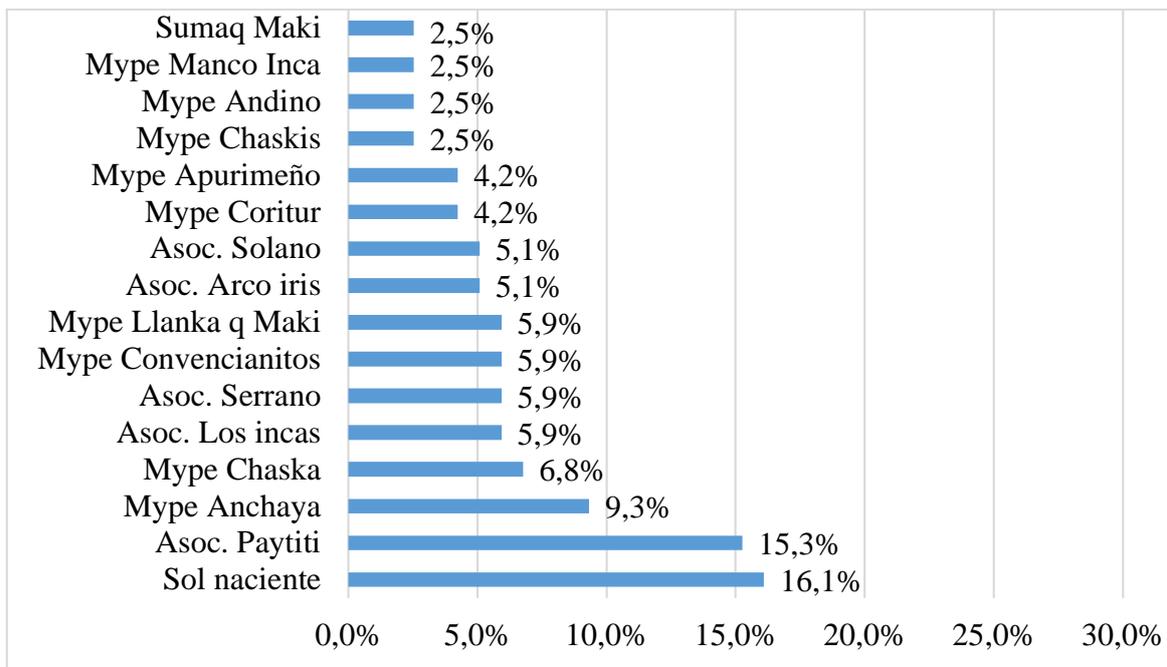


Figura 5. Pregunta N° 4. Nombre de la asociación

En la tabla 7 y figura 6, del total de 188 encuestados se observa que el 94.7% antes de entrar al centro penitenciario no contaban con conocimientos sobre textilería, por otro lado, el 5.3% si contaban con conocimientos sobre textilería.

Tabla 7.

Pregunta N° 5. ¿Antes de entrar al centro penitenciario tenia conocimientos sobre textilería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	10	5.3%	5.3%	5.3%
No	178	94.7%	94.7%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

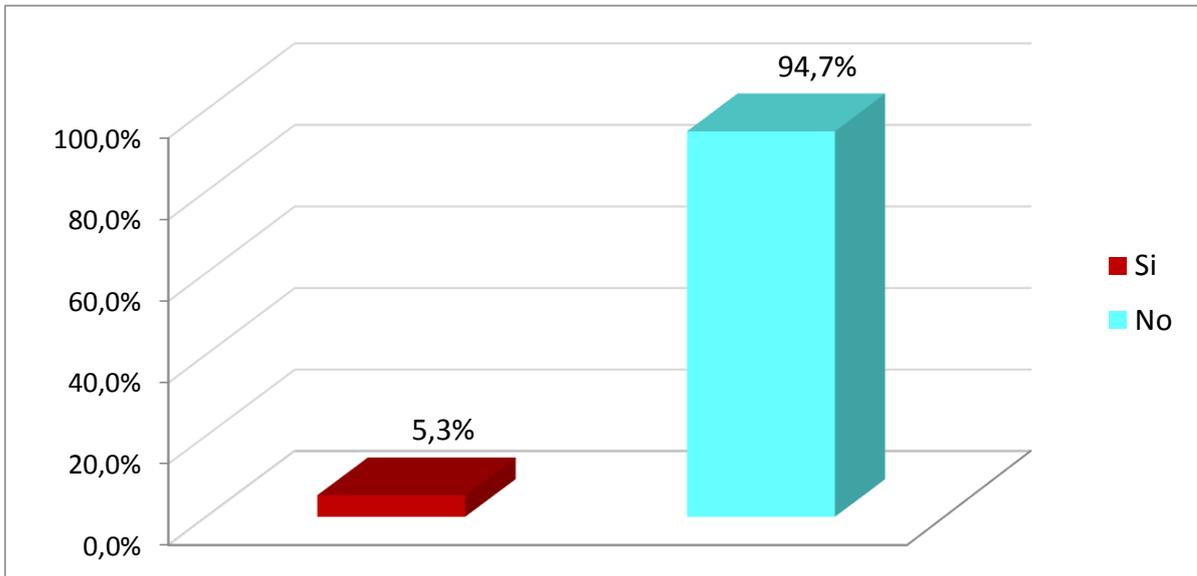


Figura 6. Pregunta N° 5. ¿Antes de entrar al centro penitenciario tenía conocimientos sobre textilería?

En la tabla 8 y figura 7, del total de 188 encuestados se observa que el 64.4% son el soporte económico de su familia, sin embargo, el 35.6% manifiestan que su familia no depende económicamente de ellos.

Tabla 8.

Pregunta N° 6. ¿Su familia depende de usted económicamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	121	64.4%	64.4%	64.4%
No	67	35.6%	35.6%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

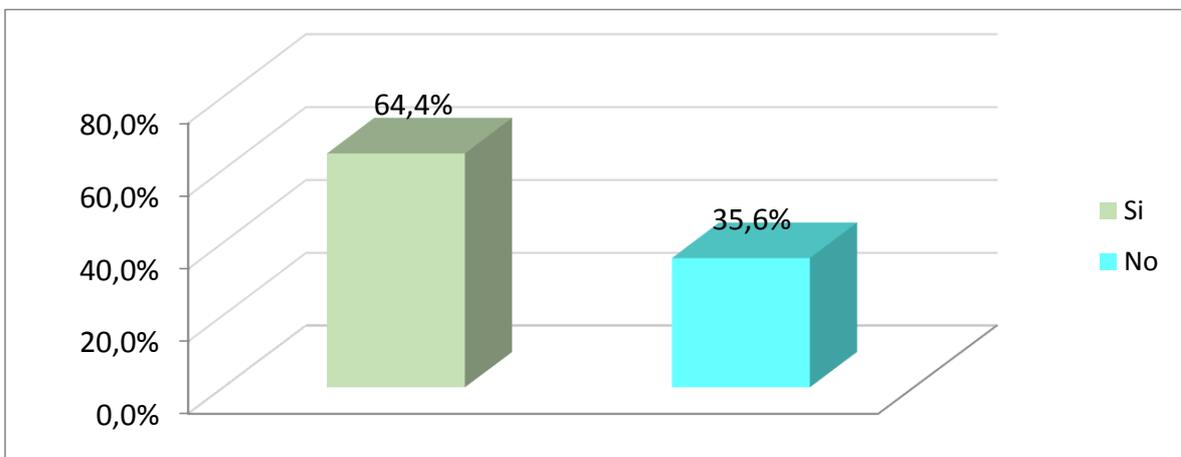


Figura 7. Pregunta N° 6. ¿Su familia depende de usted económicamente?

En la tabla 9 y figura 8, del total de 188 encuestados el 61.7% indica que el centro penitenciario no brinda capacitaciones sobre costos de producción y comercialización, por otro lado 38.3% indica que el centro penitenciario si brinda capacitaciones sobre costos de producción y comercialización.

Tabla 9.

Pregunta N° 7. ¿El centro penitenciario brinda capacitaciones en temas de costos de producción y comercialización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	72	38.3%	38.3%	38.3%
No	116	61.7%	61.7%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

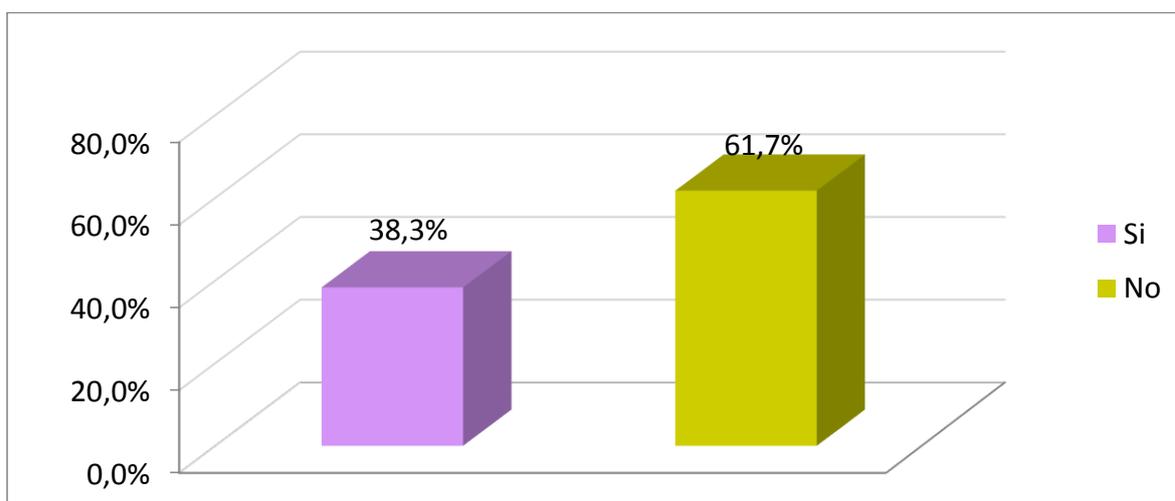


Figura 8. Pregunta N° 7. ¿El centro penitenciario brinda capacitaciones en temas de costos de producción y comercialización?

En la tabla 10 y figura 9, del total de 72 encuestados que señalaron que, si hay capacitaciones, el 84.7% manifiesta que las capacitaciones brindadas son regulares, mientras que el 15.3% manifiesta que las capacitaciones brindadas son adecuadas.

Tabla 10.

Pregunta N° 8. Califique ¿Cómo son las capacitaciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Adecuadas	11	15.3%	15.3%	15.3%
Regulares	61	84.7%	84.7%	100.0%
Pésimas	0	0.0%	0.0%	0.0%
Total	72	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

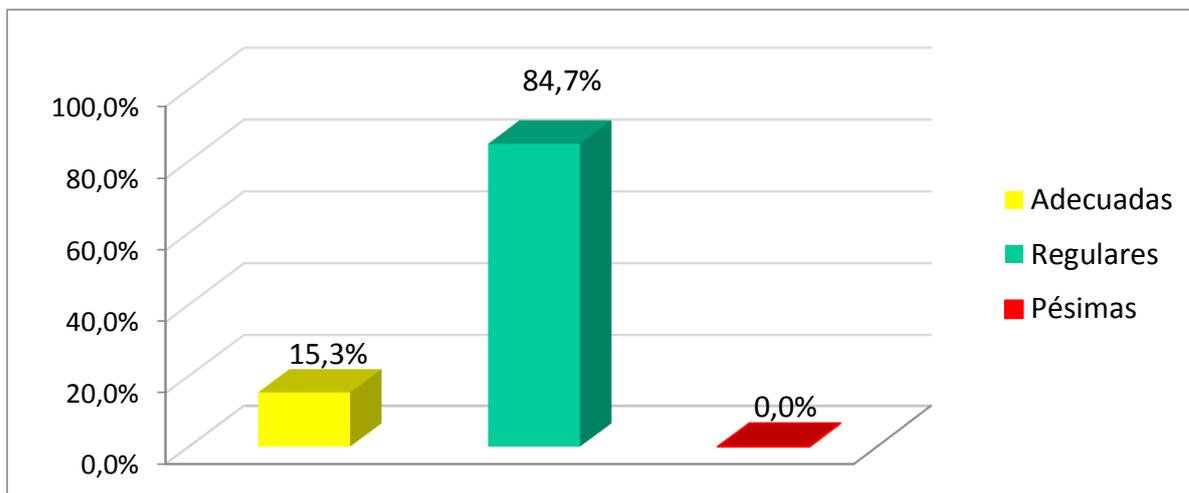


Figura 9. Pregunta N° 8. Califique ¿Cómo son las capacitaciones?

En la tabla 11 y figura 10, del total de 188 encuestados el 67.0% da a conocer que las condiciones del taller de telar pedal y cintura son regulares, por otro lado, el 17.0% de los encuestados da a conocer que las condiciones del taller de telar pedal y cintura son pésimas, finalmente el 16.0% da a conocer que las condiciones del taller de telar pedal y cintura son adecuadas.

Tabla 11.

Pregunta N° 9. Las condiciones del taller de telar pedal y cintura son:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Adecuadas	30	16.0%	16.0%	16.0%
Regulares	126	67.0%	67.0%	83.0%
Pésimas	32	17.0%	17.0%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

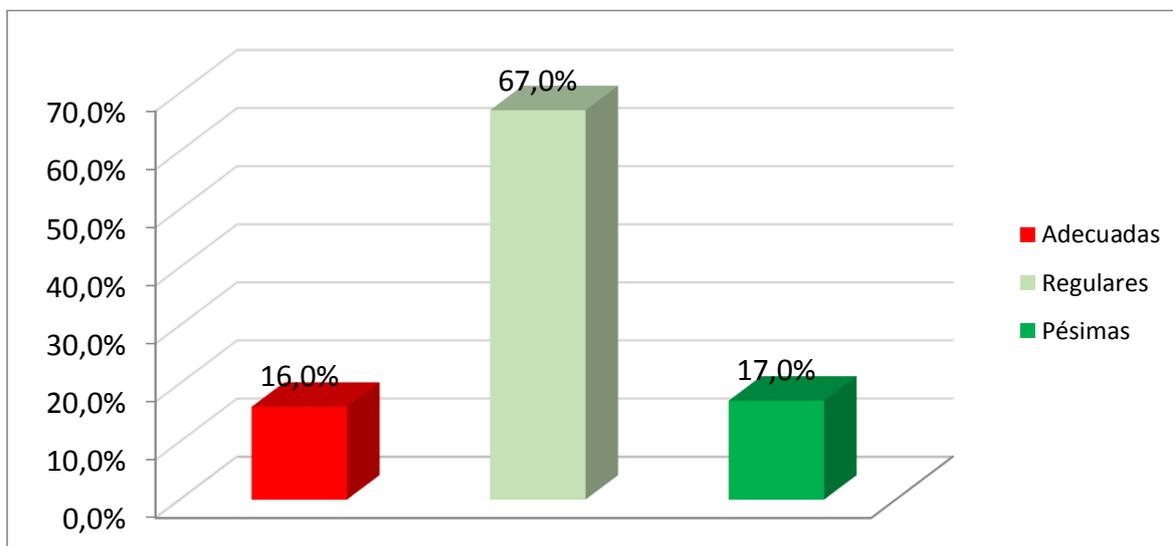


Figura 10. Pregunta N° 9. Las condiciones del taller de telar pedal y cintura son:

En la tabla 12 y figura 11, del total de 188 encuestados se observa que el 55.9% indica que el principal problema del taller de telar pedal y cintura son aspectos varios como la temperatura y la exposición a sustancias como lacas, tientes y los hilos o pelusas que dañan la vista, seguido de un 29.8% de internos que indican que el problema principal del taller es el espacio, por otra parte, el 8.5% indican que el problema principal es la iluminación, finalmente 5.9% indican que el problema principal es el aseo y limpieza.

Tabla 12.

Pregunta N° 10. ¿Para usted, cual es el principal problema del taller de telar pedal y cintura?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
El espacio	56	29.8%	29.8%	29.8%
La iluminación	16	8.5%	8.5%	38.3%
El cableado	0	0.0%	0.0%	38.3%
El aseo y limpieza	11	5.9%	5.9%	44.1%
Otros (temperatura y la exposición a sustancias)	105	55.9%	55.9%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

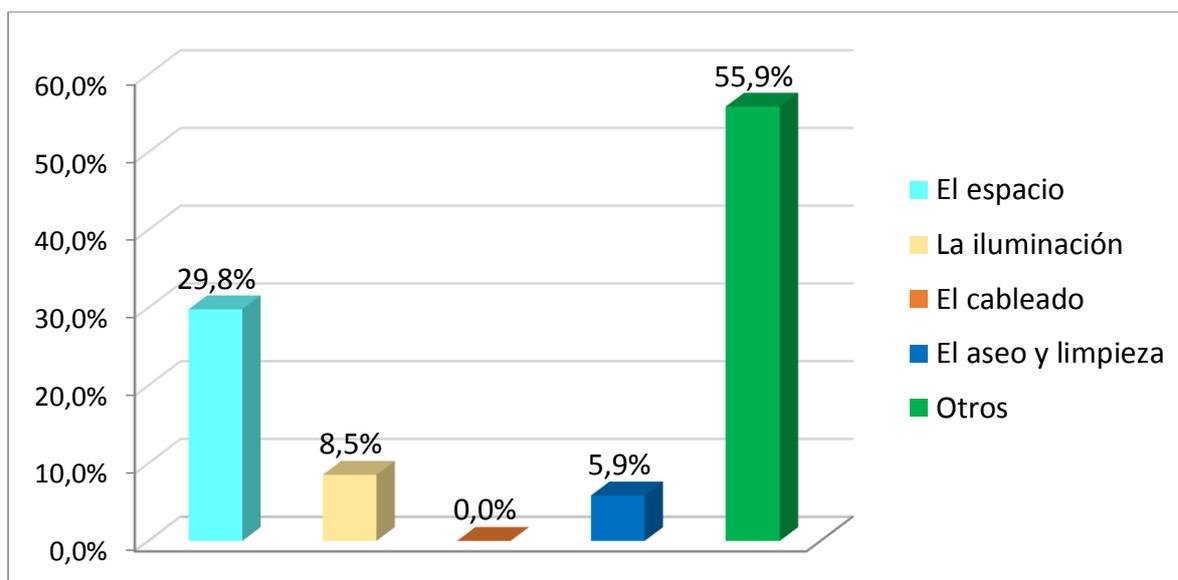


Figura 11. Pregunta N° 10. ¿Para usted, cual es el principal problema del taller de telar pedal y cintura?

En la tabla 13 y figura 12, del total de 188 encuestados se observa que el 58.5% señala que si las condiciones del taller de telar pedal y cintura fueran adecuadas si producirían más,

sin embargo, un 41.5% señala que si las condiciones del taller de telar pedal y cintura fueran adecuadas su producción sería la misma.

Tabla 13.

Pregunta N° 11. ¿Si las condiciones del taller de telar pedal y cintura serian adecuadas, produciría más textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si, producirá más	110	58.5%	58.5%	58.5%
No, sería más	78	41.5%	41.5%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

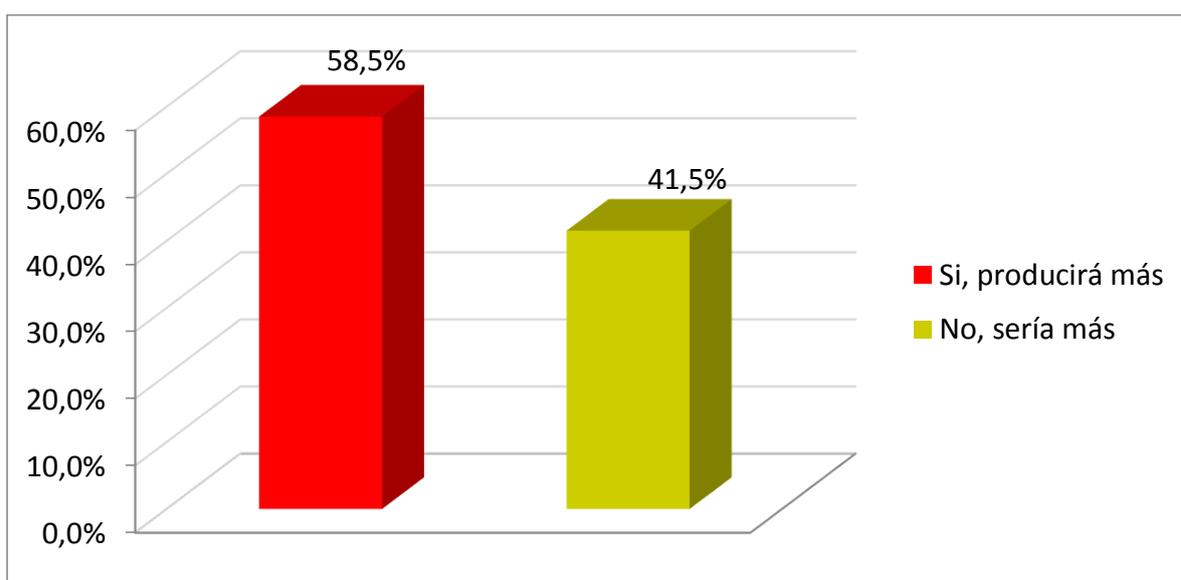


Figura 12. Pregunta N° 11. ¿Si las condiciones del taller de telar pedal y cintura serian adecuadas, produciría más textiles?

4.1.2. Análisis descriptivo de los indicadores de la variable costos de producción

4.1.2.1. Grado de conocimiento respecto al manejo de costos

En la tabla 14 y figura 13, se muestra que del total de 188 encuestados, el 50.0% afirma que tiene conocimientos bajos sobre lo costos de producción, mientras que el 47.3% afirma que tiene conocimientos medios sobre los costos de producción, finalmente el 2.7% afirma que tiene conocimientos altos sobre los costos de producción.

Tabla 14.

Pregunta N° 12. ¿Cuál es su nivel de conocimiento respecto a los costos de producción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Alto	5	2.7%	2.7%	2.7%
Medio	89	47.3%	47.3%	50.0%
Bajo	94	50.0%	50.0%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

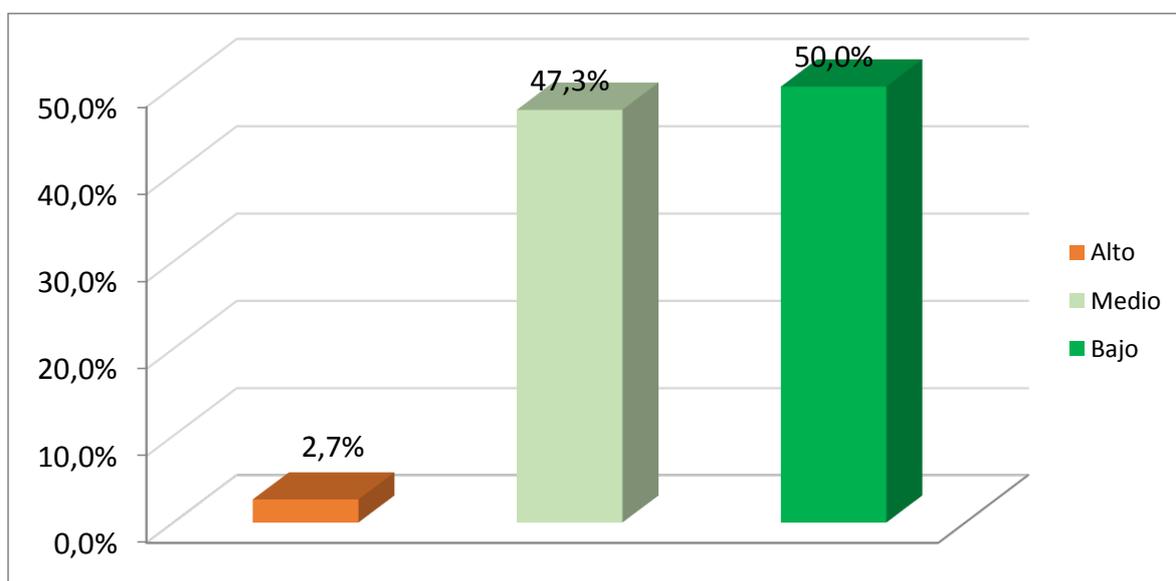


Figura 13. Pregunta N° 12. ¿Cuál es su nivel de conocimiento respecto a los costos de producción?

En la tabla 15 y figura 14, se muestra que del total de 188 encuestados, el 50.0% tienen conocimientos bajos para hallar los costos de producción, por otra parte, el 46.3% tienen conocimientos medios para hallar los costos de producción, finalmente el 3.7% tienen conocimientos altos para hallar los costos de producción.

Tabla 15.

Pregunta N° 13. ¿Cuál es su nivel de conocimiento para hallar los costos de producción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Alto	7	3.7%	3.7%	3.7%
Medio	87	46.3%	46.3%	50.0%
Bajo	94	50.0%	50.0%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

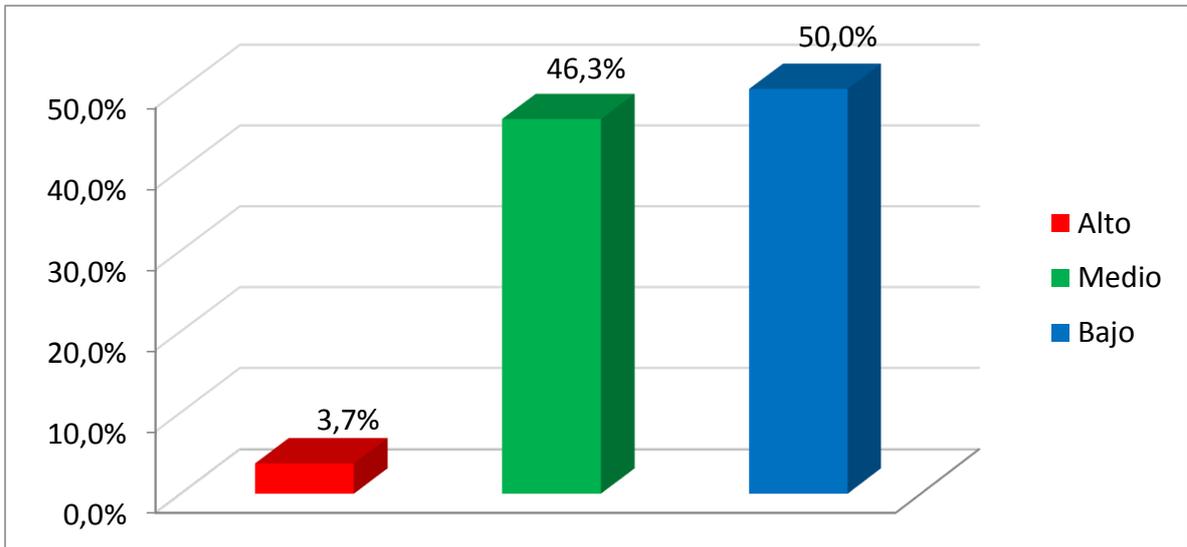


Figura 14. Pregunta N° 13. ¿Cuál es su nivel de conocimiento para hallar los costos de producción?

4.1.2.2. Capital de trabajo

En la tabla 16 y figura 15, se muestra que del total de 188 encuestados, el 81.4% no cuenta con capital de trabajo, sin embargo el 18.6% no cuenta con capital de trabajo.

Tabla 16.

Pregunta N° 14. ¿Cuenta con capital de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	35	18.6%	18.6%	18.6%
No	153	81.4%	81.4%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

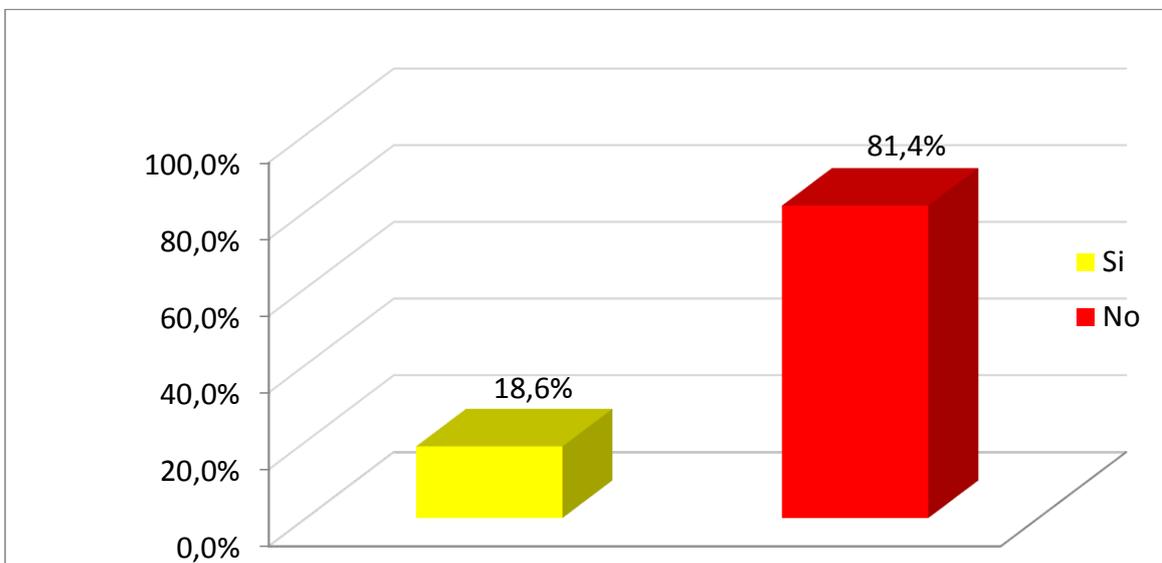


Figura 15. Pregunta N° 14. ¿Cuenta con capital de trabajo?

En la tabla 17 y figura 16, del total de 188 encuestados se observa que el 5.9% no sabe cuánto es su capital ya que tiene muchas dificultades para estimar un monto aproximado su capital de trabajo, por otro lado, el 2.1% de encuestados tiene un capital de S/ 2500, S/ 500 y S/ 800, mientras que el 1.6% cuentan con un capital de S/ 4000 y S/ 5000, finalmente el 1.1% cuentan con un capital de S/ 2000, S/ 3000 y S/ 4200.

Tabla 17.

Pregunta N° 14. Especificar cuanto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Sin capital	153	153	81.4%	81.4%
No sabe el monto	11	11	5.9%	5.9%
S/ 500	4	4	2.1%	2.1%
S/ 800	4	4	2.1%	2.1%
S/ 2000	2	2	1.1%	1.1%
S/ 2500	4	4	2.1%	2.1%
S/ 3000	2	2	1.1%	1.1%
S/ 4000	3	3	1.6%	1.6%
S/ 4200	2	2	1.1%	1.1%
S/ 5000	3	3	1.6%	1.6%
Total	188	100.00%	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

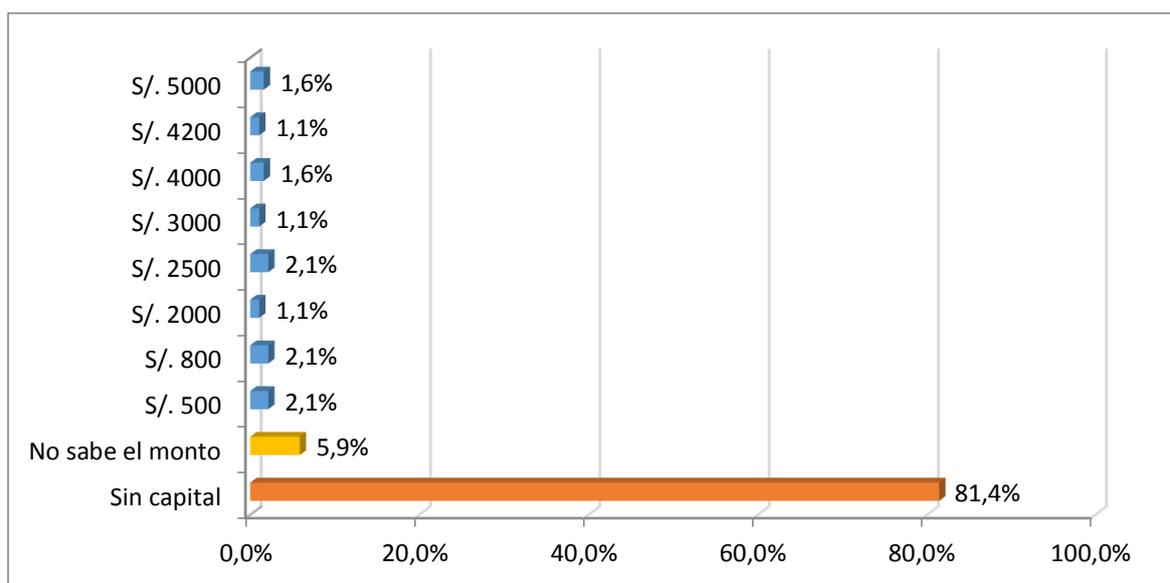


Figura 16. Pregunta N° 14. Especificar cuanto

En la tabla 18 y 19, del total de 188 encuestados se observa que el 78.72% financian sus costos de producción con adelantos por terceros (clientes y empresas que realizan los pedidos), seguido del 10.1% que financia sus costos de producción con los ingresos de sus

ventas, finalmente el 8.51% financia sus costos de producción con el capital familiar y un 2.66% financia sus costos de otras maneras (Prestamos de compañeros).

Tabla 18.

Pregunta N° 15. ¿Cómo financia usted los costos de materia prima, insumos y otros para la producción de textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Capital familiar	16	8.51%	8.51%	8.51%
Ventas	19	10.11%	10.11%	18.62%
Adelantos por terceros	148	78.72%	78.72%	97.34%
Otros	5	2.66%	2.66%	100.00%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

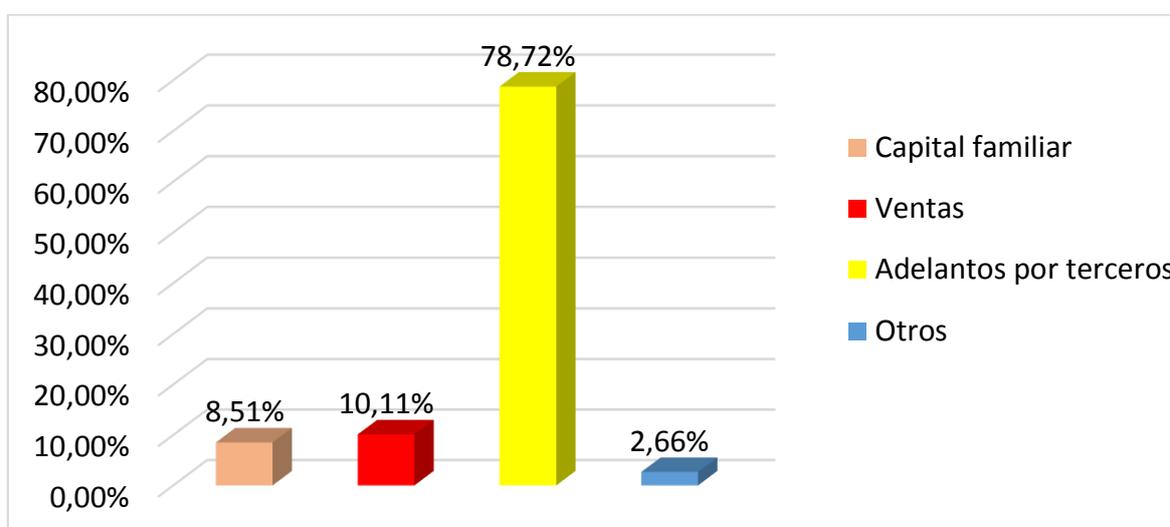


Figura 17. Pregunta N° 15. ¿Cómo financia usted los costos de materia prima, insumos y otros para la producción de textiles?

En la tabla 19, del total de 5 encuestados se observa que el 100.0% financia sus costos de materia prima, insumos y otros para la producción textil mediante el préstamo de sus compañeros.

Tabla 19.

Pregunta N° 15. Especificar cómo financia usted los costos de materia prima, insumos y otros para la producción de textiles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Prestamos de compañeros	5	100.00%	100.00%	100.00%
Total	5	100.00%	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 20 y figura 18, del total de 188 encuestados se observa que el 79.8% obtiene la materia prima mediante los mismos que solicitan el tejido, seguido del 18.6% que obtiene la materia mediante sus familiares, finalmente, el 1.6% obtiene la materia prima mediante otros.

Tabla 20.

Pregunta N° 16. ¿Quién le provee o proporciona la materia prima y otros materiales para la elaboración de productos textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
El centro penitenciario	0	0.0%	0.0%	0.0%
Familiares	35	18.6%	18.6%	18.6%
Los mismos que solicitan tejidos	150	79.8%	79.8%	98.4%
Otros	3	1.6%	1.6%	100.0%
Total	188	100.00%	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

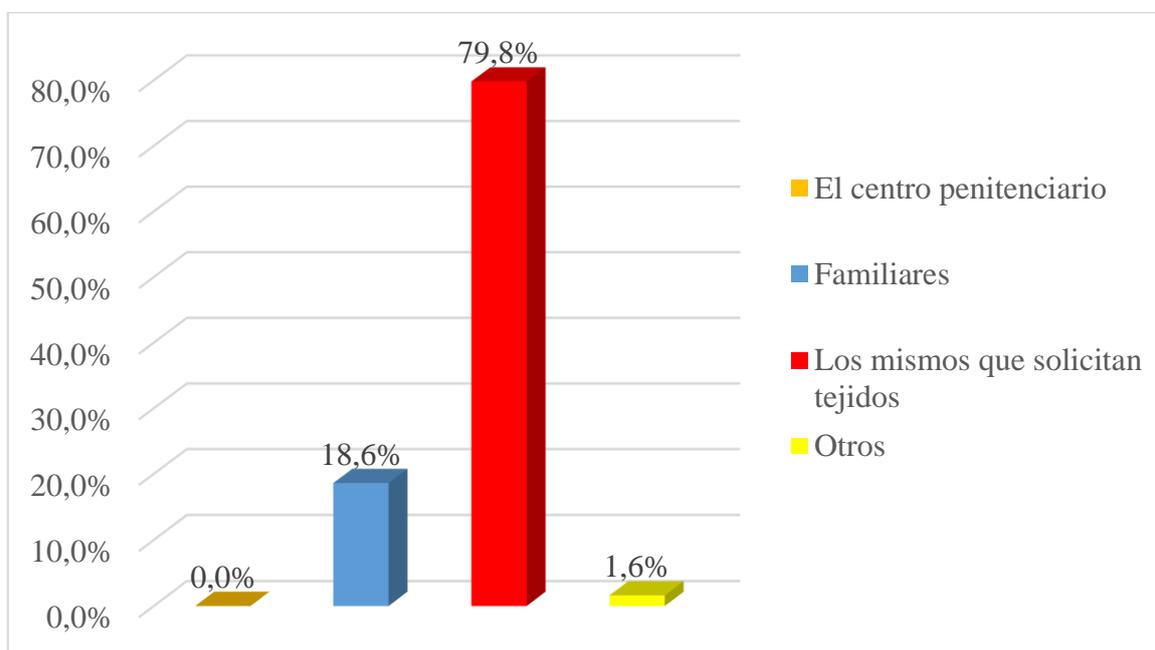


Figura 18. Pregunta N° 16. ¿Quién le provee o proporciona la materia prima y otros materiales para la elaboración de productos textiles?

En la tabla 21 y figura 19, del total de 3 encuestados que obtienen la materia prima de otras maneras, el 100.0% obtiene la materia prima por medio de los visitantes.

Tabla 21.

Pregunta N° 16.Especificar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Visitantes	3	100.0%	100.0%	100.0%
Total	3	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

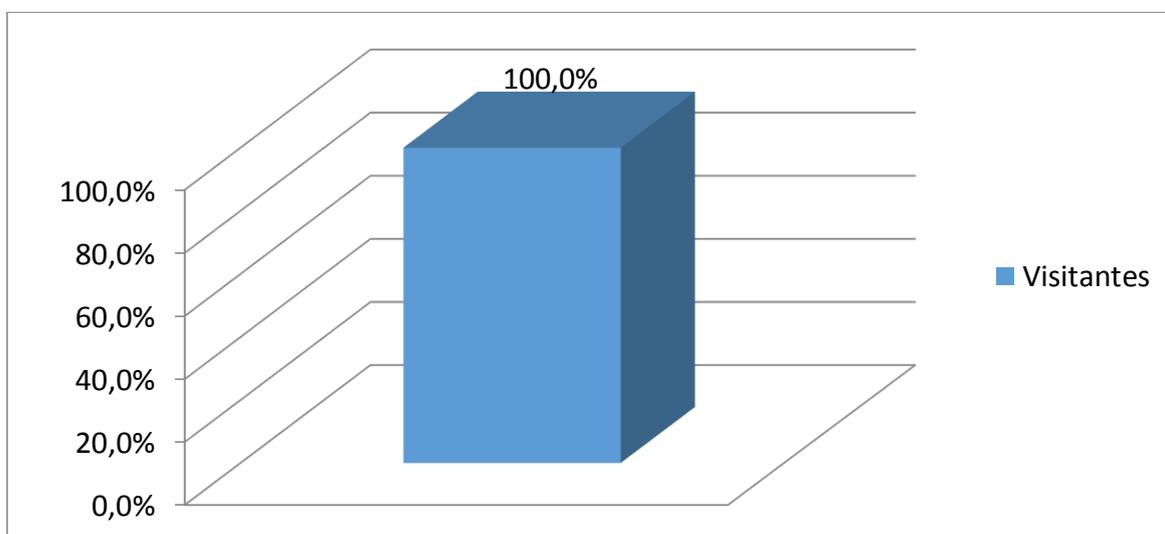


Figura 19. Pregunta N° 16.Especificar

4.1.2.3. Cantidad y precio de máquinas, equipos y herramientas

En la tabla 22, del total de 188 encuestados se observa que 99 internos, equivalente al 52.7% tienen como máquina el telar a pedal y cintura, con un precio de S/ 400 a S/ 450, mientras que 89 internos, equivalente al 47.3% tienen como máquina el tejedor a cintura, con un precio de con un precio de S/ 100 a S/ 150, respecto a las cantidades se observó que el 50% cuenta con una máquinas de telar a pedal y cintura, mientras que un 2.7% cuenta con dos máquinas de telar a pedal y cintura, finalmente el 6.4% cuentan con máquinas alquiladas y un 3.2% utiliza máquinas que son algunos comprados y otros del INPE, propiedad de las microempresas y prestados.

Tabla 22.

Pregunta N° 17. Especifique. ¿Con que máquinas, equipos y herramientas cuenta usted, cuantas tiene y cuanto le costaron?

Nombre de la máquina	Precio	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Telar a pedal y cintura	De S/ 400 a S/ 450	1	94	50.0%	50.0%
		2	5	2.7%	52.7%
Tejedora a cintura	De S/ 100 a S/ 150	1	85	45.2%	97.9%
		2	4	2.1%	100.0%
Total			188	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

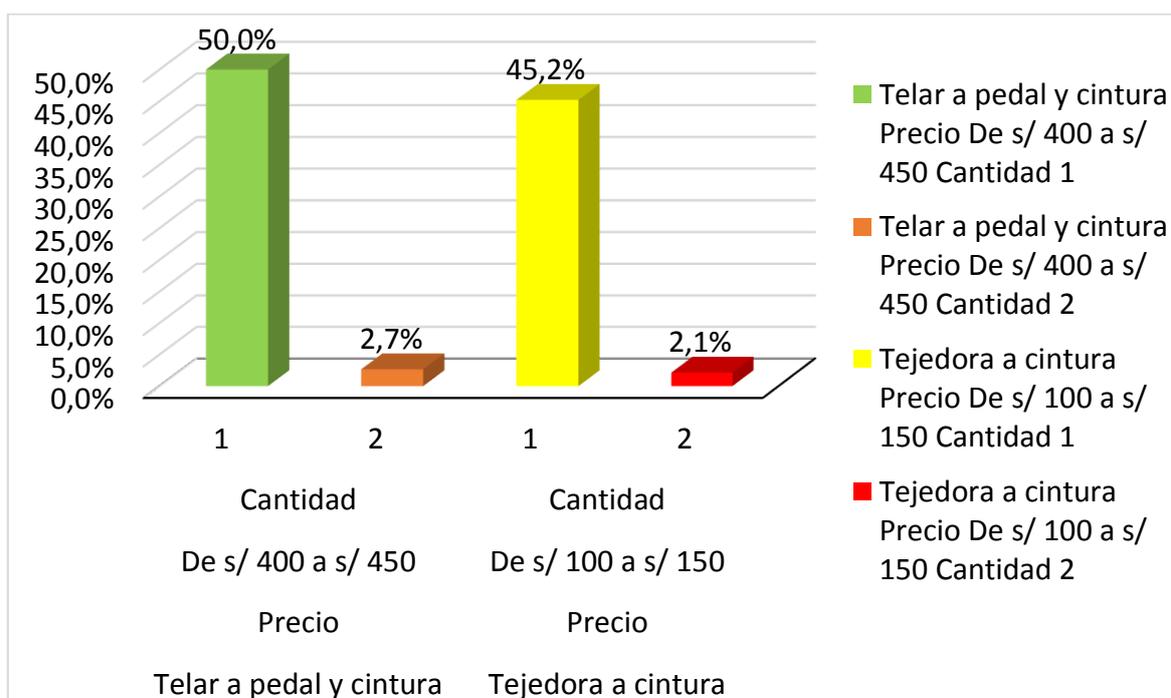


Figura 20. Pregunta N° 17. Especifique. ¿Con que máquinas, equipos y herramientas cuenta usted, cuantas tiene y cuanto le costaron?

En la tabla 23, del total de 188 encuestados se observa que el 51.6% cuentan con máquinas, equipos y herramientas compradas (propios), mientras que el 38.8% cuentan con máquinas de la misma institución, finalmente el 6.4% cuentan con máquinas alquiladas y un 3.2% utiliza máquinas que son algunos comprados y otros del INPE, propiedad de las microempresas y prestados.

Tabla 23.

Pregunta N° 18. ¿Las máquinas, equipos y herramientas que utiliza son?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
De la Institución	73	38.8%	38.8%	38.8%
Comprados (propios)	97	51.6%	51.6%	90.4%
Alquilados	12	6.4%	6.4%	96.8%
Elaboración propia	0	0.0%	0.0%	96.8%
Otros (especificar)	6	3.2%	3.2%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

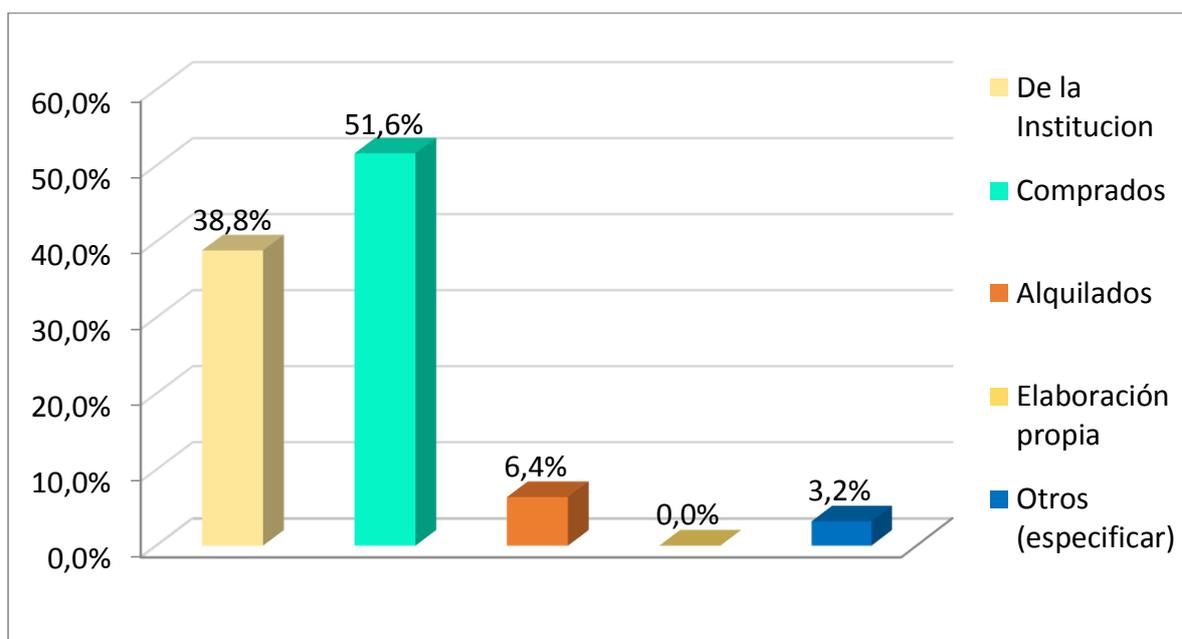


Figura 21. Pregunta N° 18. ¿Las máquinas, equipos y herramientas que utiliza son?

En la tabla 24, del total de 6 encuestados que obtienen las máquinas, equipos y herramientas de otras maneras, el 33.3% afirma que las máquinas y herramientas algunos son comprados, del INPE, propiedad de las microempresas y prestados.

Tabla 24.

Pregunta N° 18. Especificar propiedad de las máquinas, equipos y herramientas que utiliza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Algunos comprados y otro del INPE	2	33.3%	33.33%	33.33%
Propiedad de las microempresas	2	33.3%	33.33%	66.67%
Prestados	2	33.3%	33.33%	100.00%
Total	6	100.00%	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

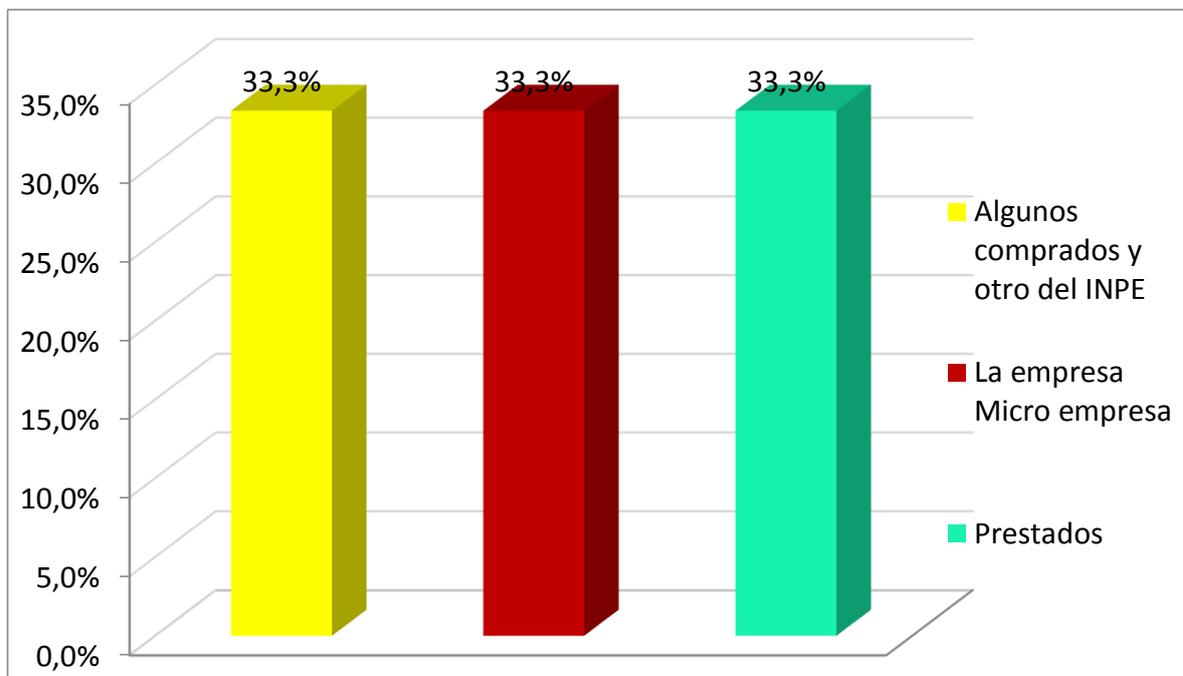


Figura 22. Pregunta N° 18. Especificar

4.1.2.4. Costos de alquiler y servicios (agua, luz) gastos administrativos

En la tabla 25, se observa que del total de 188 encuestados, el 100% afirma que si paga por el espacio del taller, este pago incluye los servicios de agua y luz y se conoce como cómputo laboral.

Tabla 25.

Pregunta N° 19. ¿Usted paga por el espacio del taller?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	188	100.0%	100.0%	100.0%
No	0	0.0%	0.0%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

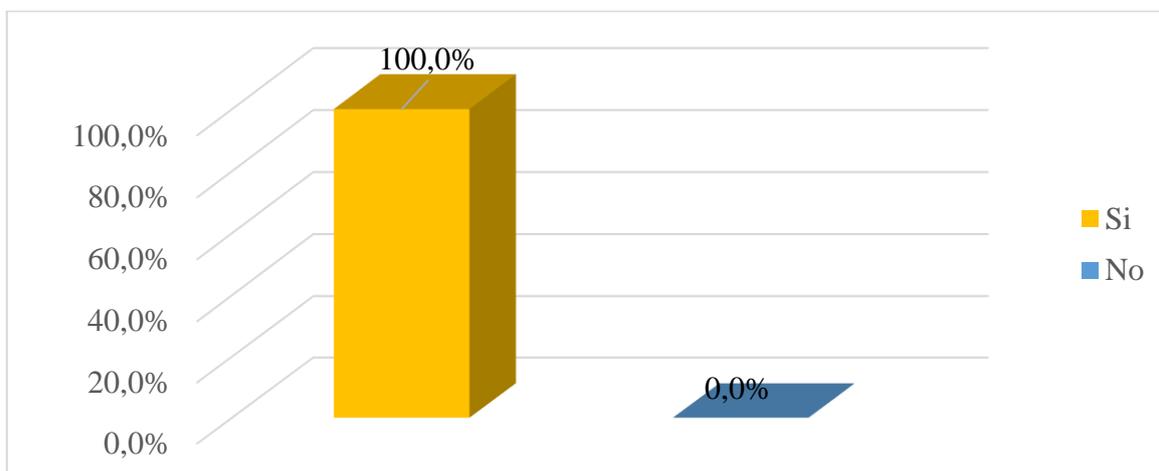


Figura 23. Pregunta N° 19. ¿Usted paga por el espacio del taller?

Interpretación:

En la tabla 26y figura 24, se observa que del total de 188 encuestados que si pagan por el espacio del taller se observa que el 92.6% paga un monto comprendido entre S/ 37.2 - S/49, asimismo el 5.3% paga un monto comprendido entre S/49 - S/59, además el 2.1% paga un monto comprendido entre S/59 - S/70.

Tabla 26.

Pregunta N° 19.Especificar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
S/ 37.2 - S/49	174	92.6%	92.6%	92.6%
S/49 - S/59	10	5.3%	5.3%	97.9%
S/59 - S/70	4	2.1%	2.1%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

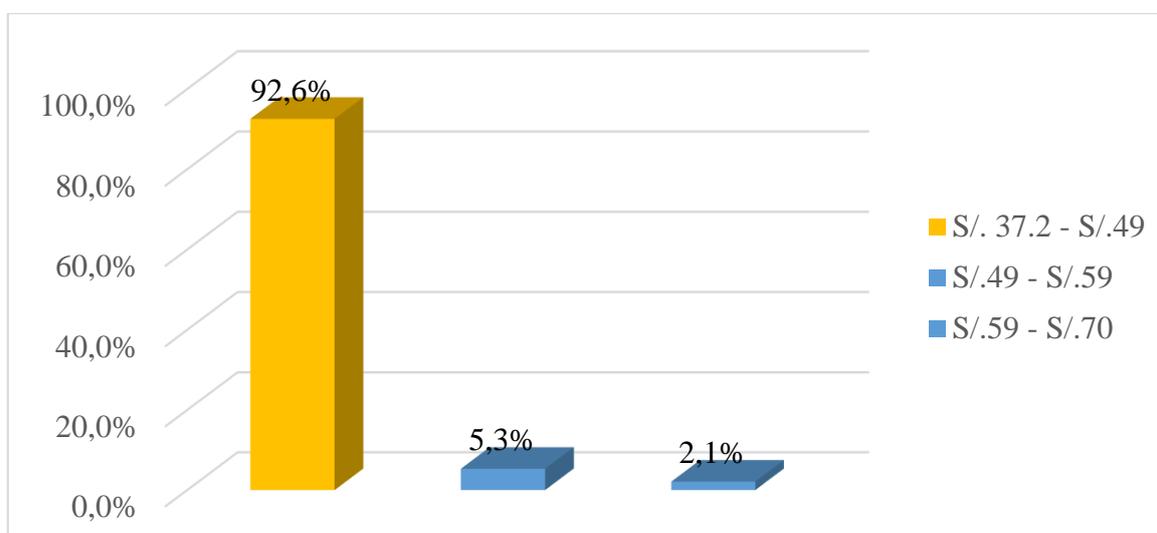


Figura 24. Pregunta N° 19.Especificar

En la tabla 27 y figura 25, se observa que del total de 188 encuestados el 100.0% señalan que si pagan por el servicio de energía eléctrica, ya que, se encuentra incluido en lo computo laboral.

Tabla 27.

Pregunta N° 20. ¿Usted paga por electricidad o consumo de energía eléctrica?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	188	100.00%	100.00%	100.00%
No	0	0.0%	0.0%	100.0%
Total	188	100.00%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

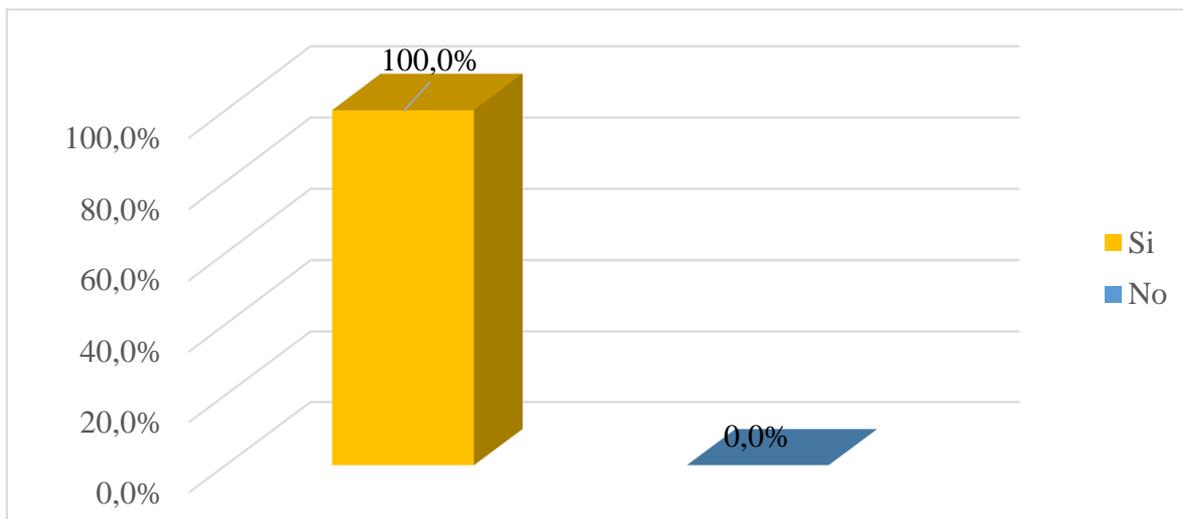


Figura 25. Pregunta N° 20. ¿Usted paga por electricidad o consumo de energía eléctrica?

En la tabla 28 y figura 26, se observa que del total de 188 encuestados el 100.0% señalan que si pagan por el servicio de energía eléctrica, ya que, se encuentra incluido en lo computo laboral.

Tabla 28.

Pregunta N° 21. ¿Usted paga por consumo de agua?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	188	100.00%	100.00%	100.00%
No	0	0.0%	0.0%	100.0%
Total	188	100.00%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

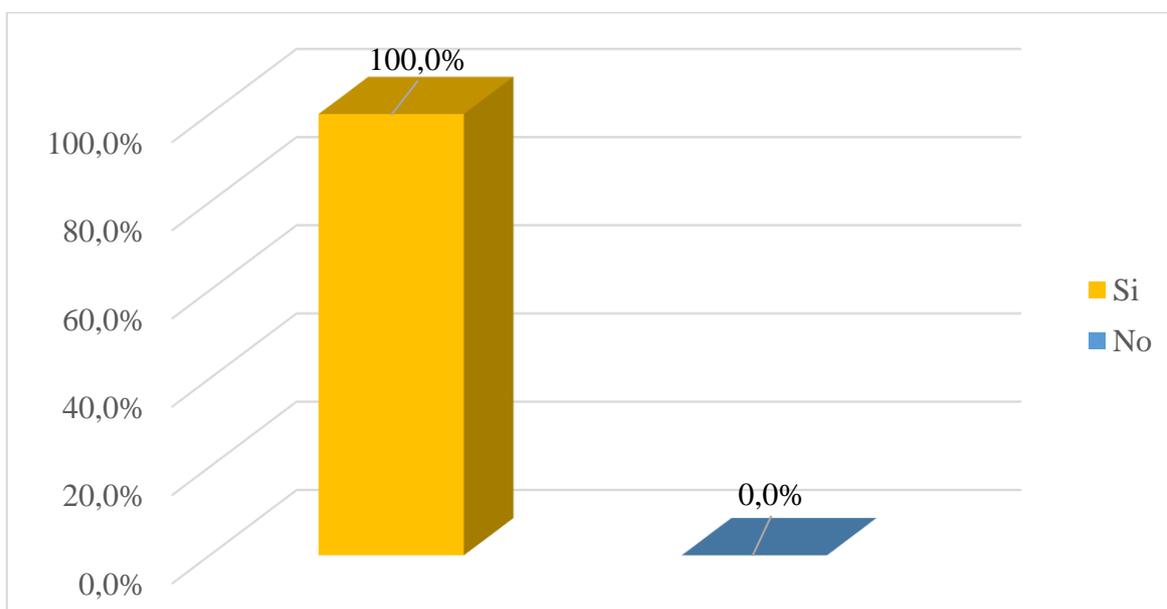


Figura 26. Pregunta N° 21. ¿Usted paga por consumo de agua?

4.1.2.5. Costos de operación y mantenimiento

En la tabla 29 y figura 27, del total de 188 encuestados se observa que el 70.7% si paga por el mantenimiento de sus máquinas, por el contrario el 29.3% no paga por el mantenimiento de sus máquinas.

Tabla 29.

Pregunta N° 22. ¿Usted paga por el mantenimiento de las maquinarias, equipos de herramientas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	133	70.7%	70.7%	70.7%
No	55	29.3%	29.3%	100.0%
Total	188	100%	100%	

Fuente: Elaboración Propia

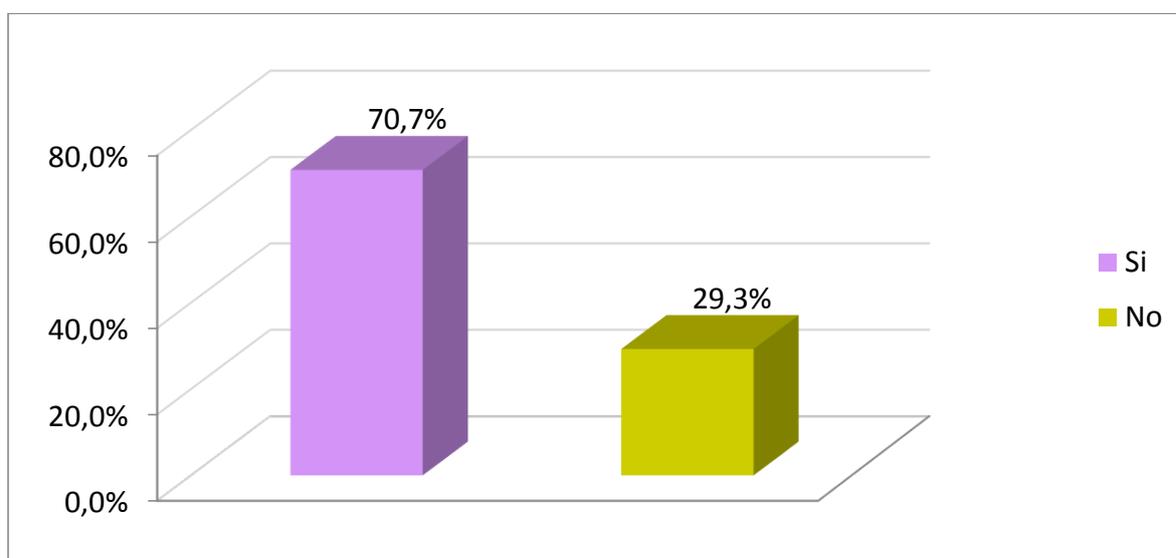


Figura 27. Pregunta N° 22. ¿Usted paga por el mantenimiento de las maquinarias, equipos de herramientas?

En la tabla 30 y figura 28, se observa que del total de 133 encuestados que indicaron que si pagan por el mantenimiento de sus máquinas, de estos el 34.6% paga un monto comprendido entre S/ 30 - S/124 anualmente, seguido del 29.3% que paga un monto comprendido entre S/ 124 - S/ 218 anualmente, mientras que el 15.0% paga un monto comprendido entre S/ 218 - S/ 312 anualmente, el 9.8% no sabe cuánto paga por el mantenimiento de sus máquinas anualmente, además el 7.5% paga un monto comprendido entre S/ 312 - S/ 406 anualmente, finalmente el 3.8% paga un monto comprendido entre S/ 406 - S/ 500 anualmente.

Tabla 30.

Pregunta N° 22. Especificar Anual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
S/ 30 - S/124	46	34.6%	34.6%	34.6%
S/ 124 - S/ 218	39	29.3%	29.3%	63.9%
S/ 218 - S/ 312	20	15.0%	15.0%	78.9%
S/ 312 - S/ 406	10	7.5%	7.5%	86.5%
S/ 406 - S/ 500	5	3.8%	3.8%	90.2%
No sabe	13	9.8%	9.8%	100.0%
Total	133	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

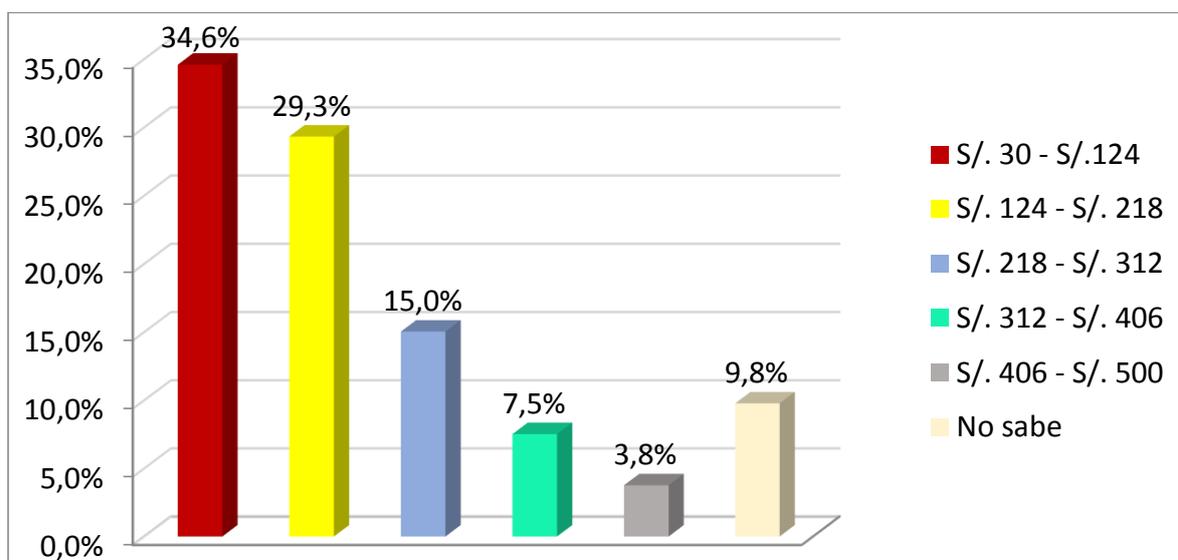


Figura 28. Pregunta N° 22. Especificar

4.1.2.6. Volumen de producción

En la tabla 31, del total de 188 encuestados se observa que el 34.6% elabora dos productos (pasadizo) durante la semana, mientras que el 16 % que elaboran un producto (manta) por semana, seguido del 13.3% elabora tres productos por semana (pasadizo), posteriormente el 7.4% elaboran ½ producto (poncho) por semana y un 5.3% elaboran 3 productos por semana (faja) o una playera.

Tabla 31.

Pregunta N° 23. ¿Cuántos productos elabora durante la semana aproximadamente?

Cantidad

Nombre	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Bolsa	1	4	2.1%	2.1%	2.1%
Chal	1	2	1.1%	1.1%	3.2%
Chalina	1	2	1.1%	1.1%	4.3%
Pasadizo	2	65	34.6%	34.6%	38.8%
	3	25	13.3%	13.3%	52.1%
	4	6	3.2%	3.2%	55.3%
	5	2	1.1%	1.1%	56.4%
	8	4	2.1%	2.1%	58.5%
Manta	1	30	16.0%	16.0%	74.5%
	2	8	4.3%	4.3%	78.7%
	3	2	1.1%	1.1%	79.8%
Playera	1	10	5.3%	5.3%	85.1%
Poncho	1/2	14	7.4%	7.4%	92.6%
Rebetes	1	4	2.1%	2.1%	94.7%
Faja	3	10	5.3%	5.3%	100.0%
Total		188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

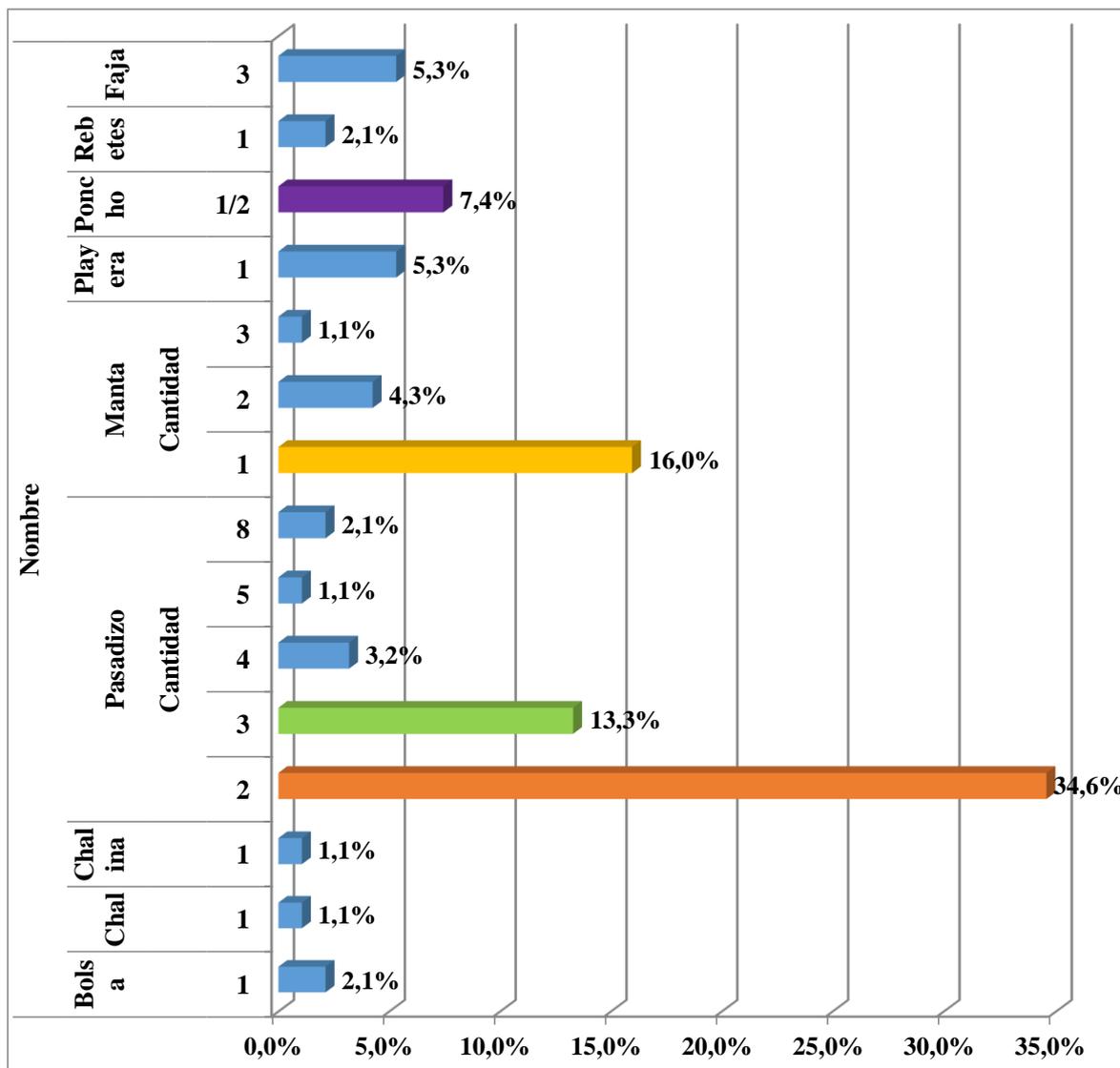


Figura 29. Pregunta N° 23. ¿Cuántos productos elabora durante la semana aproximadamente? Cantidad

En la tabla 32 y figura 30, se observa que del total de 188 encuestados el 84.6% indican que los productos elaborados son a pedido, mientras que el 15.4% indican que los productos elaborados son libres.

Tabla 32.

Pregunta N° 24. Los productos que elabora principalmente son

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
A pedido	159	84.6%	84.6%	84.6%
Libre (sin pedido)	29	15.4%	15.4%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

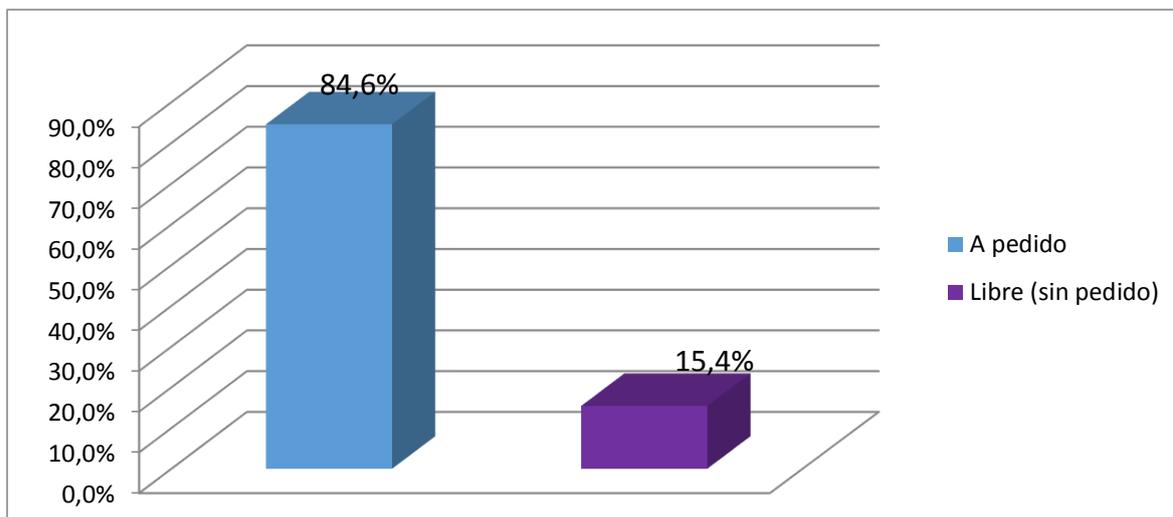


Figura 30. Pregunta N° 24. Los productos que elabora principalmente son

En la tabla 33 y figura 31, se observa que del total de 159 encuestados que fabrican a pedido, el 67.3% afirman que el cliente si le proporciona materia prima, por otro lado, el 17.0% afirma que el cliente a veces le proporciona materia prima, finalmente 15.7% afirma que el cliente no proporciona materia prima.

Tabla 33.

Pregunta N° 25. ¿Cuándo fabrica a pedido, el cliente le proporciona la materia prima y demás materiales para la elaboración del producto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	107	67.3%	67.3%	67.3%
A veces	27	17.0%	17.0%	84.3%
No	25	15.7%	15.7%	100.0%
Total	159	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

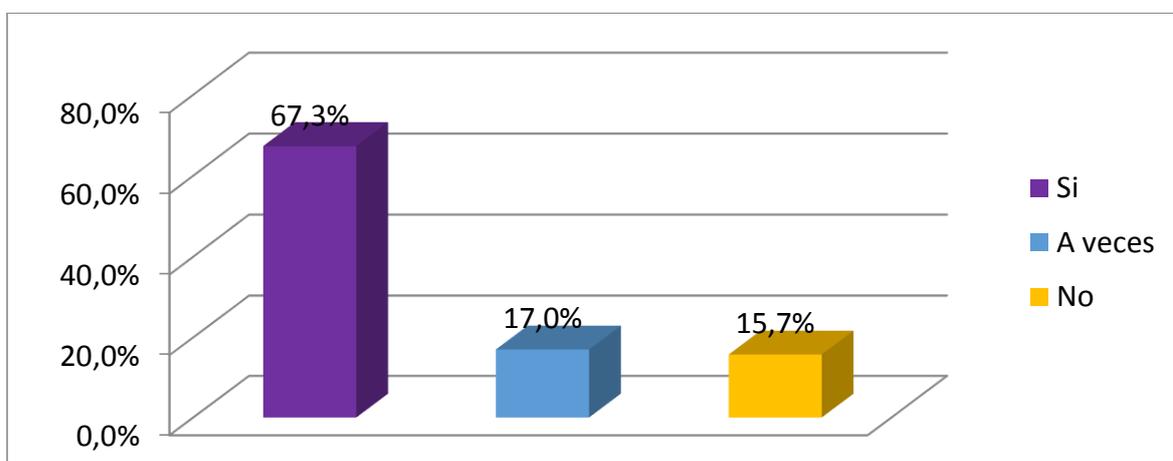


Figura 31. Pregunta N° 25. ¿Cuándo fabrica a pedido, el cliente le proporciona la materia prima y demás materiales para la elaboración del producto?

En la tabla 34 y figura 32, se observa que, del total de 188 encuestados, el 51.1% manifiestan que el centro penitenciario si fomenta la elaboración de textiles, por otra parte el 46.3% manifiestan que el centro penitenciario no fomenta la elaboración de textiles, finalmente 2.7% manifiestan que el centro penitenciario a veces fomenta la elaboración de textiles.

Tabla 34.

Pregunta N° 26. ¿El centro penitenciario INPE fomenta la elaboración de textiles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	96	51.1%	51.1%	51.1%
No	87	46.3%	46.3%	97.3%
A veces	5	2.7%	2.7%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

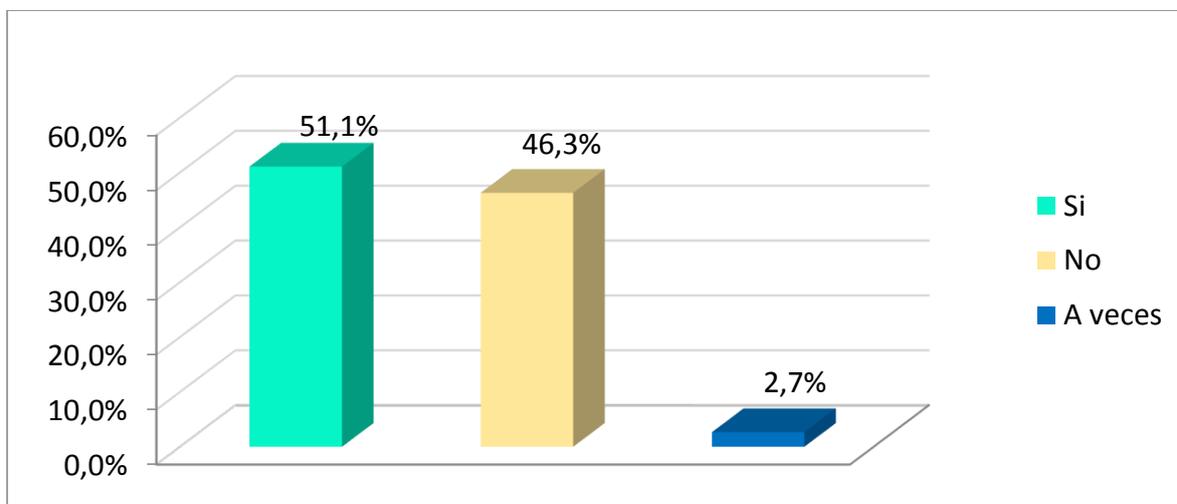


Figura 32. Pregunta N° 26. ¿El centro penitenciario INPE fomenta la elaboración de textiles mediante proyectos?

En la tabla 35 y figura 33, del total de 188 encuestados se observa que el 54.3% elabora dos pasadizos, seguido del 21.3% que elaboran mantas, seguido del 7.4% que elabora ponchos, y un 5.3% que elaboran playeras.

Tabla 35.

Pregunta N° 27. ¿Cuáles son los productos que más elabora?

Nombre	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Bolsa	4	2.1%	2.1%	2.1%
Chal	2	1.1%	1.1%	3.2%
Chalina	2	1.1%	1.1%	4.2%
Pasadizo	102	54.3%	54.3%	58.5%
Manta	40	21.3%	21.3%	79.8%
Playera	10	5.3%	5.3%	85.1%
Poncho	14	7.4%	7.4%	92.5%
Rebetes	4	2.1%	2.1%	94.7%
Faja	10	5.3%	5.3%	100.0%
Total	188	100%	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

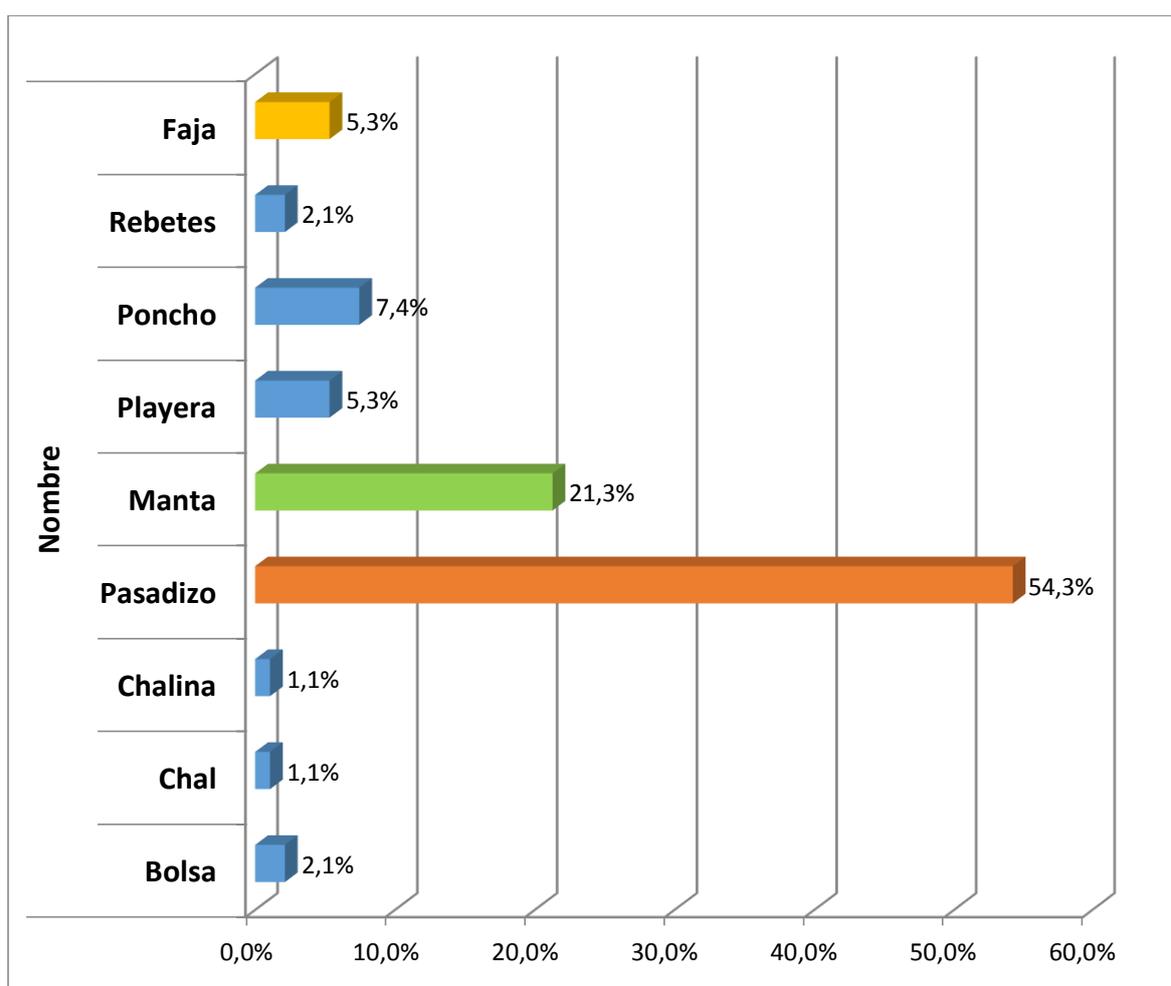


Figura 33. Pregunta N° 27. ¿Cuáles son los productos que más elabora?

En la tabla 36 y figura 34, del total de 188 encuestados se observa que el 34.6% utiliza lana alpandina para elaborar pasadizos, seguido de un 16% que utiliza lana cheqta para hacer mantas, seguido de un 13.3 % que utiliza lana sintética para elaborar pasadizos, un 7.4%

que utiliza lana sintética para elaborar ponchos, un 5.3% que utiliza lana sintética para elaborar playeras, un 5.3% que utiliza lanacusqueña para elaborar fajas.

Tabla 36.

Pregunta N° 28. ¿Cuál es la materia prima que más utiliza en la elaboración de dichos productos?

Nombre	Tipo de Lana	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Bolsa	Lana alpandina	4	2.1%	2.1%	2.1%
Chal	Lana cusqueña	2	1.1%	1.1%	3.2%
Chalina	Lana sintética	2	1.1%	1.1%	4.3%
Pasadizo	Lana alpandina	65	34.6%	34.6%	38.8%
	Lana sintética	25	13.3%	13.3%	52.1%
	Lana perlita	6	3.2%	3.2%	55.3%
	Lana cheqta	6	3.2%	1.1%	56.4%
Manta	Lana cheqta	30	16.0%	16.0%	74.5%
	Lana alpandina	8	4.3%	4.3%	78.7%
	Lana sintética	2	1.1%	1.1%	79.8%
Playera	Lana alpandina	10	5.3%	5.3%	85.1%
Poncho	Lana sintética	14	7.4%	7.4%	92.6%
Rebetes	Lana cheqta	4	2.1%	2.1%	94.7%
Faja	Lana cusqueña	10	5.3%	5.3%	100.0%
Total		188	100%	100.00%	

Fuente: Elaboración Propia

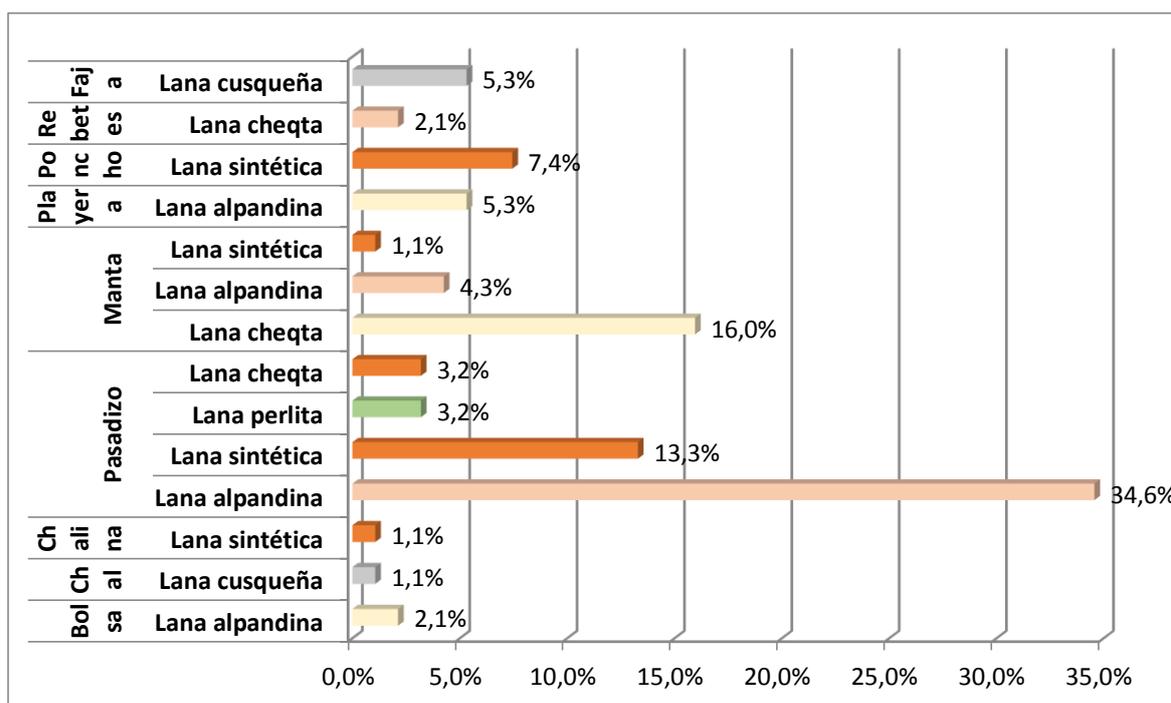


Figura 34. Pregunta N° 28. ¿Cuál es la materia prima que más utiliza en la elaboración de dichos productos?

4.1.2.7. Costo de materia prima, mano de obra y otros

En la tabla 37 y 38 se puede observar que los costos de materia prima oscilan desde un monto mínimo de S/5 para los rebetes, hasta un máximo de S/10 para los ponchos, en el caso de los costos de mano de obra, van desde un monto mínimo de S/5 para los rebetes, hasta un máximo de S/95 para los ponchos, en otros costos (lavado, servicios de agua, luz y taller, etc.), van desde un monto mínimo de S/3.5 para los rebetes y fajas, hasta un máximo de S/60 para los ponchos, en cuanto al costo total el costo mínimo fue de S/14 para el caso de rebetes, y el máximo fue de S/300 para los ponchos, los diversos intervalos en el caso de pasadizos y mantas se deben a las distintas calidades del material, las cuales en caso de estos productos marcan una gran diferencia, en cuanto al precio de venta, estos van desde un monto mínimo de S/15 para los rebetes, hasta un máximo de S/450 para los ponchos, al realizar la diferencia entre el costo total y el costo de producción, se pudo observar que en muchos casos, los internos terminaban vendiendo el producto al mismo precio (45%), quedándose solo con la retribución de la mano de obra, también hubieron casos en que el precio de venta era menor al costo total (3%), esto se daba debida a que los internos preferían vender el producto a un menor precio en vez de guardarlo, porque podían estropearse y en algunos casos porque los tejidos tenían algún pequeño defecto.

Tabla 37.

Pregunta N° 29. ¿Cuánto es el costo de la elaboración de dichos productos?

Nombre	Costo de materia prima (S/)	Costo de mano de obra (S/)	Otros costos (S/)	Costo Total (S/)	Frecuencia	Porcentaje
Bolsa	<43 a 48>	<15 a 25>	<8 a 12>	<70 a 75>	4	2.1%
Chal	<20 a 25>	<25 a 30>	<8 a 12>	<50 a 55>	2	1.1%
Chalina	<8 a 12>	<25 a 30>	<8 a 12>	<48 a 53>	2	1.1%
Pasadizo	<15 a 25>	<25 a 30>	<8 a 12>	<55 a 60>	75	39.9%
	<25 a 30>	<25 a 30>	<8 a 12>	<60 a 65>	27	14.4%
Manta	<38 a 43>	<25 a 30>	<10 a 15>	<115 a 125>	4	2.1%
	<43 a 48>	<30 a 35>	<15 a 20>	<125 a 135>	28	14.9%
	<48 a 53>	<60 a 65>	<20 a 25>	<135 a 145>	8	4.3%
Playera	<43 a 48>	<60 a 65>	<8 a 12>	<115 a 125>	10	5.3%
Poncho	<60 a 65>	<70 a 95>	<40 a 60>	<200 a 300>	14	7.4%
Rebetes	<5 a 10>	<5 a 15>	<3.5 a 10>	<14 a 25>	4	2.1%
Faja	<15 a 25>	<5 a 15>	<3.5 a 10>	<25 a 30>	10	5.3%
					188	100%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38.

Pregunta N° 29. Continuación

Nombre	Costo Total (S/)	Precio de venta (S/)	Precio de venta - Costo Total (S/)	Frecuencia	Porcentaje
Bolsa	<70 a 75>	<70 a 78>	<- 1 a 3>	4	2.1%
Chal	<50 a 55>	<70 a 78>	<- 1 a 5>	2	1.1%
Chalina	<48 a 53>	<70 a 78>	<8 a 12>	2	1.1%
Pasadizo	<55 a 60>	<55 a 60>	<0 a 5>	75	39.9%
	<60 a 65>	<58 a 70>	<0 a 5>	27	14.4%
Manta	<115 a 125>	<120 a 135>	<-5 a 15>	4	2.1%
	<125 a 135>	<120 a 145>	<-5 a 15>	28	14.9%
	<135 a 145>	<120 a 155>	<-5 a 25>	8	4.3%
Playera	<115 a 125>	<110 a 135>	<-5 a 15>	10	5.3%
Poncho	<200 a 300>	<200 a 450>	<-5 a 20>	14	7.4%
Rebetes	<15 a 25>	<15 a 25>	<-5 a 15>	4	2.1%
Faja	<25 a 30>	<25 a 30>	<-2 a 8>	10	5.3%
				188	100%

Fuente: Elaboración Propia

4.1.3. Análisis descriptivo de los indicadores de la variable comercialización

4.1.3.1. Precio de venta

En la tabla 39 y figura 35, del total de 188 encuestados se observa que el 55.9% calcula el precio de su producto según los precios del mercado, sin embargo, el 44.1% calcula el precio de su producto mediante el tanteo.

Tabla 39.

Pregunta N° 30. ¿Cómo establece el precio de venta de sus productos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Según los precios del mercado	105	55.9%	55.9%	55.9%
Al cálculo o tanteo	83	44.1%	44.1%	100.0%
Aplicando fórmulas de costo de producción	0	0.0%	0.0%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

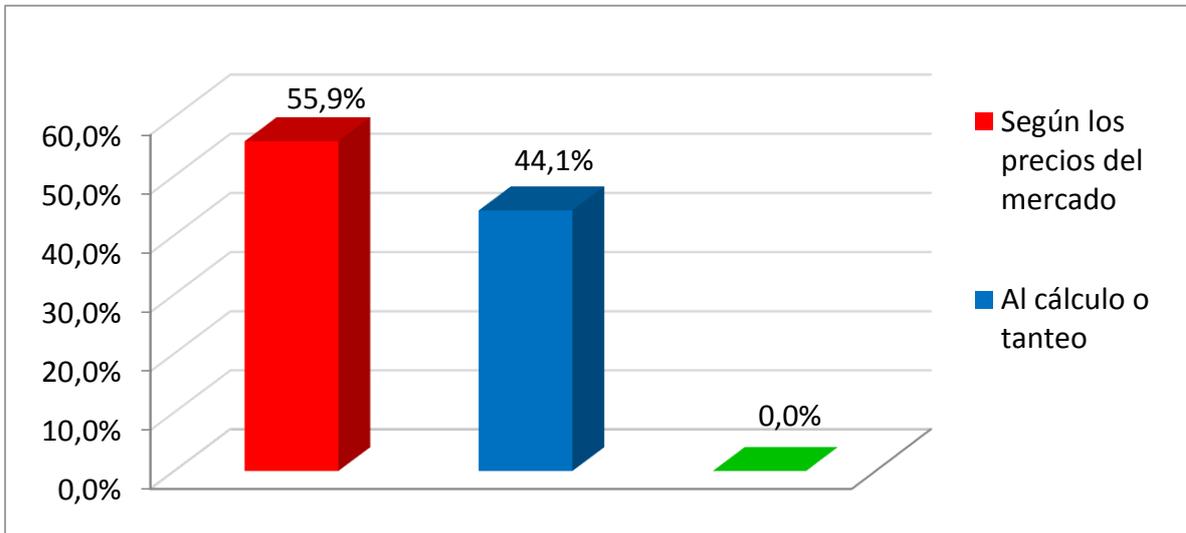


Figura 35. Pregunta N° 30. ¿Cómo establece el precio de venta de sus productos?

En la tabla 40 y figura 36, del total de 188 encuestados se observa que el 95.7% no está conforme con el precio de venta de su producto, sin embargo, el 4.3% si está conforme con el precio de venta de su producto.

Tabla 40.

Pregunta N° 31. ¿Considera que el precio de venta de sus productos es adecuado? Explique el por qué

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	8	4.3%	4.3%	4.3%
No	180	95.7%	95.7%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

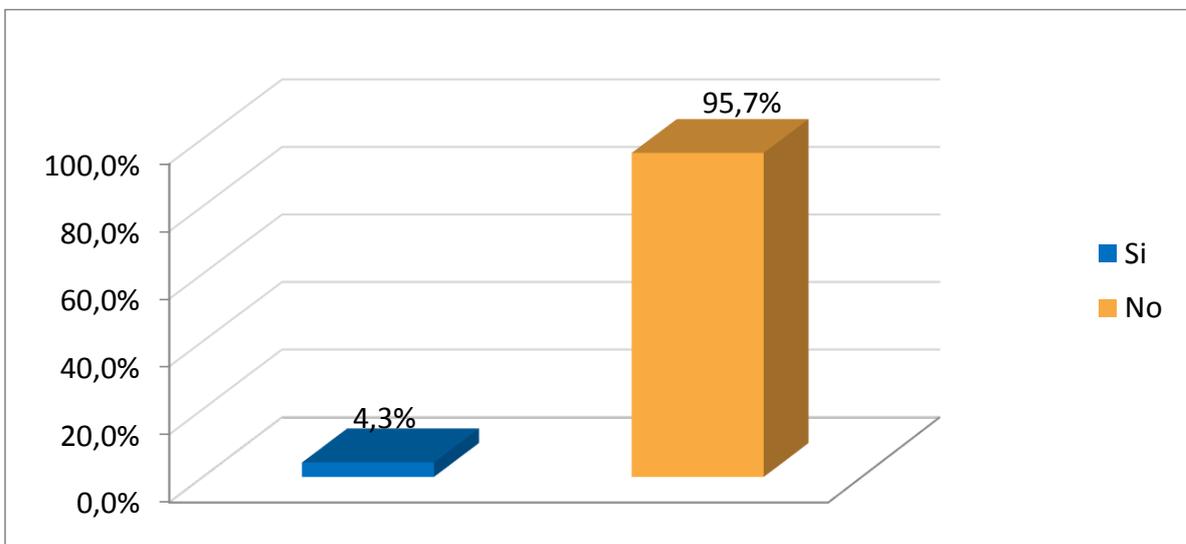


Figura 36. Pregunta N° 31. ¿Considera que el precio de venta de sus productos es adecuado? Explique el por qué

En la tabla 41 y figura 37, del total de 188 encuestados se observa que el 31.4% no está de acuerdo con el precio de venta `porque le parece muy bajo, seguido del 28.2% que tampoco está de acuerdo con el precio de venta `porque no cubre sus gastos, el 12.8% no está de acuerdo con el precio de venta `porque el cliente es el que da el precio, por otro lado, el 2.1% si está de acuerdo con el precio porque manifiestan que algunos clientes si son conscientes.

Tabla 41.

Pregunta N° 31.Especificar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Están de acuerdo con el precio	21	11.2%	11.2%	11.2%
Cientes conscientes	4	2.1%	2.1%	13.3%
El cliente pone el precio	24	12.8%	12.8%	26.1%
La competencia de vender	15	8.0%	8.0%	34.0%
Mucha mano de obra barata	8	4.3%	4.3%	38.3%
Mucha rebaja	2	1.1%	1.1%	39.4%
Muy bajo el precio de venta	59	31.4%	31.4%	70.7%
No cubre los gastos y pagos en el penal	53	28.2%	28.2%	98.9%
No Sabe	2	1.1%	1.1%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

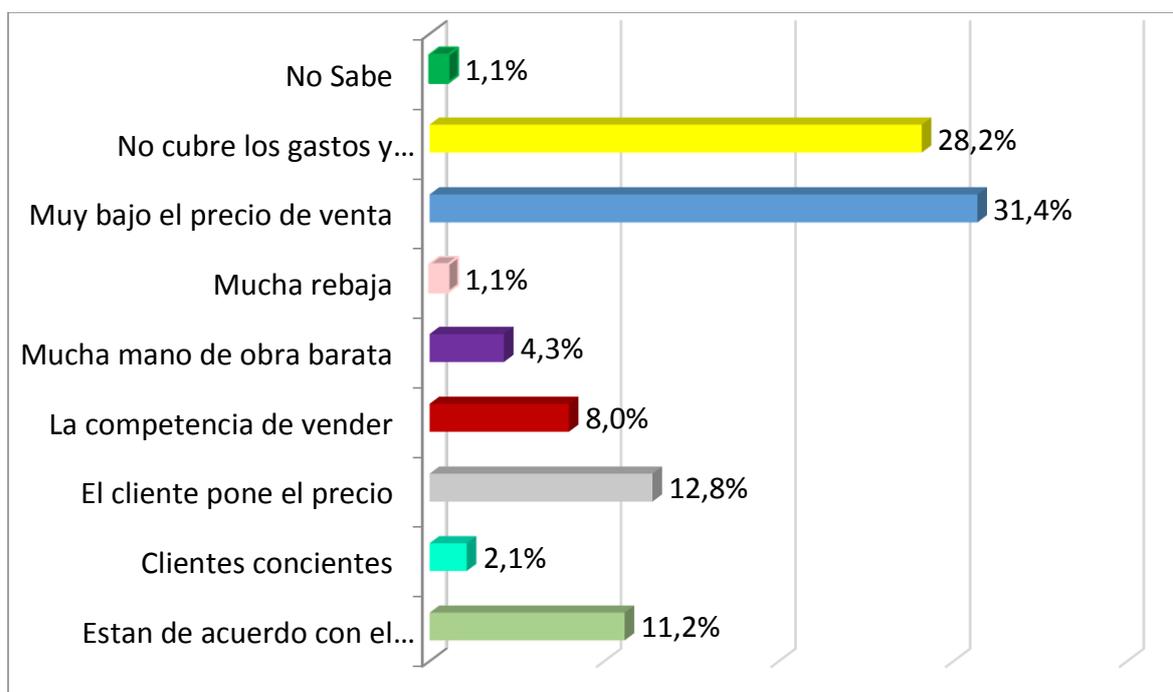


Figura 37.Pregunta N° 31.Especificar

4.1.3.2. Margen de utilidad

En la tabla 42 y figura 38, del total de 188 encuestado se observa que el 51.6% no sabe su porcentaje de utilidad por cada producto elaborado, mientras que el 29.3% si sabe su porcentaje de utilidad por cada producto elaborado, finalmente 19.1% a veces sabe su porcentaje de utilidad por cada producto elaborado.

Tabla 42.

Pregunta N° 32. ¿Sabe cuánto es el porcentaje de utilidad (ganancia) por cada producto elaborado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	55	29.3%	29.3%	29.3%
A veces	36	19.1%	19.1%	48.4%
No	97	51.6%	51.6%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

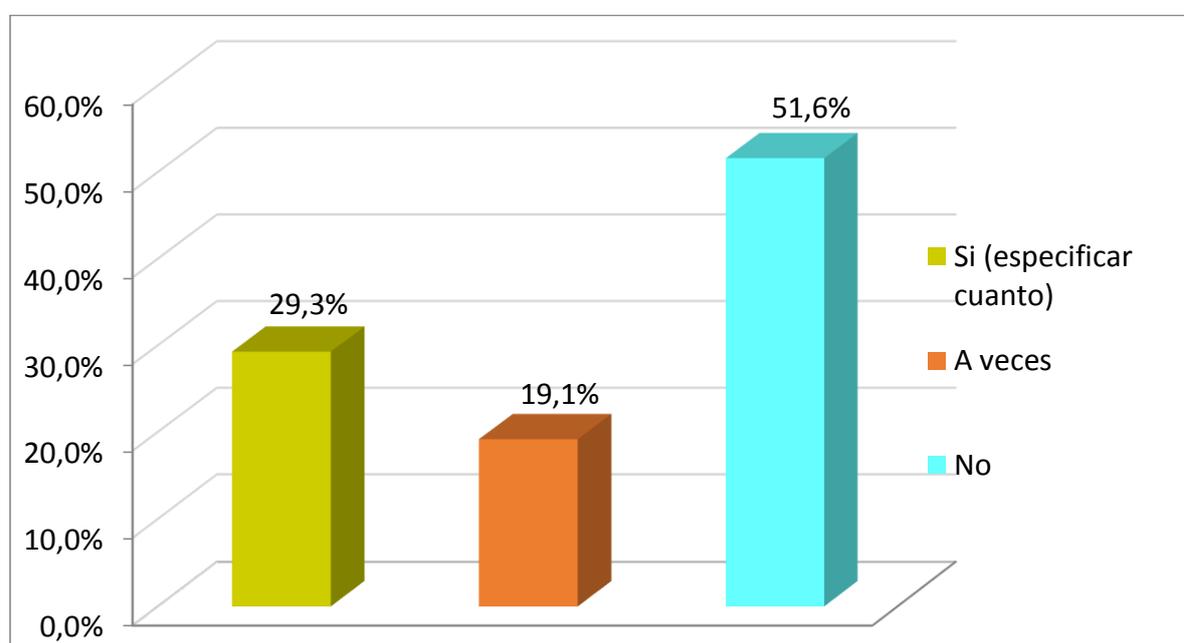


Figura 38. Pregunta N° 32. ¿Sabe cuánto es el porcentaje de utilidad (ganancia) por cada producto elaborado?

En la tabla 43, y figura 39 se observa que del total de 188 encuestado se observa que el 38.2% tienen una utilidad del 15% por cada producto elaborado, por otra parte, el 29.1% tienen una utilidad del 13% por cada producto elaborado, el 20.0% tienen una utilidad del

10% por cada producto elaborado, finalmente el 12.7% tienen un utilidad del 5% por cada producto elaborado.

Tabla 43.

Pregunta N° 32. Especificar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
5%	7	12.7%	12.7%	12.7%
10%	11	20.0%	20.0%	32.7%
13%	16	29.1%	29.1%	61.8%
15%	21	38.2%	38.2%	100.0%
Total	55	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

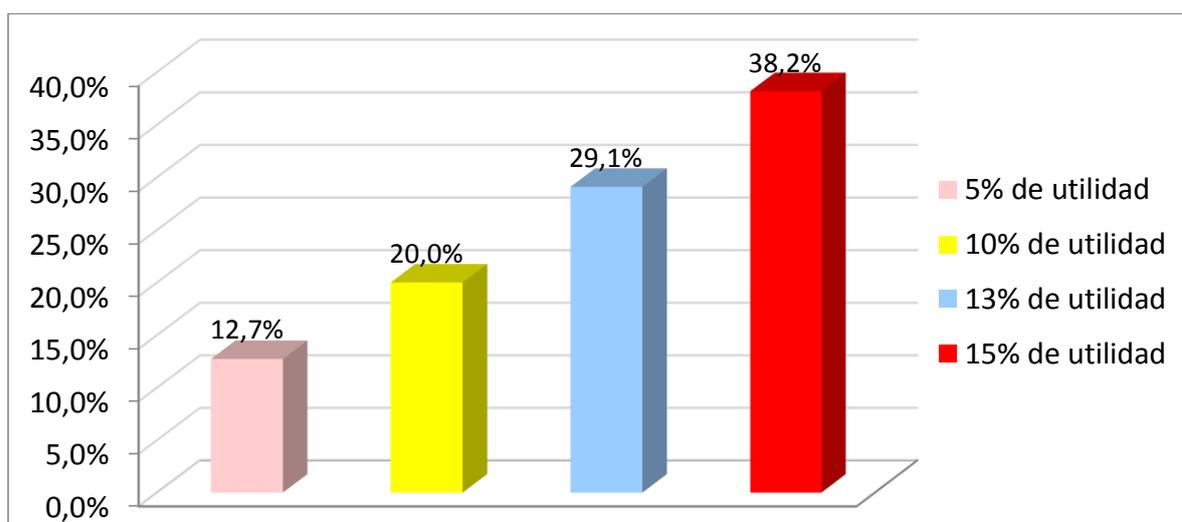


Figura 39. Pregunta N° 32. Especificar

4.1.3.3. Calidad del producto

En la tabla 44 y figura 40, se observa que, del total de 188 encuestados, el 72.3% afirman que su producto no pasa por un control de calidad, por el contrario, el 27.7% afirman que su producto si pasa por un control de calidad.

Tabla 44.

Pregunta N° 33. ¿Sus productos pasan por un control de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	52	27.7%	27.7%	27.7%
No	136	72.3%	72.3%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

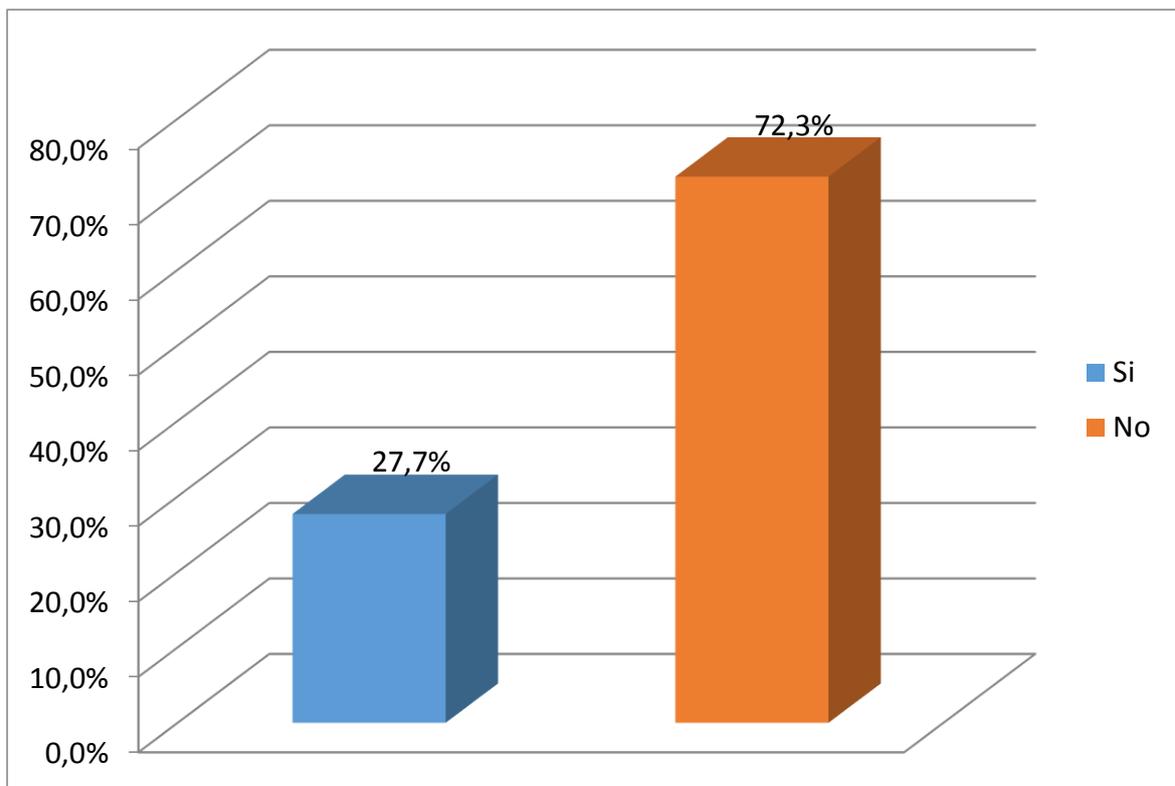


Figura 40. Pregunta N° 33. ¿Sus productos pasan por un control de calidad?

4.1.3.4. Canales de venta

En la tabla 45 y figura 41, se observa que, del total de 188 encuestados, el 85.1% señala que la elaboración de textiles si es orientada por campañas, 14.9% señala que la elaboración de textiles no es orientada por campañas. Entre las fechas con mayor producción se tiene las fiestas del Cusco y los Carnavales.

Tabla 45.

Pregunta N° 34. La elaboración de textiles es orientada por campañas, por ejemplo, navidad, san valentín, día de la madre, día del padre, día del Cusco y demás fechas conmemorativas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	160	85.1%	85.1%	85.1%
No	28	14.9%	14.9%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

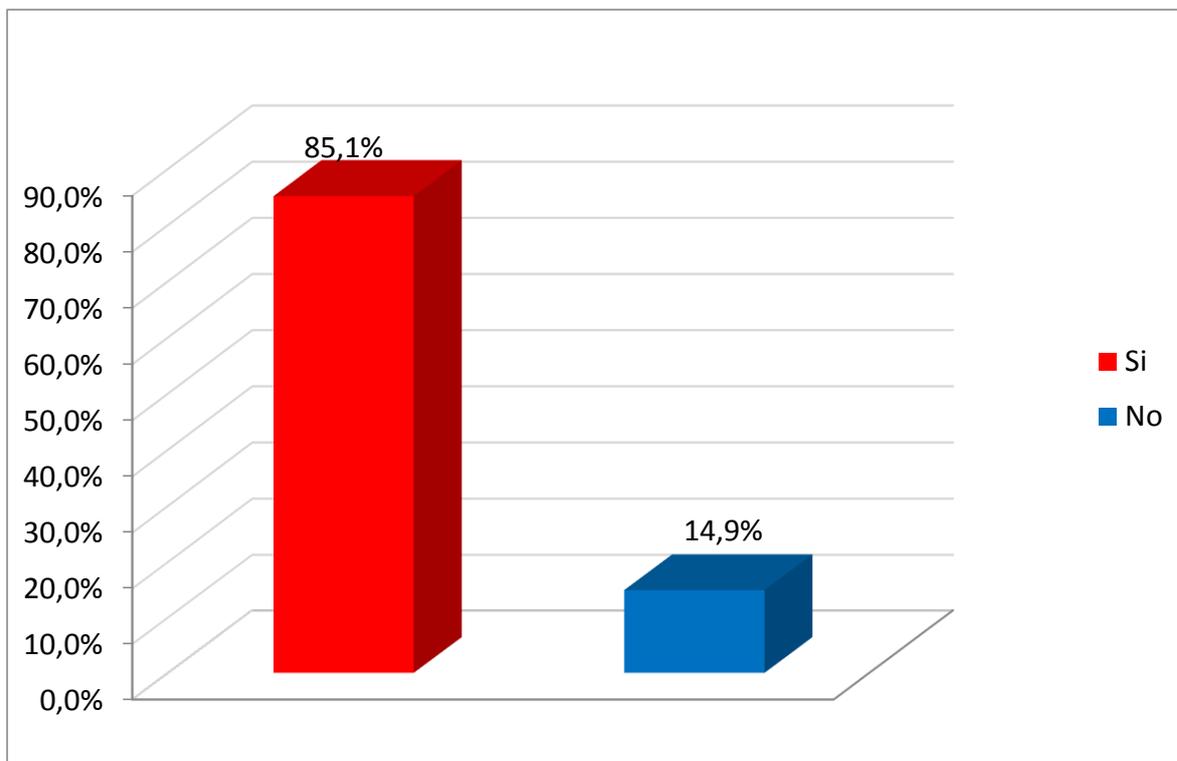


Figura 41. Pregunta N° 34. La elaboración de textiles es orientada por campañas, por ejemplo, navidad, san valentín, día de la madre, día del padre, día del Cusco y demás fechas conmemorativas.

En la tabla 46 y figura 42, se observa que del total de 188 encuestados el 73.64% indican que las empresas o personas que brindan materiales para la elaboración son quienes se encargan de las ventas de sus productos, mientras que el 16% indican que sus familiares son quienes se encargan de las ventas de sus productos, además el 5.9% indican que el centro penitenciario es quien se encargan de las ventas de sus productos, finalmente 4.3% indican que son ellos mismos quienes se encargan de las ventas de sus productos

Tabla 46.

Pregunta N° 35. ¿Quién se encarga de la venta de sus productos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
El centro penitenciario-INPE	11	5.9%	5.9%	5.9%
El mismo interno	8	4.3%	4.3%	10.1%
Los familiares	30	16.0%	16.0%	26.1%
Empresas o personas que brindan materiales para la elaboración	139	73.94%	73.94%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

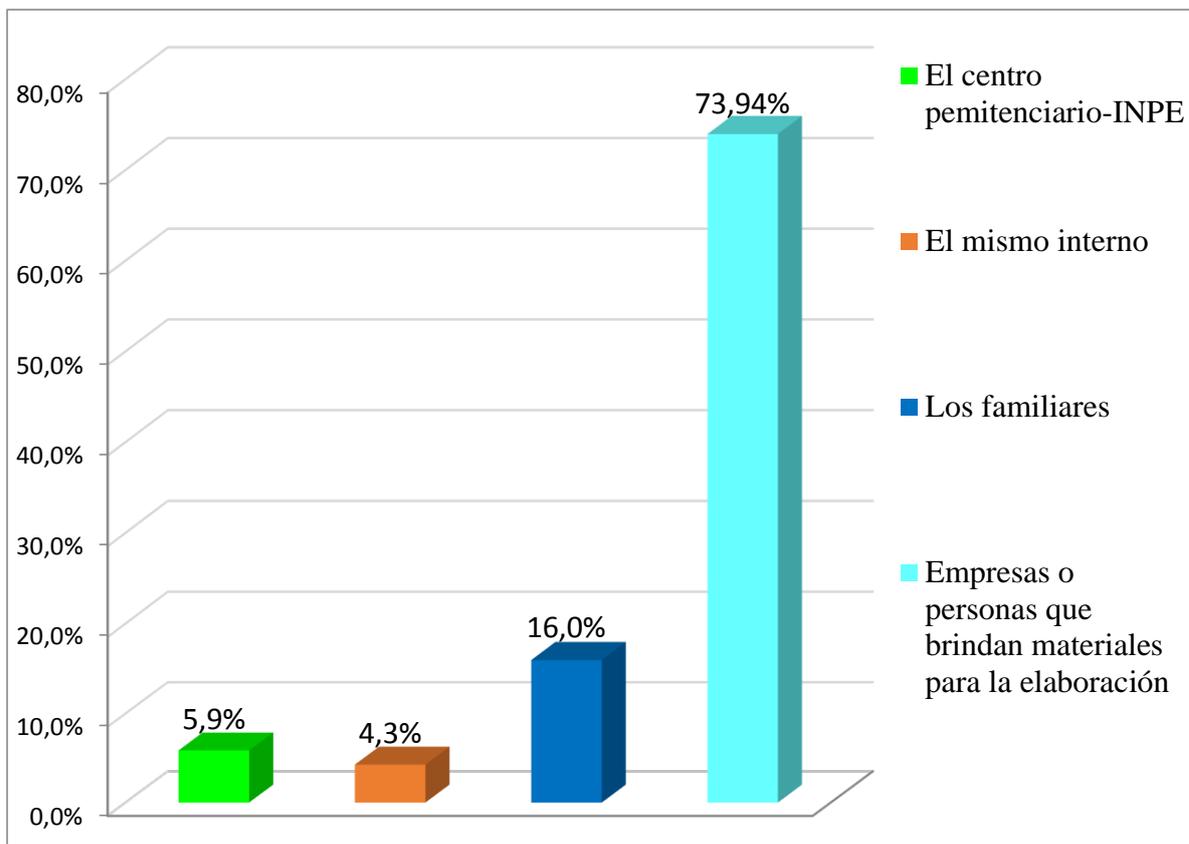


Figura 42. Pregunta N° 35. ¿Quién se encarga de la venta de sus productos?

En la tabla 47 y figura 43, se observa que del total de 188 encuestados, el 22.9% vende sus tejidos en las ferias sabatinas, por otro lado el 16.0% vende sus tejidos dentro del penal, finalmente el 9.6% vende sus tejidos en centros artesanales.

Tabla 47.

Pregunta N° 36. ¿Dónde se venden sus tejidos generalmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Dentro del penal - ferias	30	16.0%	16.0%	16.0%
Ferias sabatinas (baratillo)	43	22.9%	22.9%	38.8%
Centros artesanales	18	9.6%	9.6%	48.4%
Otros (especificar)	97	51.6%	51.6%	100.0%
Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

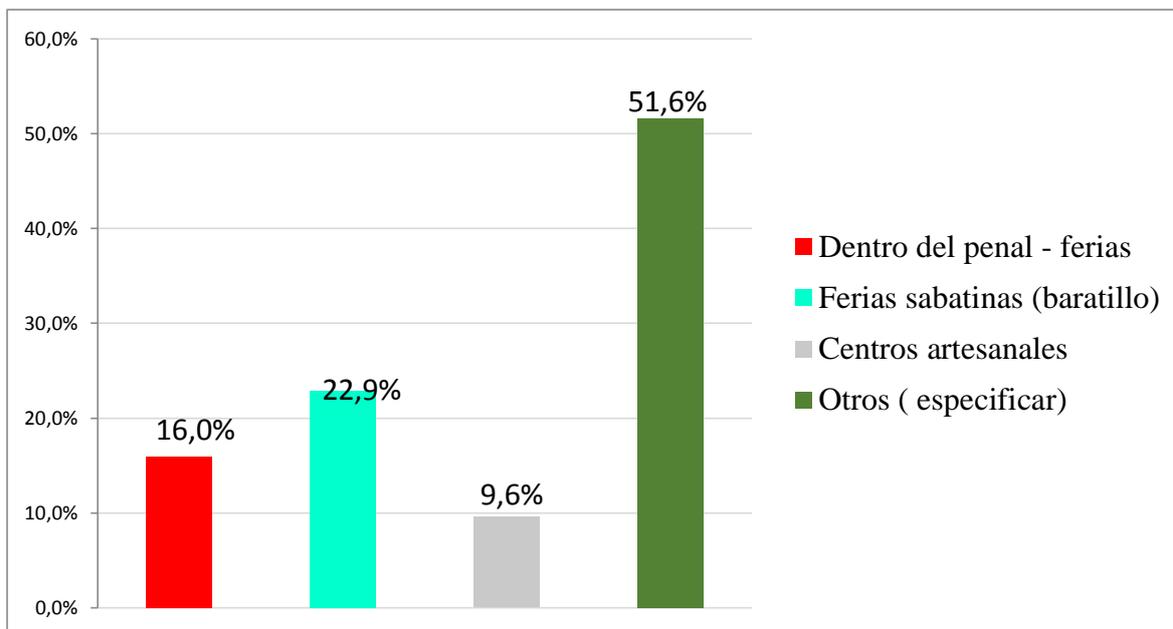


Figura 43. Pregunta N° 36. ¿Dónde se venden sus tejidos generalmente?

En la tabla 48 y figura 44, se observa que del total de 97 encuestado se observa que el 23.2% vende sus productos en Chinchero, además un 17.9% no sabe, mientras que un 9.5% vende sus productos en Sicuani, finalmente un 7.4% vende sus productos en Chumbivilcas.

Tabla 48.

Pregunta N° 36. Especificar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Abancay	4	4.2%	4.2%	4.2%
Andahuaylas	5	5.3%	5.3%	9.5%
Anta	4	4.2%	4.2%	13.7%
Canas	3	3.2%	3.2%	16.8%
Chincheros	23	23.2%	23.2%	40.0%
Exportar al extranjero	3	3.2%	3.2%	43.2%
Extranjero Lima feria	3	3.2%	3.2%	46.3%
Fuera de la región	4	4.2%	4.2%	50.5%
Mercado Huarcocondo	2	2.1%	2.1%	52.6%
Mercados artesanales de provincias	3	3.2%	3.2%	55.8%
No sabe	17	17.9%	17.9%	73.7%
Provincia de Urubamba	4	4.2%	4.2%	77.9%
Provincia de Chumbivilcas	7	7.4%	7.4%	85.3%
Sicuani	9	9.5%	9.5%	94.7%
Sicuani -Chincheros	5	5.3%	5.3%	100.0%
Total	97	100.0%	100.0%	

Fuente: Elaboración Propia

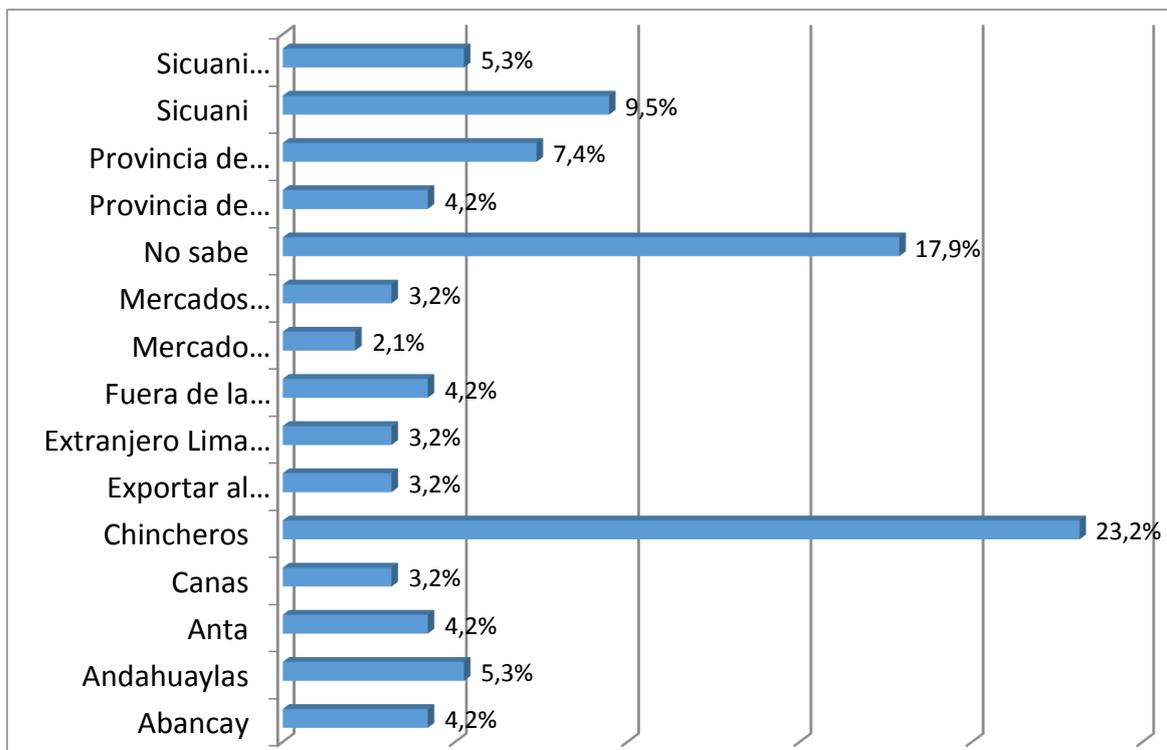


Figura 44. Pregunta N° 36. Especificar

En la tabla 49 y figura 44, del total de 188 encuestado se observa que el 83.5% no ha trabajado con empresas públicas o privadas, sin embargo, el 16.5% manifestó que si han trabajado con empresas públicas o privadas.

4.1.4. Descripción de los hallazgos más significativos

4.1.4.1. Primer objetivo específico

A partir de los resultados obtenidos podemos responder al primer problema específico y afirmar entonces que el grado de conocimiento respecto al manejo de costosos bajo, esto se evidencio en el nivel de conocimientos acerca de los costos (ver Tabla 14) y los conocimientos para hallar correctamente los costos de producción (ver Tabla 15), donde el 50% de los encuestados indicaron tener un nivel de conocimientos bajo, en cuanto al capital de trabajo, se encontró que el 81.4% no cuenta con capital de trabajo (ver Tabla 16), y de los que si contaban, se encontró que el 5.9% no sabe cuánto es su capital ya que tiene muchas dificultades para estimar un monto aproximado su capital de trabajo, quedando un 12% con capital de trabajo entre S/ 500 y S/ 5000(ver Tabla 17).

Respecto a la cantidad y precio de máquinas, equipos y herramientas, se encontró que solo existen dos máquinas: Telar a pedal y cintura y el Tejedora a cintura, estas máquinas incluyen los accesorios necesarios para realizar los tejidos, con precios de S/ 400 a S/ 450

y de S/ 100 a S/ 150 respectivamente, otra observación fue que el 95.2% cuenta con una sola máquina (ver Tabla 22). En cuanto a los costos de alquiler y servicios (agua, luz) gastos administrativos, se observa que del total de 188 encuestados, el 100% afirma que si paga por el espacio del taller, este pago incluye los servicios de agua y luz y se conoce como cómputo laboral el cual se paga de manera mensual y va desde S/ 37.2 a S/70, este monto varía de acuerdo al volumen de producción (ver Tabla 22). Referente a los costos de operación y mantenimiento, se halló que el 29.3% no considera costos de mantenimiento y no hace mantenimientos constantes (ver Tabla 29), también se encontró que del 70.7% de los internos que si paga mantenimiento, un 9.8% no lleva registro de los montos que paga por mantenimiento (ver Tabla 30), respecto al volumen de producción, se tuvo que la gran mayoría realiza solo un producto por semana, llegando hasta un máximo de 8 pasadizos por semana (ver Tabla 31). Referente al costo de materia prima, mano de obra y otros, se observó que los costos de materia prima oscilan desde un monto mínimo de S/5 para los rebetes, hasta un máximo de S/10 para los ponchos, en el caso de los costos de mano de obra, van desde un monto mínimo de S/5 para los rebetes, hasta un máximo de S/95 para los ponchos, en otros costos (lavado, servicios de agua, luz y taller, etc.), van desde un monto mínimo de S/3.5 para los rebetes y fajas, hasta un máximo de S/60 para los ponchos, en cuanto al costo total el costo mínimo fue de S/14 para el caso de rebetes, y el máximo fue de S/300 para los ponchos, los diversos intervalos en el caso de pasadizos y mantas se deben a las distintas calidades del material, las cuales en caso de estos productos marcan una gran diferencia, en cuanto al precio de venta, estos van desde un monto mínimo de S/15 para los rebetes, hasta un máximo de S/450 para los ponchos, al realizar la diferencia entre el costo total y el costo de producción, se pudo observar que en muchos casos, los internos terminaban vendiendo el producto al mismo precio (45%), quedándose solo con la retribución de la mano de obra, también hubieron casos en que el precio de venta era menor al costo total (3%), esto se daba debida a que los internos preferían vender el producto a un menor precio en vez de guardarlo, porque podían estropearse y en algunos casos porque los tejidos tenían algún pequeño defecto.

En base a todos estos resultados, podemos afirmar que los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de forma empírica, sin nivel técnico, aceptando la primera hipótesis específica planteada.

4.1.4.2. Segundo objetivo específico

A partir de los resultados obtenidos podemos responder al segundo problema específico y afirmar entonces que el 55.9% calcula el precio de venta de su producto según los precios del mercado, sin embargo, el 44.1% calcula el precio de venta mediante el tanteo (ver Tabla 38), además se halló que el 95.7% de los internos considera que su precio es inadecuado y es muy bajo, respecto al margen de utilidad, se encontró que el 51.6% no sabe cuál es el porcentaje aproximado de ganancia(ver Tabla 41), y un 29.3% tiene márgenes de ganancia entre 5% y 15% (ver Tabla 42), respecto a la calidad del producto, se encontró que el 72.3% afirman que su producto no pasa por un control de calidad, y un 27.7% afirman que su producto si pasa por un control de calidad (ver Tabla 43), respecto a los canales de venta el 85.1% señaló que la elaboración de textiles si es orientada por campañas como las fiestas del Cusco y los Carnavales(ver Tabla 44), además se encontró que el 73.64% de las ventas es realizado por las empresas o personas que brindan materiales para la elaboración del producto y un 16% de las ventas es realizado por los familiares, los cuales venden sus productos mayormente en las ferias sabatinas y en otras provincias, como son Urubamba y Chumbivilcas.

En base a todos estos resultados, podemos afirmar que la comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se realiza de manera inadecuada, aceptando la segunda hipótesis específica planteada.

4.1.4.3. Objetivo general

En base a todos estos resultados, podemos afirmar que los costos de producción de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de manera empírica y sin nivel técnico, consecuentemente existe una inadecuada comercialización, esto debido al desconocimiento para establecer los costos por producto y por ende no establecen precios adecuados a sus productos.

En ese sentido, se acepta la hipótesis general: “Los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de manera empírica, sin nivel técnico, consecuentemente existe una inadecuada comercialización”.

4.2. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera los costos de producción intervienen en la comercialización de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018, para lo cual se realizó una encuesta a 188 internos dedicados a la producción textil a mano que son parte del Taller del Establecimiento Penitenciario del Cusco Varones.

En base a los resultados obtenidos podemos afirmar que: “Los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de manera empírica, sin nivel técnico, consecuentemente existe una inadecuada comercialización” es aceptada, es decir que el desconocimiento de las nociones básicas relacionadas al establecimiento de costos de producción, perjudica la comercialización de los productos, mostrando resultados que son similares a las encontradas en las referencias citadas en nuestro estudio.

Un estudio similar es el de Delgado y Chalco (2016), en su investigación titulada “*Costos de Producción y la Comercialización de Muebles de Madera en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro –Varones Del Cusco – Período 2015*” en la Universidad Andina del Cusco, la cual tuvo como objetivo determinar los costos de producción y las modalidades en la comercialización de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, Periodo 2015. La hipótesis general estableció que los costos de producción de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, son identificados de forma empírica generando una inadecuada comercialización. En el desarrollo de la investigación se aplicó un enfoque cuantitativo, en base en la medición numérica y el análisis estadístico del Taller de Carpintería del Establecimiento Penitenciario del Cusco, cuyo diseño de investigación es de carácter no experimental y descriptivo, en razón de que se describen las actividades de producción de muebles de madera desde la compra de la materia prima hasta su comercialización. Finalmente se concluye que en el Taller de Carpintería del Establecimiento Penitenciario de Varones del Cusco, los costos de producción de muebles de madera se determinan de forma empírica y anti técnica, repercutiendo directamente en el establecimiento de precios y la comercialización, esto debido principalmente al desconocimiento por parte de los internos en aplicar correctamente los costos de producción sin seguir una adecuada estructura de costos, esto se debe al incipiente grado de instrucción de los internos, la falta de

capacitación por parte del INPE y a causa de otros factores como las condiciones desfavorables de los ambientes físicos del taller, que han ocasionado hacinamiento y desorganización dentro del mismo.

Por su parte Guillén (2012), en su investigación titulada *“Determinación del costo de fabricación de muebles en la Empresa “La Madera”* de la Universidad Nacional de Loja, tuvo como objetivo determinar el costo de los inventarios de productos fabricados tanto unitario como global, con miras a la presentación del Balance General. Asimismo, infiere que con la determinación de los presupuestos, utilizando los tres elementos del costo, se cumple con el objetivo general y con los específicos, contribuyendo a que la propietaria establezca costos de fabricación, lo más certero posible, y mantenga un margen de utilidad acorde con lo establecido entre las pequeñas empresas aliadas, de tal manera que se vuelva competitiva en el mercado, cada vez más exigente.

Asimismo, Charca (2015), en su investigación titulada *“Diseño de un Sistema de Costos por procesos para una industria manufacturera de queso prensado - Fundo San Francisco, Arapa Azángaro 2015”* de la Universidad Peruana Unión, tuvo como objetivo diseñar un sistema de costos por procesos para una Industria Manufacturera de Queso Prensado - Fundo San Francisco, Arapa Azángaro 2015. Dicha investigación concluye que es sumamente necesario contar con un control exacto de los elementos de costos con la finalidad de que los costos de producción sean reales, para ello es necesario considerar los pequeños gastos, porque a largo plazo se hacen grandes, por lo tanto, el costo actual no responde al costo verdadero de producción.

Conclusiones

1. Se determinó que los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de manera empírica, sin nivel técnico, consecuentemente existe una inadecuada comercialización, esto debido a que el desconocimiento para establecer los costos por productos, hace que los internos no sepan que precios de venta establecer, por lo que no saben hasta que monto negociar en la comercialización, o no saben cuánto gastar en la comercialización, limitándose a cobrar un monto mínimo y a vender productos que no pasan por un control de calidad o solo hacen uso de un canal de venta.
2. Se describió que los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de forma empírica, sin nivel técnico, esto explicado en que: el grado de conocimiento respecto al manejo de costos es bajo, (ver Tabla 14 y 15), en cuanto al capital de trabajo, se encontró que los internos no sabe cuánto es su capital ya que tiene muchas dificultades para estimar un monto aproximado su capital de trabajo (ver Tabla 16 y 17). Respecto a la cantidad y precio de máquinas, equipos y herramientas, se encontró que solo existen dos máquinas: Telar a pedal y cintura y el Tejedora a cintura, estas máquinas incluyen los accesorios necesarios para realizar los tejidos, con precios de S/ 400 a S/ 450 y de S/ 100 a S/ 150 respectivamente (ver Tabla 22). En cuanto a los costos de alquiler y servicios (agua, luz) gastos administrativos, se observa que el 100% afirma que si paga por el espacio del taller, este pago incluye los servicios de agua y luz y se conoce como cómputo laboral el cual se paga de manera mensual y va desde S/ 37.2 a S/70(ver Tabla 25). Referente a los costos de operación y mantenimiento, se halló que el 29.3% no considera costos de mantenimiento y no hace mantenimientos constantes (ver Tabla 29), también se encontró que del 70.7% de los internos que si paga mantenimiento, un 9.8% no lleva registro de los montos que paga por mantenimiento (ver Tabla 30), respecto al volumen de producción, se tuvo que la gran mayoría realiza solo un producto por semana, llegando hasta un máximo de 8 pasadizos por semana(ver Tabla 31).Referente al costo de materia prima, mano de obra y otros, se observó que los costos de materia prima oscilan desde un monto mínimo de S/5, hasta un máximo de S/10, en el caso de los costos de mano de obra, van desde un monto mínimo de S/, hasta un máximo de S/95, en otros costos (lavado, servicios de agua, luz y taller, etc.), van desde un monto mínimo de S/3.5 hasta un máximo de S/60, en cuanto al costo total el costo mínimo fue

de S/14 y el máximo fue de S/300, en cuanto al precio de venta, estos van desde un monto mínimo de S/15, hasta un máximo de S/450, al realizar la diferencia entre el costo total y el costo de producción, se pudo observar que en muchos casos, los internos terminaban vendiendo el producto al mismo precio, quedándose solo con la retribución de la mano de obra, también hubieron casos en que el precio de venta era menor al costo total.

3. Finalmente se describió que la comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se realiza de manera inadecuada, esto explicado en que: el 55.9% calcula el precio de venta de su producto según los precios del mercado, sin embargo, el 44.1% calcula el precio de venta mediante el tanteo (ver Tabla 38), además se halló que el 95.7% de los internos considera que su precio es inadecuado y es muy bajo, respecto al margen de utilidad, se encontró que el 51.6% no sabe cuál es el porcentaje aproximado de ganancia(ver Tabla 41), y un 29.3% tiene márgenes de ganancia entre 5% y 15% (ver Tabla 42), respecto a la calidad del producto, se encontró que el 72.3% afirman que su producto no pasa por un control de calidad, y un 27.7% afirman que su producto si pasa por un control de calidad (ver Tabla 43), respecto a los canales de venta el 85.1% señaló que la elaboración de textiles si es orientada por campañas como las fiestas del Cusco y Carnavales(ver Tabla 44), además se encontró que el 73.64% de las ventas es realizado por las empresas o personas que brindan materiales para la elaboración del producto y un 16% de las ventas es realizado por los familiares, los cuales venden sus productos mayormente en las ferias sabatinas y en otras provincias, como son Urubamba y Chumbivilcas.

Recomendaciones

1. El Instituto Nacional Penitenciario, al Jefe del Área de Trabajo del Establecimiento Penitenciario de Varones del Cusco y a las autoridades, con el apoyo de diferentes instituciones, deben incentivar el desarrollo de proyectos de Producción y de Comercialización de textiles, así como cursos de Capacitación, asimismo estos proyectos se ejecuten para contribuir a la mejora y ampliación de los ambientes físicos del Taller de telar, pedal y cintura, también se podría fomentar la creación de grupos o asociaciones que faciliten la comercialización y se apoyen en la contabilidad de costos .
2. El Instituto Nacional Penitenciario conjuntamente con el Ministerio de trabajo, deben realizar capacitaciones teóricas y prácticas en el taller de telar, pedal y cintura, en temas relacionados a los costos de producción, los cuales servirán para identificar costos de producción, costos de materia prima, mano de obra, costos de operación y mantenimiento.
3. El Instituto Nacional Penitenciario conjuntamente con el Ministerio de trabajo, deben realizar capacitaciones teóricas y prácticas en el taller de telar, pedal y cintura, los cuales servirán para identificar canales de comercialización, estrategias de ventas, identificación de precios y cálculo de margen de ganancia.

Bibliografía

- Althona, T. (2009). *Libro Práctico sobre Contabilidad de Costos*. Bucaramanga: Universitaria de Investigación y Desarrollo.
- Besterfield, D. (2009). *Control de Calidad*. Mexico: Pearson Educación.
- Cashin, J., & Polimeni, R. (2008). *Contabilidad de Costos*. Bogotá Colombia: McGraw - Hill.
- Chambergro, I. (2009). *Análisis de costos y presupuestos en el Planeamiento estratégico Gerencial*. Lima: Editorial Pacífico Editores.
- Charca, L. (2015). *Diseño de un Sistema de Costos por procesos para una industria manufacturera de queso prensado - Fundo San Francisco, Arapa Azangaro 2015*. Universidad Peruana Unión, Juliaca - Perú. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/574/Lidia_Tesis_bachiller_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chino, E. (2018). *Costos de producción y la fijación de precios de los productos de cerámica en arcilla en la Asociación de Artesanos Virgen del Carmen Pucará - 2017*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Delgado, D., & Chalco, E. (2016). *Costos de Producción y la Comercialización de Muebles de Madera en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro –Varones Del Cusco – Período 2015*. Universidad Andina del Cusco, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Como profundizar en el análisis de sus costos para mejores decisiones empresariales*. Buenos Aires - Argentina: Ediciones Granica S.A.
- Ferro, P. (2018). Estructura de costos de producción y la fijación de precio en el mercado interno de la empresa panificadora Panipan del distrito de Santa Ana Provincia de la Convención - Cusco Período. *Tesis de pre grado*. Universidad Andina del Cusco, Cusco. Obtenido de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2002/1/Pamela_Tesis_bachiller_2018.pdf

- Flores, J. (2010). *Finanzas Aplicadas a la Gestión Empresarial*. Lima: Editorial Gráfica Santo Domingo.
- García, J. (2014). *Contabilidad de Costos*. México: McGraw Hill.
- Garrido, L. (2009). La liquidez en la empresa: caso práctico del cálculo del intervalo defensivo. *Revista de Contabilidad y Dirección Vol. 9, año 2009, pp. 149-158, Vol. 9, pp. 149-158*.
- Giraldo, D. (2007). *Contabilidad de costos*. Lima: Editorial Ventura.
- Gitman, J., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Guillén, G. (2012). *Determinación del costo de fabricación de muebles en la Empresa "La Madera"*. Universidad Nacional de Loja, Cuenca.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). *Metodología de Investigación*. México: McGraw Hill.
- José, S. (2012). *Fundamentos de economía*. México: Fondo de economía cultural.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://www.academia.edu/33383796/marketing_kotler-armstrong.pdf
- Polimeri, R., Fabozzi, F., Adelberg, A., & Kole, M. (1998). *Contabilidad de costos*. Colombia: McGraw - Hill.
- Rámirez, D. (2008). *Contabilidad Administrativa*. México: Mc Graw - Hill.
- Reyes, E. (2008). *Contabilidad de costos*. México: Editorial Limusa S.A de C.V.
- Ricra, M. (2014). *Análisis financiero en las empresas*. Lima: Pacífico Editores.
- Rivadeneira, D. (28 de marzo de 2012). *Empresa & Actualidad*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.pe/2012/03/comercializacion-definicion-yconceptos>.
- Sainz, J. (2009). *El plan de marketing en la pyme*. Madrid: Esic editorial.

Anexo

Anexo 1: Matriz de Consistencia

TÍTULO: “Costos de Producción y la Comercialización de Productos Textiles en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro – Varones Cusco, 2018

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Indicadores	Metodología	Técnicas de recolección
<p>Problema General ¿De qué manera los costos de producción intervienen en la comercialización de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018?</p> <p>Problemas Específicos 1. ¿De qué manera se establecen los costos de producción de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018? 2. ¿De qué manera se realiza la comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018?</p>	<p>Objetivo General Describir de qué manera se establecen los costos de producción que intervienen en la comercialización de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018.</p> <p>Objetivos Específicos 1. Describir de qué manera se establecen los costos de producción de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018. 2. Describir de qué manera se realiza la comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco, 2018.</p>	<p>Hipótesis General Los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de manera empírica, sin nivel técnico, consecuentemente existe una inadecuada comercialización.</p> <p>Hipótesis Específicas 1. Los costos de producción de productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se establecen de forma empírica, sin nivel técnico. 2. La comercialización de los productos textiles del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, se realiza de manera inadecuada.</p>	<p>Variable independiente: Costos de producción</p> <p>Variable dependiente: Comercialización</p>	<p>- Grado de conocimiento respecto al manejo de costos - Capital de trabajo - Cantidad y precio de máquinas, equipos y herramientas - Costo de alquiler y servicios (agua, luz) gastos administrativos - Costos de operación y mantenimiento - Volumen de producción - Costo de materia prima, mano de obra y otros</p> <p>- Precio de venta - Margen de utilidad - Calidad del producto - Canales de venta</p>	<p>Tipo: Básica</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental - transversal</p> <p>Alcance: Descriptivo</p> <p>Población: 367 internos.</p> <p>Muestra: 188 Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones</p>	<p>Datos teóricos Tesis, libros, artículos visuales y físicos</p> <p>Técnicas e instrumentos Técnicas - Encuesta - Entrevista</p> <p>Instrumentos - Cuestionario - Guía de entrevista</p>

Anexo 2: Instrumento

El presente cuestionario es ANÓNIMO, tiene como objetivo conocer cómo se establecen los costos de producción y la comercialización de productos textiles.

INSTRUCCIONES: Marque con un "X" la alternativa que Ud. Considere correcta, o contestando la pregunta. Agradecemos su participación.

PRIMERAPARTE:DATOS GENERALES

1. Edad:
2. Grado de instrucción:
 - a) Sin estudios
 - b) Primaria completa
 - c) Secundaria completa.
 - d) Técnico completa.
 - e) Universitario incompleto.
 - f) Universitariocompleto.
3. ¿Cuánto tiempo tiene elaborando productos textiles en el centro penitenciario?
 - a) Menos de 1 año.
 - b) De 1 año a 3 años
 - c) De 3 años a 5 años
 - d) De 5 años más.
4. ¿Usted pertenece a alguna asociación dentro del centro penitenciario?
 - a) Si (especificar el nombre de la asociación):.....
 - b) No
5. ¿Antes de entrar al centro penitenciario tenía conocimientos sobre textilería?
 - a) Si.
 - b) No.
6. ¿Su familia depende de usted económicamente?
 - a) Si.
 - b) No.
7. ¿El centro penitenciario brinda capacitaciones en temas de costos de producción y comercialización?
 - a) Si.
 - b) No
8. Califique ¿Cómo son las capacitaciones?

- a) Adecuadas
- b) Regulares
- c) Pésimas

9. Las condiciones del Taller de telar pedal y cintura son:

- a) Adecuadas
- b) Regulares
- c) Pésimas

10. ¿Para usted, cuál es el principal problema del Taller de telar pedal y cintura?

- a) El espacio
- b) La iluminación
- c) El cableado
- d) El aseo y limpieza
- e) Otros:

11. ¿Si las condiciones del Taller de telar pedal y cintura serian adecuadas, produciría más textiles?

- a) Si, produciría más
- b) No, sería igual

SEGUNDA PARTE: COSTOS DE PRODUCCIÓN

12. ¿Cuál es su nivel de conocimiento respecto a los costos de producción?

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

13. ¿Cuál es su nivel de conocimiento para hallar los costos de producción?

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

14. ¿Cuenta con capital de trabajo?

- a) Si. (Especificar cuánto).....
- b) No

15. ¿Cómo financia usted los costos de materia prima, insumos y otros para la producción de textiles?

- a) Capital familiar
- b) Adelantos por terceros
- c) Ventas
- d) Otros (especificar).....

16. ¿Quién le provee o proporciona la materia prima y otros materiales para la elaboración de productos textiles?

- a) El centropenitenciario.
- b) Familiares
- c) Los mismos que solicitan tejidos
- d) Otros (especificar).....

17. Especifique ¿Con qué máquinas, equipos y herramientas cuenta usted, cuántas tiene y cuánto le costaron?:

- A:.....
- ...
- B:.....
- ...
- C:.....
- ...
- D:.....
- ...
- E:.....
- ...
- F:.....
- G:.....
- .
- H:.....
- .

18. ¿Las máquinas, equipos y herramientas que utiliza son?

- a) De la institución
- b) Comprados
- e) Alquilados
- d) Elaboración propia
- e) Otros (especificar).....

19. ¿Usted paga por el espacio del taller?

- a) Si (especificar cuánto):.....
- b) No

20. ¿Usted paga por electricidad o consumo de energía eléctrica?

- a) Si (especificar cuánto):.....
- b) No

21. ¿Usted paga por consumo de agua?

- a) Si (especificar cuánto):.....
- b) No

22. ¿Usted paga por el mantenimiento de las maquinarias, equipos o herramientas?

a) Si (especificar cuánto):.....

b) No

23. ¿Cuántos productos elabora durante la semana aproximadamente?

Especificar:.....

24. Los productos que elabora principalmente son:

a) A pedido

b) Libre (sin pedido)

25. ¿Cuándo fabrica a pedido, el cliente le proporciona la materia prima y demás materiales para la elaboración del producto?

a) Si

b) A veces

c) No

26. ¿El centro penitenciario INPE fomenta la elaboración de textiles?

a) Si

b) No

27. ¿Cuáles son los productos que más elabora?

A:.....

...

B:.....

...

C:.....

...

D:.....

...

E:.....

...

28. ¿Cuál es la materia prima que más utiliza en la elaboración de dichos productos?

A:.....

...

B:.....

...

C:.....

...

D:.....

...

E:.....

...

29. ¿Cuánto es el costo de la elaboración de dichos productos?

	Materia prima	Mano de obra	Otros costos	Costo total	Precio de venta
A:					
B:					
C:					
D:					
E:					

TERCERAPARTE:COMERCIALIZACIÓN

TERCERAPARTE:Comercialización

30. ¿Cómo establece el precio de venta de sus productos?

- a) Según los precios del mercado.
- b) Al cálculo o tanteo
- c) Aplicando fórmulas de costo de producción.

31. ¿Considera que el precio de venta de sus productos es adecuado? Explique el por qué

- a) Si:.....
- b) No:.....

32. ¿Sabe cuánto es el porcentaje de utilidad (ganancia) por cada producto elaborado?

- a) Si (especificar cuánto):.....
- b) A veces
- c) No

33. ¿Sus productos pasan por un control de calidad?

- a) Si
- b) No

34. La elaboración de textiles es orientada por campañas, por ejemplo, navidad, san valentín, día de la madre, día del padre, día del Cusco y demás fechas conmemorativas.

- a) Si (especificar la fecha con más producción):.....
- b) No

35. ¿Quién se encarga de la venta de sus productos?

- a) El centro penitenciario- INPE
- b) El mismo interno

- c) Los familiares
- d) Empresas o personas que brindan los materiales para la elaboración

36. ¿Dónde se vende sus tejidos generalmente?

- a) Dentro del penal - ferias
- b) Ferias sabatinas (baratillo)
- e) Centros artesanales
- d) Otros (especificar)

Anexo 3: Comprobante de entrada y salida de productos



**ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA, MATERIALES E INSUMOS
PARA ACTIVIDADES LABORALES Y/O TALLERES PRODUCTIVOS**

Establecimiento Penitenciario: Cusco Varones N° 003642
 NOMBRE Y APELLIDO DEL INTERNO: Ninaa Jay Vargas Leon DNI: 80121191
 NOMBRE Y APELLIDOS DEL PROVEEDOR: Juvenal Huaman Quispe DNI: _____
 ACTIVIDAD LABORAL: Telar II PABELLÓN: 4 c-6
 FECHA DE INGRESO: 09 / 03 / 2020

N°	DESCRIPCION	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	OBSERVACIONES
	<u>Urdido</u>		<u>05</u>			
	<u>Cono lana de Alpaca</u>		<u>01</u>			
TOTAL						



Jose Luis Aratape Toran
JEFE DIVISION DE SEGURIDAD
V° P° E. CUSCO VARONES



LEIX GILBERTO CAPAZ
COORDINADOR GENERAL REGION LABORAL
E.P. CUSCO-VARONES



[Signature]
JEFE DIVISION DE SEGURIDAD
E.P. CUSCO-VARONES

FIRMA Y SELLO DE SOLICITANTE FIRMA PROVEEDOR

Anexo 4: Solicitud

 **Ministerio de Justicia** **Instituto Nacional Penitenciario** **Oficina Regional Sur Oriente**

"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

G.D. N° 2018-008-04345

Cusco, 07 de Mayo del 2019

Oficio N° 0088-2019-INPE/22-05.CTC.

Señor(a):
Lic. Rfans Rene Llamoca Huaynillo,
Director del E.P. Cusco Varones de la ORSO Cusco.

ASUNTO: Brindar facilidades para ingreso de Testistas de la Universidad Peruana Union del Cusco para realizar encuestas a internos del Taller de Telar a Pedal y Cintura en E.P. Cusco varones.
Solicito.-

REF: a) D.L. 1343 Cárceles Productivas.
b) Solicitud de fecha 02 de Mayo 2019.

Tengo el agrado de dirigirme a usted, a fin de expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitarle se brinde las facilidades del caso para el ingreso de Testistas de la Universidad Peruana Union del Cusco para realizar encuestas de trabajo de investigación a 188 productores internos del taller de telares a pedal y cintura, sobre el Tema de "costos de producción y comercialización de productos textiles en el E.P. Cusco varones" para los días 09 y 10 de Mayo del presente año en el horario administrativo de 8.00 a.m. a 17:00 pm. Cabe indicar que dichas facilidades de ingreso se realice respetando el protocolo de revisión y las normas de seguridad establecidos para el ingreso de usuarios externos. Para lo cual se adjunta al presente la solicitud, el cuestionario de preguntas y el plan de Tesis de las Testistas:

- 1.- Bach. Yhurema Schandy Zapata Florez con DNI: 41605808, con código universitario N° 201221644
- 2.- Bach. Mariza Mio Torres con DNI: 47507507, con código universitario N° 201221526

Dichos profesionales son de la Carrera profesional de Contabilidad y Gestión Tributaria de la Universidad Peruana Union Sede Cusco.

Adjunto al presente documentos de la referencia a folios (021).

Sin otro particular, es propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de estima y deferencia personal

Atentamente.





CC. Coordinación de Trabajo y Comercialización ORSO
Archivo
CALLE HUMBOLDT A-9 BANCOPATA - CUSCO TELEFONO 084-255925

ANEXO 120

09 MAY 2019

Visto el documento por el Sr. José R. Lozza Conuco, Supervisor c.c. para el Brindar facilidades para su ingreso. Coordinación con la Coordinación de Trabajo.

 **Walter Pérez Puentes**
Supervisor c.c. para el Brindar facilidades para su ingreso. Coordinación con la Coordinación de Trabajo.

Anexo 5: Validación

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES:

1.1. Título de la investigación: "Costos de Producción y la Comercialización de Productos Textiles en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro – Varones Cusco, 2018"

1.2. Investigadores:

2. DATOS DEL EXPERTO:

2.1. Nombres y Apellidos: Frady Loaiza Manrique

2.2. Especialidad: Auditoría

2.3. Lugar y Fecha: Cusco 25 de Abril 2019

2.4. Cargo e Institución donde labora: Docente Universitaria UPEU-UNSAAC

Comp.	Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1.Redacción	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.					
	2.Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.					
	3.Objetividad	Está expresando en conducta observable.					
Contenido	4.Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					
	5.Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad.					
	6.Intencionalidad	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación.					
Estructura	7.Organización	Existe una organización lógica.					
	8.Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos del tema de investigación.					
	9.Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.					
	10. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					

I. Opinión de aplicabilidad: Adecuada al tema

II. Promedio de valoración:

III. Luego de revisado el Instrumento:

Procede a su aplicación (x)

Debe corregirse ()


 Sello y Firma del Experto DNI:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES:

1.1. **Título de la investigación:** "Costos de Producción y la Comercialización de Productos Textiles en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro – Varones Cusco, 2018"

1.2. **Investigadores:**

2. DATOS DEL EXPERTO:

- 2.1. **Nombres y Apellidos:** Mg. CPCC Vilma Pérez Sánchez
 2.2. **Especialidad:** Contabilidad, Costos, Tributación
 2.3. **Lugar y Fecha:** Cusco, 24-04-2019
 2.4. **Cargo e Institución donde labora:** Decrta. Univ. Peruana Unión

Comp.	Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
Forma	1.Redacción	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				/	
	2.Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.				/	
	3.Objetividad	Está expresando en conducta observable.				/	
Contenido	4.Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				/	
	5.Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad.			/		
	6.Intencionalidad	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación.				/	
Estructura	7.Organización	Existe una organización lógica.				/	
	8.Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos del tema de investigación.			/		
	9.Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.				/	
	10. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			/		

I. Opinión de aplicabilidad: Si es aplicable

II. Promedio de valoración: Buena

III. Luego de revisado el Instrumento:

Procede a su aplicación (x)

Debe corregirse ()


 Sello y Firma del Experto DNI: 23869219

CPCC, Vilma Pérez Sánchez
 Mat. 2735

Anexo 6: Constancia de autorización

CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Srta. Bach. Cont. Yhurema Schandy Zapana Florez
Srta. Bach. Cont. Mariza Mio Torres.

La Direccion Regional Sur Oriente del Instituto Nacional Penitenciario del Cusco, hace constar que los Bach. En Contabilidad y Gestion Tributaria de la Universidad Peruana Union Sede Cusco de la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Escuela Profesional de Contabilidad Srta. Yhurema Schandy Zapana Flores identificado con DNI: 41605808, código Universitario N° 201221644 y Srta. Mariza Mio Torres con DNI: 47507507, con código universitario N° 201221652, el fecha 09 y 10 de Mayo del presente año en el horario de 08:00 a 17:00 horas realizaron la encuesta del trabajo de investigacion "**Costos de Produccion y la Comercializacion de Productos Textiles en el Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones Cusco 2018**" a 188 Internos Productores del Taller de Telares a Pedal y Taller Telares a Cintura del Area de Trabajo y Comercializacion del Establecimiento Penitenciario de Cusco Varones (Ex Quencoro), el cual se sustenta con una copia de la encuesta realizada a dichos internos con 37 preguntas según encuesta. Asi mismo se adjunta el oficio N° 0088-2019-INPE/22-05.CTC. de autosizacion de Ingreso al Establecimiento Penitenciario de Cusco Varones (Ex Quencoro).

La Presente se extiende a petición del interesado a los cinco días del mes de Setiembre del 2019.

El Coordinador de Trabajo y Comercializacion de la Direccion Regional Sur Oriente INPE Cusco.

At,



Dr. Oscar Alberto Quispe Palomino
(s) Coordinador de Trabajo
y Comercialización
D.R.S.O - INPE

Anexo 7: Registros fotográficos







